

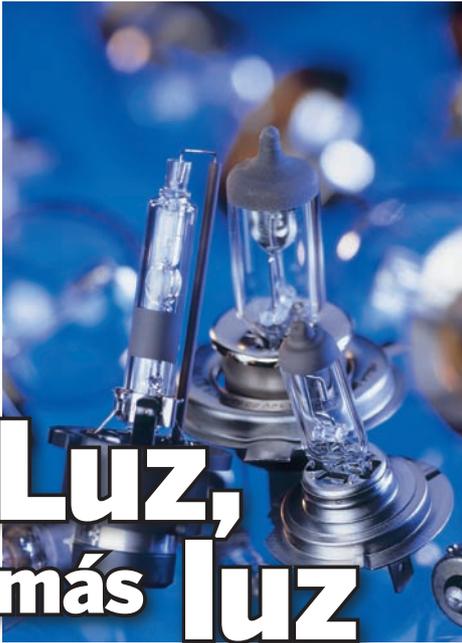
351

octubre 2012

www.mryt.es



Resumen
Automechanika
Frankfurt



**Luz,
más luz**



DPORO
se lo da todo al taller

SUPLEMENTOS

P43

CON **51**
de coches

mundo recambio y taller

mryt

Escobillas Limpiaparabrisas Bosch.
Ni la lluvia nublará su visión



Ofrezca una visión segura. Con la gama de Escobillas Limpiaparabrisas Bosch estará brindando a sus clientes una visión óptima, con un barrido uniforme, duradero y silencioso. Puede optar por las Bosch Aerotwin, para los clientes más exigentes. Son totalmente planas, aerodinámicas y muy silenciosas. Además, ahora incorporan el nuevo adaptador Multi-Clip: rápido, seguro y compatible con las cuatro fijaciones principales de los brazos limpiaparabrisas más importantes para turismos. Son muy fáciles de montar. **Equipos, piezas y servicios: sólo es posible con Bosch.**



BOSCH

Innovación para tu vida

www.bosch-automotive.es

ADEMÁS

Texa: inauguración a la veneciana

TopTruck: convención con ideas

Posventa Plural: las redes y otras hierbas

Dayco.

The original **power** in motion



DAYCO®

MARKIV
Automotive

www.dayco.com

®



Fundada en 1980 por
Jordi A. Viñals Viñals

ISSN 1139-8647

Depósito Legal B-22343-1980

CONTENIDOS

Directora

Yvonne Rubio

yvonne@ceiarsis.com

Coordinador de Edición

Ernest Vinyals

ernest@ceiarsis.com

Redacción

Manel Martínez

manel@ceiarsis.com

Colaboradores

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

Sección constructores

Ernest Vinyals, Yvonne Rubio

PUBLICIDAD

Glòria Viñals

gloria@ceiarsis.com

SUSCRIPCIONES

Departamento propio

suscripciones@ceiarsis.com

PRODUCCIÓN

Impresión

Gramagraf, S. C. C. L.

PRECIO DE LA SUSCRIPCIÓN
95 € (1 año)

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

Creación y Estudio de la Imagen
Arsis, S. L. **C.E.I. ARSIS S.L.**

Muntaner 200, 6º 5ª · 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

Promover

Pues ya nos hemos plantado en pleno otoño.

Y con él, (pese a que el tiempo nos tiene locos con sus cambios de humor), las primeras lluvias, que (lejos de lo lírico) harán que más de uno se dé cuenta de que no ve nada porque las escobillas están hechas un desastre, o que el coche frena fatal en mojado y, tras el susto y comprobar de gomas y pastillas, se dé cuenta de que va con los alambres y las pastillas fueron en el pasado y ya no son.

...entre otras cosas...

Es, o solía ser, época de mucha actividad en el sector: cuatro meses (de los que diciembre casi ni se puede contar) para cumplir con objetivos y poder ganarse ese plus con el que se contaba.

O no perder, al menos, que pasa más de lo que parece y se dice, que a nadie le gusta ir pasando por el pupas, a no ser que sea para negociar (dentro de unos pocos meses) en los que, de repente, habrá grandes llantos y crujir de dientes.

Las cosas en el sector no están como para tirar cohetes, es cierto, pero estamos asistiendo (precisamente por ello) a grandes cambios de tercio, nuevos escenarios que van tomando forma y configuran lo que será la "faz" de los próximos años, oportunidades que son atrapadas al vuelo y trabajo que luce.

El contexto no es que ayude, y la voluntad de compra de los usuarios (con el incremento del 125% de los pedidos respecto al mes anterior) a partir del anuncio del **Plan PIVE** (el Gobierno al final ha escuchado la voz unificada de el sector de la venta y distribución de automóviles, que se estaba desangrando) parece que haya supuesto que la cosa está cambiando, pero de hecho (fíjense) no es así.

Sigue habiendo poca liquidez en las familias, y la reparación se sigue llevando a cabo cuando no queda más remedio y de ahí, aguas arriba esa menor demanda nos va llegando a todos.

Por eso es tan importante mantener criterios unificados, positivos (y ahora estamos pensando en la segunda parte de la campaña "revisited" de los fabricantes de componentes, que habla de calidad, y que es apoyada sin fisuras por todo el sector), seguir promoviendo y haciendo saber que, caso de tener que elegir un canal, el nuestro es el adecuado.

Estimular la percepción de nuestro cliente (el habitual, por supuesto, pero también del que solo lo es en potencia), para que tenga claro quienes somos y nuestras habilidades diferenciales. Y cuidarle. ¿O es que Vds. no eligen en función de un bonito polígono equilibrado de factores en el que el trato exquisito pesa?





10



Actualidad

06 NOTICIAS
Seleccionamos las noticias de este mes, aunque la actualidad se vive día a día en www.mryt.es

10 FABRICANTES
Industriales internacionales, sí, pero "Made in Italy"
Texa inauguró su nueva fábrica veneciana en su 20 aniversario.

12 DISTRIBUIDORES
"La excelencia en el servicio con un solo click"
Dipart presenta su DP Oro, un programa completo para dar el más completo servicio posible al taller.

14 DISTRIBUIDORES
"Nuestra Constancia, la Semilla del Futuro"
Previo a la celebración del XXIII Congreso de Grupo Serca Automoción.

16 TALLERES
V Convención Top Truck: "Tus ideas, Nuestro Compromiso"
La red que promueven los socios de GTruck de GAUE, consensuando nuevas fórmulas de lograr mayor flujo de visitas al taller.

18 TALLERES
Posventa Plural, I encuentro de redes de Talleres: aire fresco
La primera de las reuniones en el marco de Motortec A.I., sirvió para practicar el "networking" entre caras conocidas y menos conocidas del sector.

19 EVENTOS
Nuevo record, pese a todo
Resumen de Automechanika Frankfurt 2012.

32 EVENTOS
Para talleres en red
Preparando el II Encuentro de Redes de Talleres en Motortec A.I. 2013.

34 ACTUALIDAD
El mercado del automóvil se está desplazando a China
Cada vez más internacional con un record de 13 pabellones extranjeros.

41 TALLERES
¿Qué pide el automovilista al taller?
Un estudio presentado por GT Motive y CETRAA.

42 FABRICANTES
Más servicio, más Michelin
Inauguración de los nuevos almacenes de los fabricantes de neumáticos en Subirats, Barcelona.



TEMAS DEL MES

35 INFORME
Mejor de lo esperado
Mercado posventa de las bombas de agua.

38 MERCADO
Luz atenuada
Mercado posventa de lámparas para automóvil.

Suplementos



51



38



12

XXIII CONGRESO GRUPO SERCA
14 LOGROÑO
25 y 26 de Octubre 2012



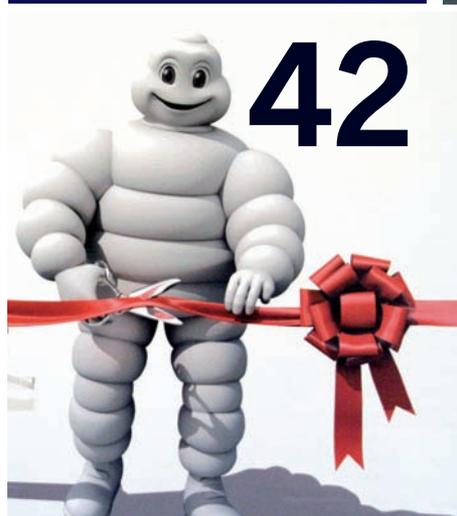
16



18



19



42



47



PHILIPS

BOSCH

MANN FILTER

DELPHI

SKF

KYB

Valeo

TRW

Gates

LUK FAG
SCHAEFFLER GROUP
AUTOMOTIVE AFTER MARKET

SACHS
LEMFÖRDER

FEDERAL
MOGUL

TENNECO



Un Equipo Ganador

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

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

¡Enhorabuena, Campeones!



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



www.eurotaller.com

CON LA GARANTÍA DE LOS PRINCIPALES FABRICANTES:



Y con Otto Nussbaum

Hella, joint-venture con TMD Friction

Intensa actividad empresarial la de **Hella** que acaba de concretar la puesta en marcha de **dos joint-ventures**, una con **TMD Friction** en el mercado de frenado y otra con **Otto Nussbaum** en el de maquinaria. Con ellas, refuerza su presencia en ambos mercados.

Fruto del acuerdo con el fabricante alemán de frenado TMD Friction nace la **joint-venture Hella Pagid**, participada al 50% por ambas firmas y dedicada a la distribución de componentes de frenado en los mercados posventa de todo el mundo. Esta gama de recambios, fabricada con calidad equivalente al original, se comercializará bajo marca **Hella Pagid**. A partir de ahora, Hella distribuirá la oferta de frenado Pagid en todos los mercados a excepción del británico.

Por otra parte, **Hella Nussbaum Solutions** es la **joint-venture** resultante de la alianza entre Hella y el fabricante de equipamiento de taller Otto Nussbaum. También participada al 50 por ciento por ambas compañías, se dedicará al negocio del equipamiento de termocontrol en Europa y pondrá a disposición del mercado equipos y productos así como un servicio técnico cualificado y una línea de asistencia profesional. Con sede en Kehl (Alemania) y ya operativa, Hella Nussbaum Solutions ofrece estaciones de servicio del sistema de aire acondicionado ya preparadas para el nuevo refrigerante HFO1234yf y homologadas por los principales fabricantes de automóviles así como recambios, accesorios, utillaje y equipos diversos de termocontrol. ●

www.hella.com



Segunda fase de la campaña a favor del recambio de calidad

Elige Calidad, Elige Confianza

Tras la primera fase "Recambio Letal" en la que se advertía de las consecuencias negativas que tiene montar recambios de baja calidad y de marcas no reconocidas o de origen difuso, la **campaña a favor del recambio de calidad** ha entrado en una segunda fase, mucho más amable, en la que el lema es "**Elige Calidad, Elige Confianza**". Los grupos de distribución, asociaciones y marcas fabricantes ya han puesto en marcha esta segunda fase de la campaña. El mensaje es claro y directo y ahora asume mayor protagonismo el taller multimarca. El objetivo es concienciar a los usuarios y talleres multimarca de que las marcas fabricantes de primer nivel ofrecen, no solo la más amplia gama de productos para el automóvil y el vehículo industrial sino también apoyo en formación y soporte técnico permanente, cobertura global con independencia del territorio o tipo de vehículo y la garantía de que detrás de cada pieza está el mayor y más cualificado grupo de expertos.

Por otra parte, en esta segunda etapa la estrategia de comunicación es completamente diferente a la primera. Es menos truculenta y más consensuada tras los diálogos y directos que se suscitaron tras la presentación de la primera fase en noviembre de 2011. El Recambio Letal y las imágenes de asesinos han sido sustituidas por un mensaje mucho más amable, positivo y centrado en la gran profesionalidad del mercado posventa independiente de automoción.

La campaña ha sido impulsada por las firmas **fabricantes ATE, Bosch, Brembo, Dayco, Gates, Hella, KYB, Mann-Filter, NTN-SNR, SKF, Textar, TRW, Valeo, Varta y VDO**. Así mismo, mostraron su compromiso de colaboración en esta segunda fase los **grupos de distribución AD Parts, ADR, Cecauto, Dipart, Grupo Auto Union España, Grupo CGA, Grupo Serca Automoción y URVI** así como las asociaciones **ANCERA, ASETRA, CETRAA, CONEPA y SERNAUTO**. ●

www.recambiosdeconfianza.com

ContiTech lanzará a principios de 2013 **19 nuevos kits de bomba de agua** con lo que se superará el centenar de referencias, todas ellas con calidad equivalente al original. La ampliación de esta oferta obedece al hecho de que los talleres cada vez son más conscientes de que la bomba de agua es una pieza de desgaste por lo que resulta conveniente sustituirla en la operación del cambio de correas. Los paquetes completos ContiTech con correa de distribución y bomba de agua facilitan esta labor. ●

www.contitech.es



Lambda Automotive participó del 4 al 7 de octubre en Santa Susanna (Barcelona) en la **V Feria Internacional de Auxilio en Carretera**. El stand de la firma malagueña de Alhaurín de la Torre atrajo a un buen número de profesionales de los servicios de grúa y de asistencia en carretera, interesados por el sistema **EfiAsistencia** de gestión de servicios para compañías de asistencia y por los equipos de diagnóstico **Pokayoke** y **Socio 500** de **Tecnomotor**, marca que Lambda Automotive importa en exclusiva en España. Y es que muchas empresas de asistencia también son taller. En la imagen, podemos ver, de izquierda a derecha, a **Antonio Cáceres** y a **Paulino Ruano**, director comercial y de operaciones de Lambda Automotive respectivamente. ●

www.lambdamotive.com



Recambios del Olmo ha trasladado su **tienda de Cuenca** a unas instalaciones más amplias (600 metros cuadrados) y modernas ubicadas en el **Polígono Industrial El Cantorral**. Ésta cuenta con un call center, una sala de formación, un extenso almacén, oficinas y vehículos de reparto. Recambios del Olmo es miembro de **Grupo Serca Automoción** y posee puntos de venta en Pedro Muñoz, en Manzanares, ambas localidades en la provincia de Ciudad Real, y en Cuenca. ●

www.recambiosdelolmo.com / www.serca.es



El pasado 4 de octubre **Recanvis Aicrag** reunió a más de 200 profesionales de la reparación en sus instalaciones de Sant Boi de Llobregat (Barcelona) para presentarse ante ellos en sociedad, toda vez que puso en marcha esta tienda el pasado mes de julio. **Agustín y Julio García**, director general y comercial de Recanvis Aicrag respectivamente explicaron a los talleres presentes los pilares de esta firma distribuidora miembro de **Grupo Serca Automoción**: Tecnología, Servicio, Logística, Equipo Humano, Compromiso y Profesionalidad. También intervino en la presentación **Carmelo Pinto**, gerente de Grupo Serca Automoción. ●

www.aicrag.com / www.serca.es



AD Levante opera desde el pasado 1 de agosto en **Benicarló** (Castellón) con un **nuevo punto de venta** con el que aspira a dar un mejor servicio a los talleres reparadores de la zona. Las nuevas instalaciones tienen 480 metros cuadrados de los que 400 se dedican a almacén. El resto es mostrador y zona de exposición. La nueva tienda se une a la que AD Levante tiene en la también localidad castellanense de Vinaroz por lo que esta firma distribuidora miembro de **AD Parts** cuenta ya con más de 1.200 metros cuadrados de capacidad de almacenaje en la provincia levantina. ●

www.adlevante.es / www.adparts.com



Repuestos Doral se ha dado de baja del grupo

José Luis Bravo, nuevo gerente de GECORUSA

GECORUSA ha nombrado a **nuevo gerente** tras la marcha de José Miguel Ibáñez. Se trata de **José Luis Bravo** quien asume la gerencia para responsabilizarse de la gestión comercial y administrativa del grupo de distribución. Bravo, licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por **ICADE** y MBA por **Boston College**, no posee experiencia en el mundo de la posventa pero sí atesora una larga trayectoria profesional en las áreas financiera y comercial de firmas como **Scottex**, **Kleenex**, **Huggies** o **Danone Baby Nutrition**.

Siguiendo con la actualidad de GECORUSA, la firma recambista canaria **Repuestos Doral** se ha dado de baja del grupo. **Adalberto Dorta**, responsable de Repuestos Doral, ha explicado a este medio los motivos del abandono: "dejo el grupo a finales de año. Ya no espero grandes cambios de orientación ni me gustan las iniciativas que se están llevando a cabo. No sé nada del gerente que han nombrado, me llegó la noticia dos días antes de hacerse oficial. Es una decisión dura. Por la trayectoria del grupo y por las posibilidades que quedaron truncadas. Estar en GECORUSA me ha ayudado a crecer aunque ahora ha supuesto un año y medio de lastre, esperando que los proyectos y la situación se encauzaran. Pero me debo a mis 35 empleados, tengo que tomar la mejor decisión para la empresa para que ésta siga operando y, a ser posible, se desarrolle". Dorta ya ha entablado conversaciones con directivos de **Cecauto**, **Grupo CGA**, **Grupo Serca** y **Dipart** pero no tomará una decisión hasta el próximo mes de noviembre. ●

 www.gecorusa.com / www.repuestosdoral.es

Lee al minuto estas noticias y muchas más en



- CAPA emprende acciones legales y policiales contra los piratas
- Euromaster abre un nuevo centro en Antas, Almería
- Aurgi facilita el pago a sus clientes
- FAUTCOVA alerta sobre las consecuencias de suprimir la figura del Responsable del Taller
- SPG Talleres prepara para la "guerra" a los talleres de su red con formación sobre "Marketing de Guerrilla"
- El Gremi de Tallers de Reparació d'Automòbils de Terrassa i Comarca pone en marcha la campaña "Tú decides"
- Automechanika Argentina 2012 superará los 400 expositores
- Goodyear facilita el cambio de neumáticos
- El Plan PIVE generará una demanda añadida de hasta 50.000 unidades según FAONAUTO
- Nuevo centro Confortauto en Castellbisbal, con gasolinera
- EuroTaller: Plan de Formación Comercial y de Gestión tras el periodo estival
- Mercedes-Benz premia a NGK Spark Plug Europe
- Nueva Jornada de Crecimiento Yofindo
- Bosch ha inaugurado una "fotolinera" para la recarga de vehículos eléctricos en su sede de Madrid
- MANN+HUMMEL absorbe al fabricante de filtros Bengbu Haoye en China
- Euromaster inicia su actividad en Portugal
- Nuevo catálogo Denso 2012/2013 de bujías de encendido y calentadores diésel
- Confortauto "te descuenta el IVA"
- Los conductores dan un notable a los talleres de reparación
- Midas no aumentará el IVA en las operaciones de mantenimiento



Especialistas en **filtración y térmico**

imprefil



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

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

imprefil@imprefil.com • www.imprefil.com





CEPSA

Lubricantes

A la última

Demostrando estar a la vanguardia tecnológica con su nueva formulación CEPSA XTAR HYBRID 5W20, lubricante 100% sintético que cumple con las especificaciones ACEA A1/B1-10, Ford WSS M2C925-B y ACEA A5/B5-10 (nivel) y que da eficaz respuesta a las exigentes necesidades de los vehículos híbridos.

Para adaptarse a las cada vez más exigentes normas medioambientales de limitación de emisiones contaminantes, la industria del automóvil está desarrollando alternativas a los motores de combustión. Una de las que están más en boga son los **vehículos híbridos**, automóviles que combinan en su propulsión un **motor tradicional de combustión interna** (gasolina o diésel) con un **motor eléctrico**. Esta combinación permite reducir notablemente las emisiones de CO₂, partículas y otros gases nocivos.

CEPSA, con los híbridos

Siempre proponiendo lubricantes capaces de dar el máximo rendimiento a los motores de última generación, **CEPSA** ha lanzado al mercado el **CEPSA XTAR Hybrid 5W20**, un nuevo lubricante especialmente diseñado para dar respuesta a las necesidades de los innovadores vehículos híbridos. Esta formulación es 100% sintética, de última tecnología y cumple con los requerimientos de las especificaciones **ACEA A1/B1/B1-10**, **Ford WSS M2C925-B** y **ACEA A5/B5-10 (nivel)**. CEPSA LUBRICANTES ha desarrollado el CEPSA XTAR Hybrid 5W20 para lubricar los motores de los modelos híbridos más populares del mercado como los **Toyota Prius, Prius +, Auris y Yaris**, los **Honda Insight y CR-Z Hybrid** o los **Lexus CT200h y RX450h**.



El nuevo lubricante CEPSA XTAR Hybrid 5W20 está pensado para cubrir las necesidades de los principales vehículos híbridos del mercado.

La nueva formulación XTAR Hybrid 5W20 se suma a la amplia gama de lubricantes CEPSA para turismo.



El nuevo lubricante de CEPSA aúna **ahorro de combustible y ecología** gracias a su tecnología avanzada. Así mismo, reduce el consumo de aceite en el motor y la rumorosidad amén de proporcionar una extraordinaria protección y limpieza. Gracias a su baja viscosidad, se puede utilizar en condiciones extremas de temperatura y se demuestra muy efectivo en conducción urbana con frecuentes paradas y arranques. Recordemos que la parada y al arranque es uno de los rasgos característicos de los vehículos híbridos, que están dotados con sistema Start-Stop y, por ejemplo, en ciudad, es cuando el motor térmico para y arranca constantemente y su uso se alterna constantemente con el motor eléctrico o funcionan ambos motores simultáneamente.

Fuel Economy Plus

La eficacia es otra de las grandes virtudes del XTAR Hybrid 5W20 de CEPSA. Sus **propiedades anti desgaste** y tecnología en modificadores de fricción de última generación permiten minimizar la pérdida de energía que se produce en el motor manteniendo sus cualidades mucho más tiempo que las tecnologías tradicionales. Además, dependiendo del uso, **ahorran combustible** durante toda la vida útil del aceite, hasta un 18 por ciento superiores que los mejores 5W30 tipo "Fuel Economy", evitando los depósitos que se originaban a altas temperaturas en el motor con otros modificadores de fricción.

Destacada participación en Automechanika Frankfurt 2012

Del 11 al 16 de septiembre se celebró **Automechanika Frankfurt 2012**, el salón de la posventa más importante a nivel europeo. **CEPSA LUBRICANTES** no faltó a esta importante cita y montó un **stand (Hall 9.1. Stand C45)** en el que mostró todas sus novedades en aceites para automoción. Además, el día 13 sorprendió a los asistentes con la presencia en su stand de **Dany Torres**, piloto CEPSA campeón del **Red Bull X-Fighters World Tour 2011**.

automechanika

Frankfurt am Main
11 - 16. 9. 2012

Visit us:

Cepsa Lubricantes S.A.
Hall 9.1
Stand C45



messe frankfurt

Para más información www.cepsa.com



Instalaciones productivas altamente robotizadas, en las

Unas instalaciones espectaculares, con un sabor muy particular, y una asistencia multitudinaria, de las más altas esferas de la vida industrial, económica, política, social de la zona, y del país integraron un evento de lujo para celebrar su aniversario.

TEXA INAUGURÓ SU NUEVA FÁBRICA EN ITALIA, EN SU 20 ANIVERSARIO

Industriales internacionales, sí, pero "MADE IN ITALY"



Una vista desde el interior de la entrada a las nuevas instalaciones.

El último fin de semana de septiembre, en Monastier di Treviso, Véneto, Italia, se inauguraron las nuevas instalaciones de los fabricantes de equipos de diagnóstico para el taller **Texa**, unas instalaciones de excepción, modernas, amplias, elegantes y lujosamente equipadas con más de 30.000m² cubiertos, de un total de 100.000, que han supuesto una inversión de casi 50 millones de euros.

20 años de continuo éxito

Bruno Vianello, junto con **Manuele Cavalli**, socio y director técnico, fundaron Texa en 1992, celebrándose su 20 aniversario este 2012.

Los orígenes se remontan, no obstante, a 1980 cuando Vianello fabricaba artesanalmente equipos en su concesión para diagnosticar y reparar los vehículos que vendía, que incorporaban las primeras centralitas.

En todo este tiempo, la compañía no ha hecho sino crecer, obteniendo diversos reconocimientos sectoriales por las innovaciones en sus equipos (en la ferias de Frankfurt, París y Madrid). Uno de los momentos más importantes fue el premio de Confindustria "Empresas para Innovación" como mejor compañía italiana en I+D+i y Calidad, entregado en el Palacio Quirinal, la sede de la Presidencia de la República, uno de los símbolos del Estado Italiano, siendo el propio presidente, **Giorgio Napolitano**, quien entregaba el galardón.

Estamos ante una compañía que, pese a la crisis global, continua creciendo: desde 2008 a hoy, los empleados han pasado de 371 a 455 (en 2000 apenas eran 41), con una media de edad de 30 años.

Además de la juventud de los "pertenecientes" de Texa (un término que Vianello opone a "empleados" porque apelan a la voluntad de implicarse

como si la compañía fuese propia) cuidan a los futuros profesionales: llevan, desde 2004, incorporando una iniciativa social: TEXAEDU (reconocida por el Ministerio de Educación italiano) por el que organizan de forma gratuita un curso bial en 28 institutos de toda Italia proporcionando instrumentos y preparando a los profesores que concede el diploma de "Meccatrónico" (experto en mecánica y electrónica), además de que, cada dos años se organiza el Gran Premio de la Diagnósis con los dos mejores estudiantes por instituto.

Una fábrica ejemplar, para un producto ejemplar

Tras el café en los espectaculares jardines de la zona superior de las instalaciones, el paseo por las nuevas instalaciones y dependencias.

La fábrica incorpora los más modernos medios de producción, que suponen poder tener el certificado ISO TS 16949 (estándar de primer equipo), altamente robotizados para disponer de mayor precisión (de hecho, ya no se realizan externamente las placas electrónicas de los equipos, sino que solo se compran los componentes y se ha pasado a realizar esta operación en las nuevas instalaciones), dotándose de sistemas de Surface Mounting Technology, integrados con un control de Rayos X. Además, los dos almacenes (uno para materia prima y otro para el producto terminado) suponen un área de 4000 m² disponen de 2.300 referencias, y permiten más de 60.000 transacciones año con una logística veloz e impecable.

Pero no solo es innovadora en lo que a medios productivos supone, sino que se ha dotado de una serie de dependencias únicas en lo que ellos denominan *Borgo*: un verdadero restaurante (con una capacidad de más de 600 personas), el Caffé



El equipo de Texa Ibérica: Miguel López, Isidre y Trini Sánchez, y Carles Soler.



que se fabricarán también las placas electrónicas, disponiendo de la ISO TS 16949.



Dos almacenes, para recepción de materia prima y para producto terminado: 4000m², 2.300 referencias y más de 60.000 transacciones al año.



Miguel López ofrece las explicaciones de las nuevas actividades de la fábrica bajo la atenta mirada de Glòria Viñals.



Durante el acto propiamente de inauguración, los parlamentos del presidente de Cofindustria, del propio Bruno Vianello, Alberto Bombassei y la ministra italiana de trabajo.

TEXA, una guardería, una capilla (y es que hasta un cardenal vino a bendecir las nuevas instalaciones), un teatro, fuentes, pozo, pulmón verde (un jardín en la azotea de 3.800 m² y un parque de 40.000m²)...

Elementos para dotar a sus "dependientes" de un entorno acogedor y familiar.

Declaración de intenciones

Los más de 600 invitados, procedentes de las más altas esferas industriales, económicas, políticas y sociales (representantes municipales, de la región, de la nación, industriales como los Benetton, los Illy...y por supuesto los equipos de la compañía alrededor del mundo, como **Isidre Sánchez, Trini Sánchez, Miguel López y Carles Soler**, directivos de la filial española, además de la prensa) se concitaron en la sala de conferencias para asistir al discurso de inauguración del presidente de la compañía, **Bruno Vianello**, la intervención de **Elsa Fornero**, la Ministra de Trabajo, y la de **Alberto Bombassei**, presidente de Brembo una compañía que, en palabras de Vianello "siempre he visto como modelo en términos de calidad e innovación".

También Hablaba de la "convicción de que durante los momentos de crisis es cuando un buen empresario debe demostrarse como tal y valorizar dos características fundamentales en su ADN: verdadero optimismo y valor" y cree que es posible "hacer industria en Italia, aglutinando el entusiasmo de los 'pertenecientes' al de la propiedad,

consiguiendo con el nuevo espacio un indiscutible confort laboral y una mayor participación en el desarrollo empresarial."

Destacaba también que, en Texus, "seguimos ininterrumpidamente y con entusiasmo nuestra batalla tecnológica en los mercados de todo el mundo, continuando distinguiéndonos sobretodo por dos características fundamentales que nos ha caracterizado siempre: innovación y participación".

Texa está presente en todo el mundo con una red de distribución que comercializa los productos directamente a través de filiales en España, Francia, Gran Bretaña, Alemania, Polonia, Rusia, Japón y Estados Unidos.●

www.texaiberica.com



El "Borgo" unas instalaciones con un sabor italiano para que los "pertenecientes" de la empresa e invitados disfruten de un cierto sabor italiano.

DIPART PRESENTA SU DPORO, PENSADO EN SER PROVEEDOR GLOBAL PARA EL TALLER DESDE EL SOCIO

Fernando Riesco, gerente de Dipart, y Carlos Miranda, coordinador de la Red Talleres DP, presentaron en Madrid el DPOro, fruto de un trabajo que lleva más de un año gestándose en la sede de la central del Grupo.



“La excelencia en el servicio con un solo click”



Se trata de unir todos los elementos para que el socio se convierta en proveedor global de excelencia en servicio.

Se trata un completo programa que, aprovechando que el 75% de las webs corporativas de los socios están unificadas, se va a lanzar con el objetivo de que los socios sean vistos por sus clientes los talleres (todos, no solo los de la red **Talleres DP**) como un proveedor diferenciado, global y a la búsqueda de la excelencia en el servicio a través de la calidad.

Responder a una necesidad real del taller

Una de las cuestiones interesantes de este programa fue su nacimiento: hemos visto en anteriores ocasiones que el taller no acaba de percibir bien el canal y los servicios que ofrece, así que el Grupo decidió realizar una serie de encuestas de satisfacción entre los talleres. Los elementos “tradicionales”, se hallaban bien posicionados (*disponibilidad de piezas, logística y entregas, precios competitivos, asesoramiento en piezas*), pero que se podían mejorar en temas como:

- Acceso a las fichas técnicas
- Acceso a los tiempos de reparación
- Acceso a los programas de mantenimiento
- Buen servicio de Hot Line para apoyar en la reparación de vehículos
- Formación en información
- Creación ágil de presupuestos.

Por ello, se decidió aprovechar la potencia de las herramientas TIC y aglutinar una serie de servicios en un solo click, para que el taller disponga de lo que ya tenía, además de nuevas herramientas.

Paraguas DPOro, todo en un solo click

De hecho, el DP Oro es un programa por el que, a un coste mucho menor que si el taller decidiera hacerse con lo que incluye pero de forma individualizada (hay dos precios según si se accede al Vivid por completo o solo a los tiempos de reparación), el reparador puede disponer, de los elementos que le ayudan en el proceso de reparación (para turismo y VI -ya que V.I. solo supone el 22% en los socios-) que se han detectado como necesarios a los que, a través de la web del socio y desde la en la zona de “compras”, tiene acceso de forma legal, para poder presentárselos al cliente (cada vez más acostumbrado a las ventajas de los nuevos elementos tecnológicos y muchos de ellos, provenientes de las “fugas” de los talleres oficiales o concesionarios y, por tanto, acostumbrados a una serie de comodidades e innovaciones).



Se trata de que en una mano, el taller sea capaz de emplear este elemento de valor añadido ante el cliente, más exigente y en parte acostumbrado a ventajas y nuevos sistemas.



“La excelencia en el servicio con un solo click” es el lema de este programa

Elementos fundamentales

Además de disponer de los apartados ya conocidos de servicio (y que hacen referencia a la disponibilidad de piezas, rapidez de servicio y precios



Uno de los mejores proyectos del grupo, decía Fernando Riesco.



El proyecto se ha ido fraguando desde hace algo más de un año y ya se ha iniciado su presentación en Córdoba.



Riesco hablaba del Pack de presentación del programa con posters, flyers, obsequios, formación... para el taller



Los posters estaban expuestos para que lo pudiéramos ver en directo.

competitivos) ahora el taller puede disponer de cinco elementos más que se aglutinan en este programa, entrando y seleccionando los elementos que están a su disposición.

Fundamentalmente son cinco:

- **Service Line:** se trata de la hot-line telefónica en la que el taller consulta a expertos.
- **Programa de mantenimientos de las marcas oficiales:** disponible una vez el taller introduce los datos del vehículo.
- **Tiempos de reparación de las marcas oficiales:** ese mismo programa propone la selección de piezas que el taller necesita, sus precios, y los tiempos de la intervención.
- **Programa de gestión DPORO:** se trata de que el taller pueda realizar un presupuesto incluyendo los datos obtenidos de la selección de piezas (con la posibilidad de incluir con sus propias ofertas o las que se puedan añadir provenientes del Grupo o de la red, caso que sea un DP), haciéndoselo ver al usuario por ejemplo desde una Tablet, que, caso que esté conforme, ya crea una OR que se puede entregar.
- **Formación continua:** se trata de crear un 'Aula en Casa' con un material moderno, amigable, fácilmente entendedor con 17 títulos de vídeos en 3D e interactivos. Se van a realizar dos cursos al año y se evaluarán mediante autoevaluación y actividades vía e-mail, a partir de las cuales se obtiene un certificado.
- **Información Técnica:** Se tiene acceso a la Vivid Workshop, una documentación reconocida y completa.

Una de las cosas que comentaba **Riesco** en la presentación del programa es que "quizá no propone elementos que no estén en el mercado, lo que sí es nuevo es el hecho de estar juntos, en un solo click y con un precio infinitamente más barato que disponiendo de ellas de forma independiente. Supongo que con el tiempo, surgirán más propuestas 'parecidas' pero la ventaja es tenerlas ya en el mercado teniendo en cuenta, además que es un proyecto que tiene mucho más recorrido por adelante, ya que, además de buscar la pieza en el almacén del distribuidor, como ahora, quizá más adelante puedan estar todos los almacenes de los socios interconectados e incluso los de los fabricantes. Por otra parte, si se necesita -actualmente no, porque en un 90% el grupo es mecánico- se puede añadir carrocería -aunque no está en TecDoc y es más complejo-, o vehículo industrial.

Por otra parte, como vamos a seguir con nuestra política de encuestas al taller, podremos detectar las zonas mejorables y realizar correcciones o nuevas incorporaciones."

"Lo importante es que el taller se acostumbre a usarlo y se beneficie de él, ya que se ha hecho de saberlo presentar ante el conductor como un elemento diferenciador, de valor añadido y de futuro", incidía.

Timing y presentación

El programa se ha empezado a presentar hace apenas 15 días, en Córdoba, y el feed back es muy

alentador: **Miranda** nos comentaba que "luego salgo de nuevo hacia Córdoba a perfilar algunas cosas más a talleres que ya están muy interesados en este proyecto, en el que, de verdad creamos y con el que estamos muy ilusionados".

Se van a seguir realizando presentaciones de este tipo entre los socios, y esperan haber terminado con ello a finales de este año en los 16 socios y sus clientes.

Para su presentación, se ha previsto un Paquete de Bienvenida que contiene 2 CD de Aula en Casa interactivos, flyers para entregarlos a los conductores en los que se da a conocer la vinculación a este programa, Poster explicativo del programa para los clientes, Carte con Horarios y Tarifas de prestación de servicios, claves de acceso a la asistencia telefónica y regalos (ambientadores, bolígrafos, mecheros, cartas y juegos de mus).

En cuanto a la Tablet para poder hacer el proceso de presentación de presupuesto y creación de la OR ante el conductor, ya hace dos años que se creó el programa DP Racing en el que se proponían regalos a los clientes entre los que figuraba una iPad o el Vivid.

Los responsables de DiPart se mostraban especialmente ilusionados con este proyecto "creo que es lo mejor que hemos hecho en el grupo hasta ahora", y, si bien no saben qué retorno puede suponer en ventas para los socios, sí esperan que éste se produzca. ●

i www.dipart.es
www.dipart/dporo

LOGROÑO,
SEDE DEL
XXIII
CONGRESO DE
SERCA

XXIII CONGRESO
GRUPO SERCA
LOGROÑO
25 y 26 de Octubre 2012



Nuestra constancia, la semilla del futuro

El lema del Congreso de Grupo Serca Automoción hace referencia a la voluntad de perseverar en una estrategia orientada al servicio y la calidad que siempre ha estado presente en el modo de hacer de este colectivo, como fórmula de permanencia en el mercado de la posventa de los próximos años.

Ya está todo preparado para el Congreso del Grupo Serca, que celebra su vigésimo tercera edición en la ciudad de Logroño, los días 25 y 26 de Octubre de 2012.

Para el congreso asistirán alrededor de unas 250 personas entre asociados al grupo, fabricantes, representantes de asociaciones y medios de comunicación.

Este año el evento tendrá una significación especial, debido a que se celebra el 25 aniversario del Grupo Serca Automoción.

El congreso se desarrollará en el *Rioja Forum* y se espera para su inauguración con la presencia de la alcaldesa de Logroño Ilma. Sra. **Concepción Gamarra Ruiz-Clavijo**.

Además, contará con dos interesantes ponencias por la mañana será el turno de **Carles Torrecilla**, Director Ejecutivo Desarrollo Corporativo de ESADE y por la tarde intervendrán un **Fabricante**, un **Distribuidor** y un **Taller**, donde expondrán temas y problemáticas relacionadas con el sector del recambio; en este momento, se espera la interacción de opiniones de los participantes del evento.

El congreso concluirá con una cena de gala; en esta ocasión será en las instalaciones de *Dinastía Vivancos* ubicada en Briones, el las que, como viene siendo habitual se realizará la entrega del premio Proveedor del Año, cerrándose el evento con una actuación artística. ●



Las bodegas Dinastía Vivanco albergarán la cena de Gala.



El Rioja Forum será el marco del XXIII Congreso de Grupo Serca



Imágenes del Congreso 2011 en Mérida

www.serca.es



Escoge SERCA. Escoge CALIDAD.



Toda una Organización al Servicio del Recambista y del Taller



Programa Profesional Plus

La mejor distribución



Serca Gestión

Productos de Automoción de alta calidad



Formación e Información técnica

Herramientas y Maquinaria para el taller



Marketing y Comunicación

Red SPG Talleres



Serca apoya al sector del recambio independiente



EN UN NUEVO FORMATO DE REUNIÓN, SE TRABAJARON CUATRO GRANDES TEMAS PARA CAPTAR IDEAS CON QUE MEJORAR LA RED.

V Convención Top Truck: "Tus Ideas, Nuestro Compromiso"

Más de 120 profesionales acudieron a la convocatoria de la directiva del Grupo, en un formato nuevo, más interactivo, que pretendía consensuar con los miembros de la red, los socios, los proveedores y la Central los pasos a seguir para incorporar nuevos proyectos que incrementen el flujo de clientes en el taller.

En pasados días de octubre se celebró en Madrid la **V Convención** de la red **Top Truck** auspiciada por los socios de **GTruck** en **Group Auto Union España**: *Civiparts, Establiments Coll, Grupo Garmo, Grupo Peña Automoción, Frenos Hnos. Martínez, Lausan, Provein, Recambios Barreiro, Recambios Meres y Rimosa.*

Nuevo Formato más interactivo

Tal como ya anunciaba en la invitación el responsable de la red, **José Moreno**, este año iba a tener un formato diferente, para propiciar la interacción y la lluvia de ideas para reforzar los pilares básicos de la red cuyas conclusiones se convirtieran en los compromisos que tendrán que realizar la central, los socios y los proveedores para con los talleres de la red, de ahí el lema "*Tus ideas, Nuestro Compromiso*"; se trató de mesas de trabajo para debatir sobre cuatro grandes temas: **Formación, Asistencia Técnica e Información, Imagen, Marketing/Cliente.**

Tras la hora larga de debate, y establecimiento de las conclusiones, **Fernando López**, director general de *G.i.P.A. España*, desarrolló una presentación en la que la temática se centraba en la situación del mercado: la relación de la flota con el taller independiente y el concesionario.

Las mesas, las ideas y las conclusiones

Mesa 1-Formación

Moderada por **Fernando Pardo Díaz**, de Groupauto Internacional, se presentaron los logros obtenidos tratándose de aportar ideas para que cada uno de los pilares de la red mejore y se ajuste más a las necesidades del mercado y los clientes.

Se derivó hacia la asistencia técnica puesto que la conclusión puso de manifiesto la telediagnosia ya que las necesidades del taller pasan por la respuesta técnica inmediata a cualquier cuestión; se habló también de acercarse al cliente: formación técnica pero también comercial, y de aprovechar toda la red internacional TopTruck (600 en todo el mundo) y su base de información técnica.

Mesa 2-Asistencia Técnica e información

Moderada por **Carlos Calleja**, de Group Auto Union España (y coordinador de la red EuroTaller), presentó los indicadores globales, tratándose de idear una asistencia técnica más eficaz e innovadora para mantener la confianza de los clientes en rapidez y calidad de las reparaciones.

Las conclusiones pusieron de manifiesto la preocupación por la saturación del servicio, la necesidad de más formadores (aunque esto se ha producido con la incorporación de 2 personas en *Pura Vida Técnica*:

El responsable de la formación y asistencia Técnica en Portugal, **Antonio Piñeiro**, que se incorporó a principio del 2012 y **Diego Gómez**, que se incorporó hace 2 meses para reforzar formación, asistencia técnica y el programa *Fleet Truck*), formularios web, directorios/repositorios, averías típicas ordenadas por repeticiones, info técnica de los proveedores, foros, telediagnosia remota, ampliación de horarios de asistencia telefónica, mejora información en vehículos asiáticos.

Mesa 3-Imagen

Moderado por **Juan Carlos Pérez Castellanos**, director general de Group Auto Union España, se trataba de aportar la valoración de la imagen como elemento de captar nuevos clientes y cómo mejorarla.

Las conclusiones mostraron que la evaluación material disponible era adecuado, si bien la ropa corporativa adolecía de falta suministro o precio alto.

Se concluyó que la Imagen es la identidad que se transmite del grupo, prerrequisito para conseguir confianza y fidelidad cliente, la diferenciación respecto a la competencia, siendo un elemento con un status comparable al de la identidad con los agentes oficiales, una imagen adecuada: "*no se trata de convertirse en un concesionario, eso lleva muchas*



José Moreno, durante la introducción a la V Convención de la red Top Truck



Fernando Pardo Díaz, moderando la mesa sobre Formación.



Carlos Calleja, moderador de la mesa Asistencia Técnica e Información.



Juan Carlos Pérez Castellanos, moderaba la mesa Imagen.



Dulce Naz, moderando la mesa sobre Marketing/Cliente

servidumbres, entre ellas el precio", y con la identidad individual de cada taller.

Otra conclusión fue que "mostrarle la cocina al cliente", genera confianza (calidad, seriedad, orden y limpieza). Una idea que surgió fue la certificación TopTruck de toda la red, como concreción de la promesa de servicio de la misma, explotando más la asociación imagen proveedores-taller.

Mesa 4-Marketing-Cliente

La última mesa prevista estuvo moderada por Dulce Naz, de Group Auto Union España y muy vinculada a la formación en gestión del taller. En ella se presentaron las campañas realizadas en los últimos meses, debatiendo sobre el incremento de flujo de clientes al taller, mantener los clientes fidelizados y mejorar las relaciones con los mismos.

En las conclusiones se puso de manifiesto que se disponen de todos los elementos pero faltan clientes. Y se propuso que la Central debe trabajar más para conseguir acuerdos con aseguradoras, flotas, rentings, etc... acercándose a esas empresas y vender la red como "paquete" (tarifa plana para flotas) ya que se postulaban como capaces de ofrecer servicios al taller de flota que la propia flota no ofrece. Otra propuesta fue la comunicación con el cliente mediante tecnologías en línea, buscando la eficiencia en el taller, y creando campañas para organizar el tráfico en el taller.

Prohibido hablar de "la cosa".

Fernando López, tras iniciar la intervención con una prohibición muy clara (no hablar de "la cosa") quiso ponerle cifras a las sensaciones que nos da el mercado de la posventa del vehículo industrial.

Entre las cuestiones que comentó, estaba que no vale aplicar los métodos de 2007 hoy en día: hasta 2008, el mercado cambiaba por evolución. Desde 2008, la caída en matriculaciones se ha producido por revolución, falta una inyección de materia prima (vehículos para la posventa) del 50%.

Si bien en 2011 hubo un pequeño crecimiento del 18% (17.000 uds) alertó de que 2012 va a acabar con una caída de matriculaciones de entre el 5 y el 10%. Desde 2008, el parque circulante ha caído un 10,3%, hay 482.000 vehículos, y en 2013 está previsto que aún caiga más (aprox. 430.000 uds). Por tanto, el dinero circulante en el sector se reduce, simplemente por el efecto parque.

También situó las medias de edad del parque: 2005=7,8ª; 2012=9,9ª media.

Y aportó la visión de que si todos los canales sufren en posventa, las redes oficiales están sufriendo mucho más (64% menos de vehículos de menos de 3 años en el parque).

Señaló que hoy en día quien no quiera hablar de precio, quien oculta el precio de las reparaciones, está fuera del mercado, porque la preocupación del conductor ha cambiado.

Señalaba a nuestro país como un país de autónomos (con mucha influencia del mercado de la cons-

trucción) en el que 47% del mercado de camiones está en sus manos. El 23% en manos de empresas con camiones para uso propio. Flotas sin taller, 20,8%; flotas con taller, 9,1%. Según estos datos, se da demasiada importancia a las grandes flotas que a los autónomos o las empresas para uso propio y señaló que "Solo" el 15% de las empresas con más de 5 camiones tienen un taller integrado. Mencionaba que el taller de flotista, cuando debe hacer una reparación seria (caja cambios, motor...) tiende a ir al concesionario, no al multimarca, lo que es una barrera a salvar. Afirmó que los Contratos de mantenimiento se han desplomado, por tanto, hay menos camiones con una ligazón al servicio oficial, una oportunidad para abrir vías.

Otro dato que proporcionaba es que, desde 2006, el kilometraje medio se ha reducido un 10%. Las grandes flotas tienden a tener más vehículos parados (no salen siempre todos los vehículos), por tanto hacen menos kilómetros de media por camión.

Sobre los precios, explicaba que en 2004 el precio era el 5º factor para escoger taller y hoy es el 1º, pero la confianza y la rapidez siguen siendo irrenunciables (los clientes no toleran que falte alguno de los tres factores, aunque el precio siga siendo el principal).

Quiso llamar la atención sobre el eslogan de Lidl: la calidad no es cara (ha cambiado desde la llegada de la crisis, antes sólo precio). De ahí se deriva que solo por precio, se consiguen usuarios hoy, pero en cuanto vuelva a subir el precio, se pierden.

Respecto a las intervenciones y su canal, explicaba que el 40% de las reparaciones se hacen en el taller independiente y el 42% en el concesionario. El 18% en talleres propios o con bricolaje. Según sus datos,

concesionarios y talleres multimarca están parejos en cuota de mercado; multimarca sube, servicio oficial baja. Aunque el mercado global baja y eso significa que cada segmento está bajando globalmente. Y como características más relevantes de la posventa, señalaba la morosidad como primera preocupación, además de que se piden más descuentos a talleres, se espacian mantenimientos, se buscan piezas de menor precio y, simultáneamente, de mayor duración.

Tras la intervención de López, Moreno realizaba la clausura de la jornada de trabajo.

El ocio

Para los acompañantes, el programa de ocio incluía, el sábado, una visita guiada por el centro de Madrid y un paseo (y almuerzo) por un centro comercial de los más prestigiosos donde se podían realizar compras (se les ofreció una tarjeta regalo).

De vuelta al hotel, y ya sin programa de trabajo, todos los asistentes podían disfrutar de las instalaciones del hotel, tanto del gimnasio como del spa.

El cierre del evento del sábado se realizó con una cena de gala en el propio hotel de la convención, el Meliá Avenida América, con barra libre y DJ.

El domingo, era día de ir a las carreras de camiones al Circuito Europeo del Jarama, realizándose visitas guiadas al Paddock en grupos, donde se podían realizar preguntas al piloto y equipo de mecánicos del camión que patrocina GTruck "Team Robineau".

Tras ello, los autobuses preparados para tal efecto llevaron a los asistentes al aeropuerto, AVE u hotel. ●

 www.gtruck.com
www.groupautounion.es



Documentación a disposición de la red.



Los asistentes, participando activamente.



Fernando López, iniciando su presentación sobre la posventa del vehículo industrial



Momentos de interacción entre asistentes, siempre interesantes.

MUCHAS CARAS NUEVAS INTERACTUANDO CON LAS CARAS CONOCIDAS DEL SECTOR POSVENTA

El encuentro concitó a casi 180 personas, muchas de ellas provenientes de sectores en el universo de la posventa del automóvil, pero no habituales en los eventos "clásicos" de nuestro sector: el renting, leasing, habitualmente vistos muy de lejos y distorsionados, confraternizaron en los espacios para el "networking" con miembros de las redes de talleres de nuestro país (fabricantes, distribución, etc.).

Posventa Plural,
I Encuentro de
Redes de Talleres

Aire fresco

Fue una jornada (la primera) en el marco de **Motortec Automechanika Ibérica** con el patrocinio principal de **GT Motive**, promovido por el **IE Business School**, **The Hub Automotive Insights** y **MP3 Automoción**, además del patrocinio de fabricantes como **MANN+HUMMEL IBÉRICA** y **Launch Automotive Ibérica**, siempre cerca de las ideas que se acercan al taller.

Programa

Tres grandes temas: Estudios de percepción; Nuevas vías de negocio para las redes de talleres. Flotas e internet; Gestión eficiente.

Tras las palabras de bienvenida de **Raúl Calleja**, quien comentó algunos aspectos de lo que será la próxima edición de **Motortec Automechanika Ibérica 2013**, **Enrique Gómez**, de **The Hub Automotive Insights** proporcionó una serie de datos de los talleres de nuestro país de los que se desprende que las redes tienen recorrido, como que 28.152 talleres multimarca no pertenecen a ninguna red (el 28% de los analizados) de ellas, las que pertenecen a fabricantes de componentes son más conocidas: un 25% frente a un 11%.

De los cerca de 37.000 talleres que hay en España, 28.152 no están abanderados, y de ellos un 80,4% no estarían dispuestos a pertenecer a ninguna red. Solo un 6,3% dice "sí, seguro" al abanderamiento (3.275) cifra que llegaría a los 5.000 si se le suman el 5,3% que están dudosos.

Desde la red

Tras los datos, **Miguel Ángel Gavilanes**, de **Bosch Car Service**, **Xavier Peguerols** de **Certified First** (aunque recientemente nombrado director de marketing del Grupo PPG en España) y **Alberto Carrasco** de **Glass Drive**, estuvieron hablando de cómo ven las redes: que deben tener premisas sólidas, que el taller debe valorar lo que recibe y lo que debe dar antes de adscribirse, que hay que asumir los cambios a los que la época está llevando, que deben trasladar confianza al cliente que la exigencia es alta; **César Sanz** de **IAC Automoción**, también en la mesa, presentó una nueva alternativa, fruto de la revolución que el mundo posventa marquista está experimentando: la iniciativa **FixCar** parte de concesionarios que crean una red multimarca para posicionarse en precio y servicio (dado un determinado "estilo adquirido" por su experiencia marquista).

Renting, un camino a explorar

Para hablar de las flotas de empresa y el mundo del renting, **Agustín García**, presidente de la **Asociación Española de Renting**, mencionaba que al renting se le critica porque presiona mucho en

sus condiciones, pero se excusaba dado que no hacen sino trasladar la presión de los clientes que tienen; trabajan con talleres preferentes, con parámetros de calidad (que hagan su trabajo bien y a tiempo, dijo) a precio competitivo, y con servicio de recogida y entrega.

Redes y LA Red

El invitado estrella era **Bosco Aranguren**, director de **Automoción de Google España**.

Su exposición se inició con algunos datos que hablan de la importancia que está tomando Internet en el mundo de la posventa, como que el primer concesionario de cualquier marca es digital no físico o que el 50% de los propietarios de vehículos en todo el mundo están dispuestos a comprar por Internet.

Sobre las fuentes de información a las que los internautas acuden en el tema de la posventa se refería a que eran los buscadores los ocupan el primer lugar, ya que un 63% de los encuestados los utiliza, y le siguen las webs especializadas, las páginas de venta de productos, los blogs y foros, las webs de fabricantes, páginas de motor, webs de concesionarios, webs de consumidores, sites de vídeo online y para terminar redes sociales, a las que sólo acude un 4% de los encuestados.

Para terminar, dio dos datos definitivos que hablan de la buena salud digital del sector: en los últimos 6 años el crecimiento de búsquedas en posventa ha sido del 33% en ordenadores y de un 144% en teléfonos móviles.

Buscando taller en la Red

La siguiente exposición-mesa incluía a **Javier Gómez** de **Reparamtauto**, **Pedro Pagès** de **Tallerator**, **Juan Carlos Gómez** de **QuéTalleres**, y **Pedro Jiménez** de **Cochombo**.

Todos ellos comentaron las ventajas de emplear este nuevo medio y se comentaba que las opiniones que se encuentran en los foros de la red pueden llegar a pesar más que los comentarios, la necesidad de ser más abiertos, creativos, realizando mediciones para corregir, ser valientes, transparentes porque al final se consigue generar confianza.

La importancia de la Gestión en las redes de talleres

Antonio Osuna, de **GT Motive** realizó una intervención que giraba entorno a las herramientas para conseguir que los nuevos parámetros de actuación e interacción de los actores de la posventa (redes y sus Grandes Clientes como renting, compañías aseguradoras y flotas) se desarrollaran con eficiencia. Presentaba **GT Global**, para que todos los intervinientes en el proceso de reparación desarrollaran su rol, complemento del **GT Estimate**. ●



Enrique Gómez, ofreciendo una buena selección de datos, como que 25.000 talleres de los 37.579 multimarca existentes no pertenece a una red.



Distintos responsables de redes en la primera mesa redonda, moderada por Raúl González.



En la sala, una muestra de los productos de Launch, patrocinadores del evento.



Bosco Aranguren director posventa de Google España, la estrella de la reunión.

www.motortec-automechanika-iberica.com
www.gtmotive.com
www.mann-hummel.com
www.thehubautomotive.com
www.launchiberica.com
www.ie.edu
www.mp3automocion.com

AUTOMECHANIKA FRANKFURT, RESISTE

Nuevo récord, pese a todo

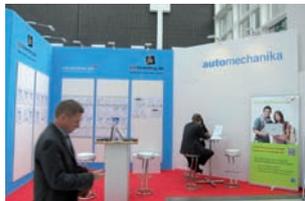


Con un poco de inquietud el primer día, ya que la feria se mostraba vacía para lo que viene siendo los primeros compases de cualquiera de sus ediciones, se despezó en su segunda jornada y siguió una tónica fluida, sin grandes aglomeraciones, pero sin lagunas, hasta el final.

Con una cifra récord de 4.593 expositores procedentes de 74 países, **Automechanika Frankfurt 2012** cerró sus puertas el 16 de septiembre, tras seis días de exposición. Alrededor de 148.000 visitantes de 174 países, algo menos que en la anterior edición 2010 (153.837), se desplazaron a la ciudad del Meno.

Satisfacción

Los responsables y asociaciones involucradas lo valoran positivamente: «El mercado posventa va viento en popa. Automechanika ha vuelto a reafirmarse como socio de confianza a pesar de la turbulenta coyuntura actual», explica **Detlef Braun**, gerente de Messe Frankfurt; por su parte **Klaus Burger**, presidente de la Asociación Alemana de Fabricantes e Importadores de Componentes para Automóviles y Reparación (ASA), matiza: «Hemos recibido muy pocos visi-





tantes del sur de Europa, pero en cambio hemos registrado cifras muy elevadas de visitantes de Alemania, el Benelux y Europa del Este». Como era de esperar, los expositores y visitantes alemanes valoran la coyuntura actual del sector más positivamente que los internacionales.

Los resultados de la encuesta realizada a los expositores señalan que la calidad de los visitantes de Automechanika ha vuelto a aumentar respecto a la edición del 2010: El 70% de los expositores se muestran entre satisfechos y muy satisfechos con la calidad de los visitantes, en comparación con el 64% alcanzado en la edición anterior de Automechanika.

Los expositores alemanes en particular han podi-

Este año se han consolidado los eventos clásicos, como la entrega del premio a la innovación **Automechanika Innovation Award**, el directorio ecológico **Green Directory** (en el que se adscribieron 23 compañías en las ocho sectorizaciones de la feria) y el **rally de Automechanika**, o la **App Automechanika Racer** celebrado durante el fin de semana de la feria justo delante de la Festhalle, que atrajo a más de un centenar de amantes de los automóviles con sus coches antiguos y modernos, sus modelos clásicos o sus vehículos tuneados.

Además de estos eventos ya tradicionales, durante la feria se han organizado también nuevas muestras: entre los pabellones 9 y 11 se ha podido ver una **exposición al aire libre de coches de rally, de carreras y de trial**. Finalmente, tanto en el ágora como a las puertas del pabellón 10 y en el interior de él se han organizado **muestras especiales y circuitos de pruebas con vehículos eléctricos**

El programa se ha completado con presentaciones tanto en el interior de los pabellones como al aire libre.

Cambios a la vista

Automechanika sigue siendo el punto de encuentro del sector para representantes de la industria, los talleres y el comercio. La próxima edición de **Automechanika Frankfurt se celebrará del 16 al 20 de septiembre del 2014** probablemente modificando el horario.

Según comentan en la feria después de realizar sondeos entre los expositores y tras una sincronización con el consejo asesor así como tenida en cuenta la experiencia como organizador de ferias a nivel B2B de Messe Frankfurt, se cree que cinco días de duración de la feria serían suficientes. Esta decisión ha sido tomada, según fuentes de Messe Frankfurt *“pensando en el beneficio de los clientes y para dar un mayor impulso a la feria que se celebrará en Frankfurt así como para fortalecer a la propia marca de Automechanika.*

La idea de la prolongación del horario de exposición en dos horas es una primera medida para facilitar la presencia entre el público de profesionales provenientes de talleres. De aquí a mediados de 2013 se realizará una análisis preciso y si se cree necesario se revisará. No estará previsto prolongar el horario los sábados. ●

www.automechanika.messefrankfurt.com



do establecer más contactos nuevos que en el 2010 (del 62% al 67%).

Contenidos profesionales, contenidos de ocio

En cuanto al contenido de esta edición de Automechanika, cuya oferta ha ocupado 305.000 m2 de un recinto ferial reservado por completo (si bien apreciamos alguna que otra "isla vacía" tres fueron los temas clave: **Truck Competence**, **Electromovilidad** y **Formación continua y perfeccionamiento profesional**.



M'START

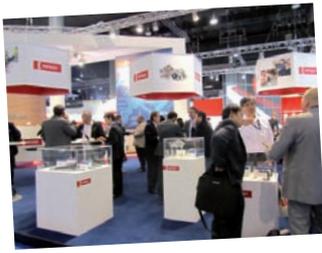
LA SENCILLEZ EN EL LAVADO



Todo tiene un principio y por esa razón con el nuevo puente de lavado **M'START** hemos querido partir de lo esencial: sencillez en el diseño y facilidad de manejo pero con todo el atractivo, durabilidad y tecnología que se esperan de una máquina de lavado del siglo XXI.

Sin duda, el equipo ideal para iniciarse, del modo más rentable, en el negocio del lavado de vehículos.

ISTOBAL
Automotive Cleaning Solutions



DENSO presentaba nuevas válvulas de recirculación de gases de escape (EGR) y bombas de combustible, nuevas escobillas limpiaparabrisas traseras y un incremento de gama de sus sensores lambda. Además, se presentaba el catálogo 2012/13 de bujías y precalentadores. Así mismo, anunció su intención de incrementar la red de servicios de Aire Acondicionado, Diesel y Diagnóstico. También se presentaba la compañía hermana **Denso Thermal Systems** que, en una estrategia por pasos, será la que se encargue de las responsabilidades de la posventa del sur de europea desde este otoño.



DOGA mostraba como novedad las escobillas de turismo **DuraVision**, una gama de calidad IAM, con un equilibrio razonable en calidad/precio, que saldrá al mercado en noviembre con 8 referencias.



INDUSTRIAS DOLZ se presentó en con todo su equipo directivo, proveniente de todas sus filiales. **Jorge Abalovich** y **Frank He**, compartieron el evento con **Jesús Dolz** y el equipo comercial de Dolz España. La feria ha servido como punto de encuentro con clientes de todo el mundo y especialmente de Europa, donde es uno de los líderes en el mercado. La empresa presentaba en Frankfurt sus nuevos catálogos de automóviles y camión con un amplio número de nuevas incorporaciones. Dolz China, presentaba en Frankfurt a su nuevo director Frank He quien, junto a Jesús Dolz, han sido los artífices de la creación de esta empresa pensada para el desarrollo comercial de Dolz en Asia. Al mismo tiempo Dolz China presentaba su certificación **TS16949** como proveedores de primer equipo. Dolz Argentina dirige el nacimiento de **Dolz do Brasil**, la empresa más joven del grupo. Abalovich presento en Frankfurt a la nueva empresa. En Brasil, Dolz ya cuenta con una estructura comercial capitaneada por **Renato Purper** que cubre todo el territorio de aquel país con un centro logístico en Sao Paulo. Finalizada la feria, el equipo se desplazó a España para analizar diferentes proyectos cara a 2013. En las próximas citas de Automechanika Buenos Aires y Shanghai, el grupo de empresas anunciará nuevas novedades y nuevos proyectos.



EUROFREN se presentaban con sus marcas **Remsa** y **Woking** pero intensificando la labor en la marca para vehículo industrial Woking. Con reestructuración en la dirección de mercados internacionales, en España se sigue con crecimientos, con lo que se mostraban muy satisfechos.



FEDERAL-MOGUL realizó una presentación para dar a conocer sus nuevos productos: aros de pistón **Goetze LKZ** para la posventa que reducen el consumo, cojinetes **Glyco Irox** de alta duración con un nuevo catálogo de la marca, pistones **Nüral DuraBowl** con una duración cuatro veces mayor que los convencionales, un nuevo catálogo de **Beral** para vehículos comerciales que incluyen las pastillas con la tecnología **ProTec**; multitud de catálogos, como el de **tornillos Payen**, con más de 11.000 referencias, el catálogo en dos volúmenes de **Moog** para vehículos comerciales y para vehículos ligeros que incluyen más de 1400 nuevas referencias. También presentaban el **Engine Expertise electronic Catalogue**, que recoge la gama completa de los productos de las marcas AE, Glyco, Goetze, Nüral y Payen, que incluye los motores enlazados con TecDoc y otras aplicaciones y el **Ferodo/MOOG "ONE STOP SOLUTION"** un programa para vehículos comerciales que combina las dos marcas y productos (Ferodo cubre el 98,5% de los vehículos europeos de la categoría y Moog el 95%). También presentaba una nueva web www.myferodo.com parte del programa de las marcas "you're uin Control" donde se navega con mayor facilidad para reconocer las piezas y equivalencias con la marca Ferodo, al que se puede acceder en los smartphone con código QR. Además organizaron una restringida rueda de prensa con la nueva directiva posventa encabezada por **Michael Broderick**, en la que se comentaba el interés por apoyar al taller con programas de formación y que mencionaban que la compra de las factorías de **Beru** es reciente como para suponer cambios significativos, aunque el primero es el acceso a la tecnología OE que Champion había perdido.



www.contitech.de/aam-es

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



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

Power Transmission Group
Our Drive – Your Success.



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

Continental 
CONTITECH

Eventos AUTOMECHANIKA FRANKFURT



FERSA se presentaban en un stand mucho más diáfano, con el fin de consolidar lo que se ha venido trabajando durante los dos años entre una edición y otra de la feria para presentarse como proveedor a nivel mundial (presente en los 5 continentes), con más de 40 años de experiencia, focalizado en la innovación, la calidad (ISO TS/1649:2002 en 2006) y EFQM 4 Start a la excelencia en la gestión) y el servicio calidad a precios competitivos, con apoyos a los instaladores en forma de documentación técnica. Con su factoría en China (produce 4 millones de rodamientos cónicos de alta calidad) ya operativa para el suministro en OE en ese mercado, presentaban su **catálogo general 2013**.



HONEYWELL presentaba sus nuevas **pastillas de freno Stop** como alternativa asequible para clientes sensibles al precio o con vehículos antiguos, además, mostraron la primera gama de pastillas de freno con alta reducción de polvo para el sector postventa **JURID^{3/4} WHITE**. Otro de los puntos de interés del stand fue la zona donde se podía comprobar la eficacia de su solución on line para el diagnóstico de problemas de frenos **TechFinder**.

Ismael Carmena posa satisfecho en uno de los tres stands de **HELLA** con múltiples novedades: sistemas de iluminación LED de conducción diurna **LEDayFlex II**, el faro de trabajo **Power Beam 5000**, el **piloto trasero LED del Golf VI** o el **sistema especial de señalización RTK7 para vehículos de bomberos, policía o salvamento**. En el ámbito de la **Electrónica**, novedades en su **gama de motores de arranque y alternadores, sensores de lluvia, de luz, de nivel del aceite**. En el área de **Termocontrol** se presentaban sus sistemas de refrigeración del motor y climatización del vehículo con productos como bombas de agua, radiadores de aceite para retardadores hidrodinámicos de vehículo industrial, ventiladores o productos específicos para vehículos híbridos. Por su parte, en el H8.0, **Hella Gutmann Solutions** y la reciente **Hella Nussbaum Solutions** joint venture creada este mismo verano, mostraron sus novedades en equipamiento para taller que pudieron ser probados in situ. En el área de **Industria**, en el H10.0, se mostraron todos los avances que HELLA ha trasladado a sectores del alumbrado público y profesional por ejemplo su sistema de iluminación LED.



ICER mostraba a sus distribuidores una gama de más de 150 referencias de materiales de fricción.



FILTRON acudía con stand a la feria, presentando su catálogo 2012.



ISTOBAL mostraba una nueva imagen mucho más alegre y diáfana, con un curioso planteamiento de stand, con zona de **chill out** incluida. Una de sus novedades, la **M' Start**, que es el equipo inicial de la gama fácil, durable y alta tecnología. También presentaban dos nuevos puentes de lavado para vehículo industrial **Heavy Wash**; los equipos en general muestran unos nuevos cerramientos más resistentes con una nueva línea más marcada y robusta. Nuevos sistema sde reciclaje de agua **Zeolis**, y el **verificador de aire-agua digital**. Se mostraron también diferentes versiones de **n'joy wash**, la "esquina verde" con los productos **Link it** y la nueva línea de químicos **Esens**.



FTE acudían a la feria para presentar su **hidráulica para cambios de marcha automáticos y transmisiones de doble embrague**, además de las **pinzas de freno remanufacturadas**. Los nuevos catálogos también se presentaban en la feria separando la edición de turismos dado el incremento en número de referencias de freno y embrague de la de vehículos comerciales y pesados, donde se han aumentado las referencias en más de 1500 piezas.



JOHNSON CONTROLS presentaba su concepto **ecosteps** de reciclaje, por el que los partners que se adhieran reciben un descuento en las baterías nuevas evitando la burocracia de los residuos. También se mostraba la herramienta **VSSP** que supone al taller elegir el producto correcto, y dotarles de experiencia técnica y la herramienta necesaria para facilitar el cambio de las baterías start stop. Las baterías **VSO** y las de la marca **Óptima** estuvieron también presentes en el stand.



GATES mostraba su nueva correa **Micro-V Horizon multiacanalada**, con distintivo azul, que garantiza un funcionamiento silencioso mejores niveles de estabilidad a la fricción y flexibilidad para motores compactos. También lanzaba la **Accessory Belt Drive System**, una guía de solución de problemas, y un **indicador de desgaste** de correas; por otra parte, **lanzó 1500 kits de su Micro-V** que ahora alcanzan los 1700. Otro lanzamiento son las 28 nuevas referencias de sus kits de correas de distribución con bomba de agua Gates Power Grip. También, aprovechando las nuevas tecnologías, lanzó una **aplicación de consulta de su catálogo para smartphones** accesible con código QR. **Salvador Grima** y **Kathy Brysse** se lo explicaban a Gloria Viñals.

GKN lanzó una nueva tecnología de juntas de transmisión basadas en el concepto **countertrack** (pistas opuestas: la junta de bolas fija de velocidad constante en la transmisión). Se introduce también en el mercado del recambio independiente y la ha presentado oficialmente en Frankfurt. Respecto a la parte de direcciones, la novedad que pudo verse en la feria es la **incorporación al programa de GKN europeo de las Direcciones y Columnas de Dirección eléctricas** todo ello nos lo contaba **Javier Casado**, director de ventas para España y Portugal.



KLARIUS se presentaba con diversas novedades: **nueva gama Premium de filtros de partículas diésel, Bombas de agua QH** para Mercedes, BMW, VAG, Bilbao, **alternadores y motores de arranque QH Friesen**, la **gama de dirección y suspensión incluyendo despiece de productos, Premium Kit+ para componentes de dirección y suspensión** que se presentarán primero en el mercado alemán y en los tres primeros meses de 2013 estará en España, **Klarius DPF** piezas de control de motor que estará presente en el mercado a principios de 2013, **nuevos catálogos electrónicos. La compañía ha decidido modificar su política de suministro y se hará desde sus plataformas paneuropeas**, si bien se trabaja para que esto no afecte al suministro urgente; aunque los amortiguadores sitarán estas instalaciones ya que se adaptarán a la nueva realidad. **Heloisa Monzani** nos comentaba. "Como fabricantes no podemos distribuir al menos (como estamos haciendo) y mantener los precios demandados por el mercado; Como todas las empresas, la situación europea y española, afecta al grupo y tenemos que tomar decisiones diferentes para seguir operando y colaborando con nuestros clientes. Diferente no significa menos, significa que tenemos que adaptarnos a la realidad y no tiene por qué ser mal."



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



Por falta de tiempo.



Madura.



MEYLE-HD. Sencillamente dura más.

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

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

www.meycar.es

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



MEYLE[®]
Products

AUTOMECHANIKA INNOVATION AWARDS

Los premios a la innovación tecnológica, ya un clásico en la feria, fueron dados a conocer el pasado 27 de agosto (un jurado de ocho expertos eligieron los nueve ganadores de un total de 117 candidatos -59 alemanes y 58 de otras 15 naciones-).

Durante toda la feria, los premios estuvieron expuestos en una zona especial el Foyer del H 4.1.

NTN-SNR Roulements: NTN in-wheel, sistema de motor (Categoría: Piezas) Debido a que actúa sobre dos ruedas, la potencia propulsora de la NTN in-wheel, sistema motor es equivalente a la de un vehículo compacto. El resultado es un mejor rendimiento, porque la potencia a las ruedas izquierda y derecha se puede controlar de forma independiente. La velocidad máxima es de 150 km / h.

Delphi France SAS: Delphi telemática (Categoría: Sistemas) Delphi telemática es básicamente una tecnología de comunicación inalámbrica que permite "hablar" con el cliente a través de un dispositivo instalado en el vehículo. Las características incluyen el diagnóstico de vehículos, reparación de la avería, el servicio recordatorio de citas, control de vehículos, la salud y la gestión de incidencias.

Prins Autogassystemen BV: Prins directo LiquiMax System (Categoría: Tuning) (operación GLP bivalente y monovalente) Es útil en el consumo de combustible y emisiones reducidas, por ejemplo, CO2 (hasta 15%) y partículas (hasta 90%), sin pérdida de capacidad de conducción y el rendimiento y la puesta en marcha directa con LPG. Ha sido galardonado con el primer R115 certificación para los motores de inyección directa.

Volkswagen Aktiengesellschaft: módulo de pruebas de alto voltaje, VAS 6558A (Categoría: Reparación / Diagnostics) asegura que los automóviles de la gama e-motion estén perfectamente mantenidos. Todas las funciones de prueba para los vehículos eléctricos se encuentran en un pequeño dispositivo.

Steelmate Co., Ltd.: DIY TPMS (Categoría: Accesorios) Este producto (presión de neumáticos sistema de vigilancia, en su acrónimo) es un medidor de presión de las llantas en el encendedor de cigarrillos y más sensores externos, el sistema puede ser instalado en sólo cinco minutos. Valor añadido: ahorro de costes, menor consumo de combustible, menos desgaste de los neumáticos y fácil comprobación de la presión.

Robert Bosch GmbH: componentes Bosch híbridos para la división de eje matriz (Categoría: Productos y Servicios OE) Al trabajar conjuntamente con PSA, Bosch ha desarrollado el sistema mundial de primer híbrido con motores diesel para las reducciones significativas en el consumo de combustible (aprox.

25%). El sistema es una combinación de motor de combustión interna y motor eléctrico en el eje trasero y se puede integrar en sistemas de transmisión existentes con relativamente poco esfuerzo.

Alfred Kärcher GmbH & Co. KG: Kärcher Programa Rueda de limpieza de los Centros de Cuidado de Autoservicio (Categoría: Estaciones de servicio y Car Wash) Las ruedas guías complementarias Kärcher del programa de limpieza actúan de forma sistemática y eficiente a través del proceso de lavado, ya que el agente de limpieza se aplica a través de la pistola de alta presión. El sistema es extremadamente eficiente y sólo utiliza 400 ml / min. de la solución de agua y agente de limpieza. Por otra parte, el limpiador de ruedas alcalina es NTA-libre y elimina la suciedad sin dañar las ruedas.

ApplicoData GmbH: My Car Dealer y yo (Categoría: Informática y Gestión) Esta aplicación es una de soluciones innovadoras diseñadas para aumentar la lealtad de los clientes, así como mejorar el diálogo entre el cliente y el distribuidor y elevarla a un nuevo nivel. Esto se logra al vincular directamente la aplicación de DMS del concesionario. La aplicación es el distribuidor de coche moderno para el bolsillo.

Hunter Engineering Company: RFT GSP9700 Vibration Control System (Categoría: Reparación / Mantenimiento) Es una máquina de equilibrado de ruedas con rodillo de presión integral que sujeta la rueda a un taller simulando carga de prueba antes de equilibrado. El rodillo de carga mide la radial y lateral las fuerzas que actúan sobre la rueda, que, hasta ahora, sólo se podía medir por máquinas industriales.



D-POWER

NGK


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



KYB continúan con su programa de acciones iniciado en 2010 para desarrollar las ventas del taller. Este año, el punto es el **Suspension Solutions** mediante códigos QR; tal como nos explicaba Juan Carlos Díez, se le facilita al taller poder acceder a vídeos de montaje, instrucciones de montaje, información más detallada (en un libro técnico de KYB) o inspección visual de las verificaciones que el taller debe hacer y dónde.



LAUNCH recibió multitud de visitas a su stand en el que todas las herramientas y equipos se mostraban al público profesional.



MANN+HUMMEL también acudió con novedades: El nuevo sistema de filtro de aire consta solamente de tres componentes: una carcasa, una tapa y un elemento MANN-FILTER. La característica esencial de este sistema ayuda al mecánico: para cambiar el elemento de filtro, simplemente afloja 2 tornillos. Abre la tapa, saca el filtro de aire, introduce el nuevo, cierra la tapa. El servicio siempre deslizándose en la posición correcta por medio de la forma precisa de la carcasa, está fabricado para los motores TSI de 1,2 y 1,4 litros instalados en los VW Golf y VW Polo. En el sector de camiones presentaron la amplia gama de filtros de urea: con el nuevo **U 630 x** no son necesarios cierres roscados o tornillos. Se sujeta sólidamente mediante una conexión a presión y es fácil de cambiar.



MEYLE como principal novedad presentaban los **brazos de control de suspensión para BMW** (que con un elemento sustituye las tres series del fabricante) y las **rótulas HD** la primera pieza HD para camiones de las principales marcas. De este tipo de productos mejorados, nos comentaban que van a desarrollar más elementos en los próximos 3 años; se ha creado una plataforma para ver las piezas en 3D que estará disponible en España el año próximo. **Juan Soriano** y **Alberto Castro** explicaban la satisfacción por el lanzamiento de estos productos que suponen aumentar las ventas y consolidar las inversiones de los almacenes de Barcelona y Valencia. De hecho, en la central de Hamburgo se ha duplicado el almacén (30.000 m2 con una inversión de 15 millones de Euros) para dar más cobertura.

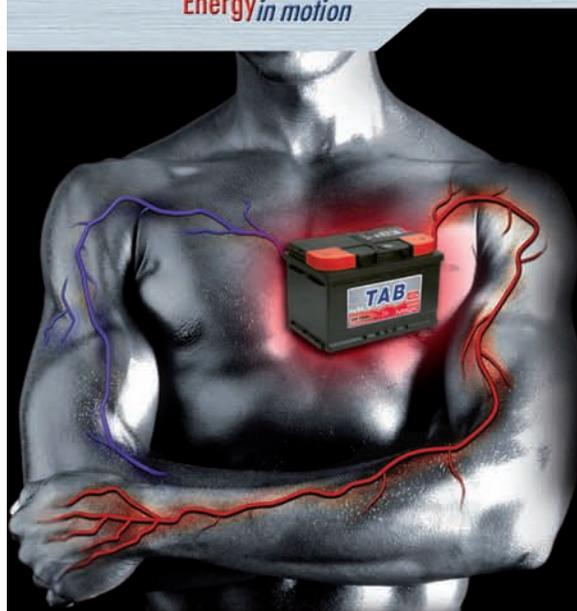


MAGNETI MARELLI aportaban novedades: la **nueva gama de estaciones de carga** rediseñadas para ser capaz de trabajar con el gas R134a actual y con el nuevo gas R1234a, y el siguiente incorporará funciones híbridas para los nuevos vehículos. También se mostraba el **Tester Flex**, una herramienta integral de medida y diagnóstico sin cable, **potenciarán los cursos** (denominados "campus"), **más unidades de control de motor**, que cubren más de 1.500 aplicaciones para el suministro de diesel, mientras que los **módulos de pedales** cubren más de 4.000 aplicaciones. Sus productos en telemática también estuvieron presentes: el **Black Box** para aplicaciones de seguros o control de flotas en remoto, que unen la tele-diagnosia para detectar disfunciones en el vehículo. También se podían contemplar los productos en **infotainment** y de seguridad. **Andrea Anfossi** nos lo contaba en su stand.

NGK Presentada por el nuevo director ejecutivo posventa de NGK-NTK, nombrado el pasado enero **Damien Germès**, la compañía presentó en su stand su **propia gama de bobinas de encendido**, además de las reconocidas bujías, cables de bujía, calentadores y sondas lambda; consta de 350 tipos, divididas en seis familias distintas para facilitar la identificación, además de llevar un dibujo en la etiqueta para minimizar errores, embalajes con 11 tamaños distintos y una secuencia de referencias comprensible para identificar la pieza correcta; se dispone desde la clásica cilíndrica para distribuidores hasta bobinas en bloque con doble salida, tipo lápiz y regletas de bobinas, con una cobertura del parque europeo del 92% y el 90% de los modelos más vendidos. Para presentarlo se ha editado un folleto de 4 páginas, el catálogo de productos de 12 páginas además de estar en el catálogo online de la marca y en la versión 4/2012 de TecDoc a partir del próximo mes de octubre. El director de la filial española, **Josep Maria Freixes** se mostraba satisfecho con la nueva gama que le supondrá seguir ganando cuota entre los profesionales del sector.



TAB
Batteries
Energy in motion



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

FERIAS EN LA FERIA

Como viene siendo habitual, en el marco de Automechanika se presentaban otras opciones feriales; pudimos ver por los pasillos a los responsables de **Expomovil Comercial**, que visitaban a los posibles candidatos a la **segunda edición en 2014**. En su stand, **EquipAuto** (del 16 al 20 de octubre de 2013) se postulaba como el salón de equipos, servicios para todo tipo de vehículos con **nuevos horarios** (los dos primeros días de 10 a 19h, viernes y sábado de 10 a 21h y el domingo de 10 a 17h). **Autopromotec** (del 22 al 26 de mayo de 2013) explicaba su intensificación en el sector de los camiones, la creación del **"Polo del Diagnóstico"** con los pabellones 14 y 15 (20.000m2) solo para estos equipos, amplia la internacionalización (misiones en Turquía, Brasil, China) organizándose el **IAAM13** (cuarto encuentro posventa de la automoción); además, han **renovado su web** y han creado una **app para smartphones** para actualizar todo lo concerniente a la feria. Por su parte, y en uno de sus varios stands (que para eso es una de las **Automechanikas** del mundo) los responsables de **Motortec Automechanika Ibérica-MAI** (del 13 al 16 de marzo de 2013) nos explicaban sus más de **18.000 m2 contratados**, la vuelta de diferentes expositores, la potenciación del ámbito internacional con el norte de **África y Latinoamérica**, la incorporación de la **Truck Competence**, la creación del **Día del Neumático**, los **foros de debate** abiertos en LinkedIn, además de la creación de los **Encuentros de Redes de Talleres** (en septiembre pasado y el primer día del salón) y el **primer curso de marketing ferial** (el 28 de noviembre) para que los expositores tengan pistas de cómo se pueden realizar dinámicas. Por otra parte hablaban de la zona **Spain Export Aftermarket** con reuniones B2B con directivos de diferentes países.



EquipAuto tendrá nuevos horarios en su próxima edición



Hugo Valenti y José Miguel Guirado charlan con Gloria Viñals sobre la próxima edición 2014.



La nueva App de Autopromotec



Raúl Calleja y Alberto Leal, muy entusiasmados con la batería de actividades para la nueva edición de MAI.



SEINSA se presentaban lanzando un **kit con guías** que repara/reconstruye la pinza de freno, hasta final de año trabajan para disponer de todo el stock que cubra el 80% del parque europeo.



TECNOMOTOR presentaban como novedad el equipo **Socio 400**, un módulo PC con diagnóstico integrada que puede combinar el osciloscopio con la diagnosis multimarca. Otra novedad era el **Pokayoke 550 diag**, en el que se selecciona el servicio a realizar y el aparato se comunica con la electrónica del vehículo. Como noticia para nuestro mercado, la compañía se ha comprometido a entregar unidades de diagnóstico de forma gratuita en las escuelas de formación de Andalucía.



TEXA se presentaba el año de su cumpleaños con novedades: la **Konfort 710R**, la versión base que completa la gama 700, el **concepto App** por el que el mecánico que use el **IDC4** podrá encontrar la lista de aplicaciones, con la función **Dashboard** para el terreno del vehículo industrial, además de un **Kit identificador de refrigerante**.

UFI acudía a la feria mostrando sus filtro diesel para el nuevo Fiat Panda, los **módulos de filtración gasoil** de última generación y de aceite del nuevo Lancia Thema además del **completo filtro de aire integrado en el sistema de admisión** para el Mercedes SLK 55 AMG. **Eduard Martí y Franco Brovero** nos comentaban con satisfacción el crecimiento que siguen experimentando en nuestro país.



SKF traía novedades en los **kits de rodamientos de rueda**, con **códigos QR** para ofrecer al instante información técnica y de producto, **kits de fuelle de dirección**, **nuevas herramientas** para colocar los fuelles y cerrar las abrazaderas.



SOGEFI mostraba una nueva marca de filtros de alta calidad diseñados exclusivamente para vehículos comerciales ligeros, camiones y autobuses: **Sogefi Pro**. Esta nueva marca sustituye todos los filtros de vehículos pesados que anteriormente se ofrecían bajo las marcas Purflux, Fram, CoopersFiaam y Tecnocar de Sogefi. Además, también se incluyen 80 nuevas piezas de Sogefi que hasta ahora no estaban disponibles. En total, Sogefi Pro cuenta ahora con un completo programa de más de 500 referencias. Además, presentaban **nuevo catálogo de Purflux**. Además, lanzaban los primeros **muelles helicoidales de material compuesto (FRP Coil Springs)**; para el mercado español, ya está disponible una nueva página web: www.sogefigroup.com/es



TENNECO acudió a la feria de una forma muy original: con su road show **Tenneco On tour**. Un autobús de la compañía con una carpa donde los productos y servicios ofertados se presentará en España el próximo marzo, incluso realizándose comparativas de vehículos con amortiguadores en buen y mal estado (cuando el espacio lo permita)



El futuro es presente



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

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



INNOVATOR

UFI FILTERS IBÉRICA sl

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

A NUESTROS OJOS

Sabemos lo que es un primer día de una edición ferial; lo que pasa es que en Automechanika Frankfurt, incluso los primeros días son otra cosa.

Pero esta vez, y para nuestra sorpresa, (y llevamos 15 ediciones), el primer día, en un ambiente de bochorno previo a las tormentas que se sucedieron por la tarde, parecía cualquier otra feria que no fuera el buque insignia de Messe Frankfurt: pocos visitantes para lo que es el estandarte de la marca establecida ya en 12 países incluido el nuestro, lo que nos extrañaba tanto que no la reconocíamos.

Afortunadamente, el segundo día Automechanika volvió en sí, y los pasillos, escaleras, vía móvil, shuffles que conectan los pabellones (¡¡¡la magnitud del recinto lo necesita!!!), entradas a los distintos 'Hall' se hallaban llenos de bullicio; muchos encuentros en los pasillos con profesionales españoles sin stand (toda la distribución desfiló), y por supuesto, encuentros con los profesionales españoles con stand.

El programa de presentaciones de prensa así como el de las animaciones, formaciones, informaciones, etc. activaba las arterias del recinto y el devenir de caras conocidas se iba acrecentando a medida que pasaban las horas. Presentaciones de producto, estrategias de compañía, nuevos cargos, nuevas iniciativas se daban a conocer en los diferentes stands de los pabellones y las zonas exteriores, (unas zonas otrora repletas y en esta ocasión con algunos claros, como en determinados pabellones).

El tercer día, siguió la tónica. Desde luego se puede hablar de una feria internacional, pese a que la logística de los visitantes haya cambiado. Éstos realizan estancias más cortas (cosa que también han reorganizado los diversos ejecutivos de los stands) y optimizan el tiempo al límite. Cosas de la tesorería, que hay que estudiar al límite.

Y los comentarios recibidos durante nuestra visita, bastante positivos: si bien el primer día hubo momentos de calma (demasiada, a veces), el ritmo se aceleraba de forma interesante (sin ser la locura de otros años) los días siguientes.

Las tres últimas jornadas, pues con tendencia al descenso, aunque al final hubo satisfacción por acudir al que, a pesar de todo y hoy por hoy, es el referente para la posventa de Europa para sus mercados internos y para los ojos de los distintos mercados que pretenden hacer negocio en el viejo continente.

Hubo zonas vacías, pese al récord de expositores, y vimos también muchas animaciones que, más que profesionales (que también, ¡que las sesudas conferencias y las presentaciones se solaparon muchas veces!) eran de ocio. Percibimos sobre todo, mucha profesionalidad, menos charla distendida y más *networking* del bueno (que se dice ahora), para rentabilizar el tiempo de estancia.

Y también asistimos a los primeros ajustes en extensión y horario, fruto de la necesidad de optimizar recursos y rentabilizar la visita y la presencia: menos días y más duración de la jornada, para exprimir bien el tiempo destinado en participar en la que, hoy por hoy, viene siendo LA feria de la posventa.



Especialista en todos los Sistemas Diesel

Su experto en reparación de componentes Diesel

Con más de 3.000 talleres en el mundo, la Red Bosch Diesel Center / Service está compuesta por talleres altamente especializados en el diagnóstico, mantenimiento y reparación de todos los sistemas diesel. Cuenta con profesionales capacitados por Bosch que realizan la comprobación de los sistemas diesel con equipos de alta calidad. Bosch Diesel Center / Service es el referente ideal para concesionarios y talleres independientes multimarca.

Localice nuestra red en: www.boschdieselservice.net



Diesel Center

Especialistas en Diesel

- ▶ Diagnóstico de vehículos, turismos y camiones
- ▶ Reparación de sistemas de inyección convencionales
- ▶ Reparación de sistemas de inyección Common Rail
- ▶ Calibración y comprobación de componentes



Nº1 en Tecnología Diesel



Recambios Originales



VALEO se presentaba como multiespecialista, aunque de toda su amplia familia de productos destacan las **AquaBlade** calefactadas, el **UN-LOK**, uj sistema de calce de pastillas el **OptiPACK**, un kit completo para la sustitución de las pastillas de freno, la nueva tecnología del **Beep&Park/Vision** y la incorporación de los **códigos QR** en los embalajes.



VELYEN se mostraban muy satisfechos con su participación en la que se presentaba la **Serie 1** y la **Serie Premium** para industriales y turismos; recibieron más de 100 distribuidores de 45 nacionalidades y las expectativas son de poder llegar al 60% de exportación a finales de 2012. También hicieron hincapié en las nuevas normativas de seguridad.



ZF anunciaba un **incremento en su cartera de productos para la posventa de más de 1000 elementos**, principalmente ara dar cobertura a los **vehículos asiáticos** y en los sistemas de dirección eléctrica, además de introducir **kits de cambio de aceite** para las transmisiones automáticas de ZF y **volante bimasa** para la transmisión de doble embrague VW DQ 250.



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

UN NUEVO ENCUENTRO DE REDES DE TALLERES CON MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA COMO MARCO

MOTORTEC A.I. 2013 PARA TALLERES EN RED



Tras el primero, celebrado en IFEMA el mes pasado, ya se está fraguando el segundo en el que, a buen seguro, se innovará y aportarán buenos contenidos.

Bajo el gran titular de **Posventa Plural**, las instalaciones de IFEMA vieron el pasado septiembre el I Encuentro de Redes de Talleres. Mucha participación de profesionales relacionados con la posventa que habitualmente no están presentes en los foros, y profesionales de las redes de los talleres realizando "networking".

En la próxima edición de **Motortec Automechanika Ibérica** va a celebrarse el II Encuentro. Un momento en el que las redes de reparadores pueden interaccionar con empresas interesantes para proporcionar mayor actividad a los puntos de servicio.

El I Encuentro, y el II

Este es un evento dentro de otro mucho mayor, que ejerce de paraguas, sobre los que hemos pedido opinión a diferentes profesionales.

Para **Ricardo Crespo**, director de marketing de **Impormovil** y responsable de la red **AutoFit** "Me pareció un evento bien comunicado, presentado y coordinado. Interesante 'networking' y buenas presentaciones. Quizás eche en falta un poco más de representación de otras redes de talleres de distribuidores a la hora de opinar. También me hubiera gustado ver a las asociaciones de talleres hablando de lo que están haciendo para evitar que las compañías de seguros dirijan el tráfico y condicionen a los talleres a comprar en determinados servicios oficiales o a trabajar con determinadas marcas de pintura y conocer las estadísticas de la actividad real en los talleres.

Creo que los asistentes a estos eventos esperan salir conociendo datos que no conocían, estar informados de los nuevos movimientos en el sector y haber conocido gente interesante con la que colaborar. Por supuesto, la feria referente del sector debía tener este

tipo de reuniones con diferentes enfoques, fabricantes, distribuidores, redes de talleres y talleres."

Joan Carles Rico, responsable de la red **SPG Talleres** y Dpto. de maquinaria de **Grupo Serca Automoción**, opina "El evento tuvo respuesta a la convocatoria, sin embargo, el titular no coincidió con el transcurso del mismo, ya que faltó más protagonismo, diferenciando las que dependen de Grupos de Distribución, fabricantes de componentes o franquiciados.

Creo que la próxima edición debería "incorporar" menos y "seleccionar" más, si bien considero que es importante que existan este tipo de eventos para el futuro de talleres por si realmente las compañías de renting y aseguradoras tienen interés en trabajar con las redes. Opino que este evento podría haber sido en otra fecha, no necesariamente en MAI, sobre todo para los que asisten como expositores".

Miguel Sánchez, global marketing manager de **GT Motive** considera: "se consiguió dar importancia y dinamismo al sector, aportar conocimiento a las redes de talleres a través de la investigación del mercado y de la gestión.

Hay que destacar la masiva asistencia al encuentro y el gran número de solicitudes que no se pudieron atender. Tal vez haya que promover la participación de los asistentes, pero eso a veces se descontrola y se desnaturaliza el evento.

Como idea novedosa, me gustaría que se debatieran este tipo de experiencias en otros países, y ver casos de éxito en mercados más maduros. Este tipo de reuniones tienen un objetivo claro: conectar a la gente que tiene iniciativa.

En una gran feria como Motortec A. I. se genera mucho ruido, y tal vez se pierda la fuerza que ha tenido la primera edición." ●



Miguel Sánchez, global marketing manager de GT Motive



Joan Carles Rico, Responsable de la red SPG Talleres y Dpto. de maquinaria de Grupo Serca Automoción



Ricardo Crespo, director de marketing y responsable de la red AutoFit de Impormovil.

www.motortec-automechanika-iberica.com
www.impormovil.es
www.serca.es
www.gtmotive.com

II ENCUENTRO REDES DE TALLERES EN MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBERICA-MAI



Raúl Calleja
Director de Motortec Automechanika Ibérica 2013

Tras el 1er Encuentro que tuvo lugar el pasado 27 de septiembre, con un importante éxito de convocatoria de responsables de redes, empresas, renting...empezamos a trabajar en el formato y contenido del 2º que tendrá lugar el día 13 de marzo, primer día de **Motortec Automechanika Ibérica-MAI**. Una de las conclusiones más importantes es que los profesionales del sector tienen muchas ganas de aportar contenido. No hay otro evento en el que exista una tan masiva concentración de talleres.

Es obvio que gran parte del futuro de los talleres pasa por su pertenencia a una red, que les facilite la vida, que le ofrezca paquetes de gestión, políticas de compra venta competitivas. Que les ayude en temas de formación con las nuevas tecnologías, información técnica, imagen, comunicación, como captar clientes...en definitiva, a poder mejorar la rentabilidad de su negocio.

Por eso, MAI pone a disposición de todas las redes de talleres, y empresas afines que quieran:

- Ofrecer la Red y todos sus servicios al conjunto de talleres para captar socios.
- Buscar mayor penetración geográfica del colectivo.
- Buscar socios internacionales o exportar una marca.
- Organizar convenciones de Red aprovechando el marco de MAI.
- Presentar nuevas soluciones tecnológicas a muchos talleres en muy poco tiempo.
- Buscar o ampliar nuevos puntos de venta.
- Fidelizar socios.
- Mostrar al mundo la capacidad de compra y la fuerza de un colectivo con potencial, con acciones para promover la venta.
- Localizar nuevos talleres para los buscadores.

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

AUTOMECHANIKA SHANGHAI 2012

AUTOMECHANIKA SHANGHAI CADA VEZ MÁS INTERNACIONAL,
CON UN RÉCORD DE TRECE PABELLONES EXTRANJEROS

EL MERCADO DEL AUTOMÓVIL SE ESTÁ DESPLAZANDO A CHINA

Automechanika Shanghai es la "Automechanika" más grande después de Frankfurt, Alemania, la primera mayor de las doce que se celebran a nivel mundial, y está atrayendo a compradores profesionales y visitantes de toda la cadena de la industria del automóvil de todo el mundo.

Organizada por Messe Frankfurt SA (Shanghai) Co. y CNAICO (China National Automotive Industry International Corporation), **Automechanika Shanghai** se lleva a cabo en el *Shanghai New International Expo Centre*, China, del 11 al 14 de diciembre, y, cada vez más, está considerada por la industria del automóvil como la plataforma más adecuada para extenderse en el mercado de China, así como para a las empresas chinas para ampliar sus negocios en el extranjero. La feria cubre la cadena de la industria del automóvil al completo, incluyendo OE y posventa e incluye tres sectores principales: Partes y componentes, Reparación y mantenimiento y Accesorios y tuning.

Promovida entre el mercado local

Con el fin de satisfacer las crecientes necesidades de las empresas internacionales para encontrar distribuidores de calidad explorar o expandir sus negocios en China, la feria ha colaborado con las asociaciones nacionales y con más de 50 bases de distribución en China importante producción automotriz y para atraer muchos distribuidores para ver los expositores. Es una feria reconocida por la industria y los departamentos de compra de vehículos, I+D y control de calidad de más de 20 fabricantes líderes de automóviles nacionales como **BYD, Cherry, Dongfeng, FAW, Great Wall, JAC** y SAIC. Ellos visitarán la feria para reunirse con los proveedores actuales y potenciales.

El mercado del automóvil se está desplazando a China

En Automechanika Shanghai 2012 habrá más de 3.900 expositores de todo el mundo, por primera vez expondrán países como Bulgaria, Egipto y Pakistán. La exposición cuenta con más de 180.000 metros cuadrados, incluyendo nuevos pabellones: N1-N4, lo que supone un incremento del 13% en comparación con la anterior edición

Xuecheng Ji, presidente de CNAICO dijo: "El hecho es que más países en desarrollo estén cambiando su mercado objetivo desde Europa a China por eso tenemos muchos nuevos expositores en la feria: quieren explorar más oportunidades de negocio en este creciente mercado chino de los casos. un evento que está muy bien considerado por la industria".

Un informe de **Arthur D. Little**, una de las empresas más antiguas del mundo de con-

sultoría, afirma que para 2050, el 70% de la población mundial vivirá en Asia. Los economistas del *FMI* han pronosticado que la flota de automóviles de China será tan grande como la flota mundial de automóviles completa de hoy. Como resultado, el centro de gravedad de la industria del automóvil ha empezado a cambiar de América del Norte, Europa Occidental y Japón hacia los mercados emergentes.

Un récord de 13 pabellones extranjeros

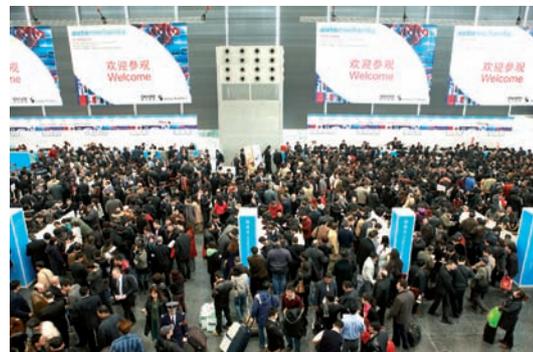
Además del primer pabellón del Reino Unido, organizado por *SMMT*, varios pabellones extranjeros han aumentado su tamaño para esta edición 2012. India ha ampliado su tamaño en un 75%; Corea y Malasia en más del 30%. Además, los pabellones de Taiwan, en los Accesorios y tuning (Hall W5), así como Partes y componentes y Reparación y mantenimiento se han ampliado en un 40%, en parte debido a la coordinación institucional, ya que la Asociación de fabricantes de Vehículos de Transporte de Taiwán (*TTVMA*), que representa a más de 2.000 fabricantes de miembros y representantes de automóviles, motocicletas, bicicletas industrias de Taiwán, está organizando los pabellones de este país en la feria, por primera vez, junto con los importadores y exportadores de la *Asociación Taipei*.

Otros pabellones extranjeros, entre ellos Francia, Alemania, Italia, Japón, Singapur, España, Tailandia y EE.UU. también están presentes de nuevo en la feria de este año.

Plataforma de intercambio East-West, pensada para los agentes locales de la industria china

La edición de este año de la feria también contará con el número de pabellones chinos puesto que se dispone del apoyo de más de 50 organizaciones comerciales y asociaciones industriales como *Xiamen Automotive Parts Trade Association (XMAPTA)*, que representa más del 50 por ciento de las compañías de accesorios y tuning en Xiamen, o la *Federación del Mercado de Piezas de Vehículo Comercial de China (CCVP)*, una organización nacional sin fines de lucro para las empresas fabricantes de partes de vehículos comerciales, ventas y servicios en China; representa a más de 200 empresas miembros. ●

 www.automechanika-shanghai.com



Mejor de lo esperado

Por sus características, la bomba de agua debería ser un componente a la baja en el mercado posventa. Sin embargo, está cambiando el concepto de ella por parte de los talleres y los consumidores pasando a ser considerado un componente de mantenimiento más que simplemente mecánico. Ello ha contribuido a que sus ventas se mantengan estables.

Pieza mecánica, de poca rotación, cada vez más fiable... la **bomba de agua** lo tiene todo para ser un componente cada vez menos comercializado en el mercado posventa. Sin embargo, no es así, sus **ventas** no solo se mantienen estables sino que, incluso, muestran una cierta **tendencia al alza**. ¿Por qué? porque **se le considera cada vez más una pieza de mantenimiento** y los talleres, cada vez más, la sustituyen en la operación del cambio de correa de distribución en aras de la fiabilidad.

Componente de mantenimiento

Ya nos constataron esta tendencia los proveedores de correas recientemente (ver *MRYT número 350 septiembre 2012, páginas de 24 a 26*) que confirmaron el **auge en las ventas de kits de correas que incluyen la bomba de agua**. Lógicamente, los fabricantes y proveedores de bombas de agua se están beneficiando del aumento de ventas de estos kits de correas. Un destacado fabricante de bombas de agua confirma esta tendencia: *"el comportamiento de las ventas de bombas de agua durante 2011 fue al alza. El motivo fundamental es que la bomba de agua se está empezando a considerar un producto de mantenimiento en el mercado. Cada vez más se recomienda sustituirla junto con la correa de distribución"*.

Por tanto, a pesar de la crisis económica y la cada vez menos afluencia de los conductores a los talleres, las ventas de bombas de agua se están manteniendo a buen nivel lo que es una gran noticia para los actores de este mercado de reposición.



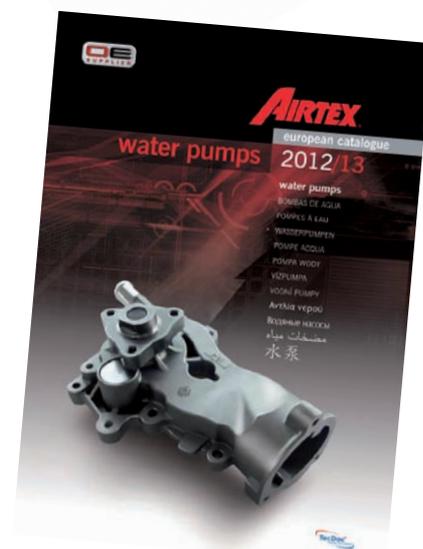
La oferta

No es muy concurrido el mercado posventa de bombas de agua al tratarse de un producto de baja rotación. Sin embargo, al considerarse cada vez más un componente de mantenimiento el número de proveedores se mantiene e incluso aumenta. Veamos las propuestas de algunos de ellos.

Airtex Products es uno de los fabricantes de referencia. Esta empresa sita en Zaragoza y perteneciente al grupo United Components, comercializa, bajo marca **Airtex**, un amplio elenco de bombas de agua que cubre prácticamente cualquier necesidad. Actualmente opera en el mercado posventa con el Catálogo de Bombas de Agua 2012/2013 lanzado este verano y cuya versión impresa suma 840 referencias para turismos, vehículos industriales ligeros y pesados. La actualización de su oferta es constante, prueba de ello es que, por ejemplo, el pasado mes de septiembre lanzó tres nuevas bombas de agua, las referencias 1927 y 1929 para camiones Iveco, la 1919 para modelos Toyota como el Auris, el Corolla o el Rav 4 o la 1954 cuyo destino es el motor 1.0 que montan el Citroën C1, el Peugeot 107 y el Toyota Aygo.

Desde San Fernando de Henares (Madrid), **Diesel Technic Iberia** pone a disposición del mercado posventa español de vehículo industrial las bombas de agua **DT Spare Parts**. Las 160 referencias disponibles cubren las necesidades de buena parte del parque de vehículo industrial pesado y forman parte del amplio programa de componentes de la marca DT Spare Parts compuesto por más de 30.000 recambios para camiones, trailers y autobuses. En la pasada edición de Automechanika Frankfurt, Diesel Technic presentó un programa completamente nuevo de piezas de recambio ara Iveco. Por la amplitud de la cartera de productos DT Spare Parts, que incluye un buen

Bomba de agua para vehículo industrial DT Spare Parts, la marca de Diesel Technic Iberia.



Catálogo de bombas de agua Airtex 2012/13. Sus 840 referencias garantizan una alta cobertura del parque circulante europeo.



Catálogo de bombas de agua Dolz para turismo. La firma castellanense fabrica con calidad equivalente a la de primer equipo.

WEBS DE INTERÉS

de año va a ir lanzando referencias de aplicación en varios modelos BMW, Ford, Mercedes, Toyota y del grupo Volkswagen. Las sedes del grupo Klarius en España está en Llodio (Álava) y en Coslada (Madrid).

Desde la localidad barcelonesa de Ripollet **Mañosa Bombas de Agua** importa la marca de bombas de agua **Mat**. Su oferta, compuesta por 750 referencias, está recopilada en el catálogo 2010-2011 y alcanza el 95 por ciento de cobertura del parque de vehículos industriales ligeros y pesados. La referencia "estrella" de la gama Mat es la 3490 para los Renault 400, 440 y 480 con motor E-Tech mientras que recientemente ha lanzado nuevas bombas de agua para el Piaggio Porter 1.4D con motor Lombardini LDW 1404.

SKF Española, la delegación en nuestro país de esta multinacional sueca, propone las bombas de agua **SKF AquaMax** las cuales destacan por cumplir o incluso superar las especificaciones de primer equipo. El resultado son unas bombas que aseguran un ajuste perfecto y una óptima eficiencia del sistema de refrigeración ante cualquier condición de conducción. Un revestimiento especial las previene contra los refrigerantes de baja calidad alargándose así la vida útil de la bomba mientras que unos conjuntos de retenes mecánicos eliminan prácticamente todas las fugas prematuras, la causa

del 90 por ciento de los cambios de la bomba de agua. La firma fabricante subraya además que las AquaMax son sencillas de instalar. SKF Española tiene sedes en Madrid, Cornellà de Llobregat (Barcelona) y Bilbao y una fábrica en la localidad navarra de Tudela.

Por último, **Valeo Service España** (Getafe, Madrid) pone a disposición de la posventa española un catálogo de termocontrol con fecha de edición 2011 que recopila 1.134 referencias de las que 587 son bombas de agua. Esta amplia oferta le permite superar el 90 por ciento de cobertura del parque europeo de turismos y furgonetas. En este catálogo se amplió notablemente la gama de bombas de agua **Valeo** que se incorporaron 146 nuevas referencias que han supuesto dar cobertura a 2.000 nuevas aplicaciones. Entre ellas, destacan las más casi 350 para vehículo japonés y coreano. Otra bomba de agua que tiene un gran protagonismo dentro de la marca francesa es la de aplicación en el modelo Peugeot 206. La calidad de las bombas de agua Valeo es equivalente al original y la actualización de la oferta, permanente ya que lanza una media de 300 nuevas referencias al año correspondientes al catálogo de termocontrol que, además de las bombas de agua, incluye termostatos, termocontactos, sensores de temperatura, válvulas EGR y cuerpos de mariposa. ●

www.adparts.com
www.adr98.com
www.agerauto.es
www.airtex.es
www.barlobearing.com
www.blueprint-adl.com
www.cecauto.com
www.dt-spareparts.com
www.es.qh.com
www.europart.es
www.exclusivasbcn.com
www.gecorusa.com
www.groupautounion.com
www.grovisa.com
www.grupauto.es
www.grupocga.com
www.idolz.com
www.impormovil.eu
www.italrecambios.es
www.manosabombas.com
www.meyle.com
www.radsa.es
www.rsturia.com
www.serca.es
www.valeoservice.com
www.vsm.skf.com/es

Hall 5.0 · Stand B14

automechanika
11a16 Septiembre 2012

DOLZ

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

NUEVOS CATÁLOGOS DE AUTOMÓVIL Y CAMIÓN

Confecionados 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

Las ventas de lámparas se han resentido en el último ejercicio como consecuencia de la delicada situación económica que vive España. Muchos conductores no cambian las lámparas, a aún menos las no imprescindibles, y apuestan por el precio en detrimento de la calidad. Al menos, su alta rotación, garantiza un mínimo volumen de ventas.

Las lámparas, y por extensión el sistema de alumbrado en fundamental en la seguridad pero, con la crisis, los conductores están dando prioridad al precio renunciando a la calidad.

Lámparas para el automóvil Luz atenuada

Aunque algunos proveedores estiman que el **mercado de reposición de lámparas para el automóvil** se mantiene estable, son más los que opinan que **ha retrocedido** en el último ejercicio 2011. Así lo explica un fabricante consultado: "en general el consumo ha bajado debido a que los consumidores compran lo imprescindible y lo más barato, pensando solamente en el ahorro inmediato aunque sea con las prestaciones mínimas".

Este **2012 no son mucho mejores las expectativas**. Algunos han apuntado que la primera mitad de año las ventas han descendido más de un 10 por ciento por lo que se prolongará la tendencia a la baja.

El papel de las luces de día

Más de un año después de la entrada en vigor de la **ley europea** que **obliga** a todos los **vehículos de nueva matriculación** a salir de fábrica con las **luces de día**, no se sabe qué efectos puede tener este marco legal en la venta de lámparas en la posventa. "Es pronto para ver el impacto de las luces diurnas sobre el recambio de las lámparas. Creemos que no afectará a nuestro mercado; de hecho, esperamos que el impacto sea positivo y que la gente se conciencie al notar la diferencia de conducir con las luces encendidas, no solo por el gran beneficio que aporta a la visibilidad sino también a la seguridad vial. Mucha gente piensa que en España, al tener muchas horas de luz, no hay necesidad de circular con las luces encendidas pero es todo lo contrario, las

luces encendidas advierten de adelantamientos, acercamientos y dan más información de la ubicación a la hora de tener el destello del sol. Hoy en día es común ver a muchos conductores con luces de cruces fundidas o mal regladas. Esto se debe a un producto de calidad baja por el que parecen apostar ciertas distribuidoras o grupos pero muchas veces el cliente final no lo sabe" opina un proveedor de este mercado.

En cualquier caso, no hay unanimidad a la hora de valorar esta obligatoriedad. Los hay **a favor**: "la mayor utilización de las lámparas implicará un mayor consumo además del incremento de ventas de lámparas LED porque consumen menos y duran más. Aunque aún no es obligatorio circular con las luces encendidas durante el día, los conductores tienden a mantenerlas encendidas lo que contribuye a un mayor consumo y a un incremento de ventas dentro de la familia de la iluminación". Y **en contra**: "por motivos de seguridad es una ley que hay que aplaudir. Sin embargo, a nivel de consumo de lámparas, la ley afecta de forma negativa ya que los vehículos salen de las fábricas con equipos de lámparas LED que, previsiblemente, durarán toda la vida del vehículo por lo que no hay un cambio de estas lámparas lo que sí ocurriría si se usaran las luces de cruce como luz de día".

Pros y contras

Haciendo un análisis general del mercado de lámparas, su **principal ventaja** es que es un **producto de alta rotación** y su **cambio es obligatorio** tal como constata un fabricante consultado: "entre los productos de recambio,

las lámparas tienen un consumo obligatorio ya que si se funden o se rompen se deben cambiar lo que contrasta con otros productos en los que no es necesario". Otros proveedores consultados han apuntado otros puntos a favor como el **creciente implicación de los conductores con el mantenimiento del vehículo** o la generalización (aún lenta según la mayoría de fuentes preguntadas) del **xenón**, lámparas de alto **valor añadido** a la hora de reponerlas.

Los inconvenientes están estrechamente ligados al actual contexto económico: **menos poder adquisitivo de los conductores** que apuesta muchas veces por productos de baja calidad pero baratos. También el **menor uso del vehículo** y la **reducción del parque circulante** están incidiendo en el estancamiento de las ventas de lámparas.

Propuestas de ejemplo

Para tener una idea más concreta de la oferta en lámparas para el automóvil, les describimos las propuestas de algunos proveedores destacados de este mercado en el que las marcas más vendidas son **Philips, Osram, Amolux, Hella** y **Bosch**:

Aspöck Ibérica: Mataró (Barcelona). Empresa asociada al fabricante austriaco Aspöck Systems, opera en el mercado de lámparas para automóvil con las marcas **Aspöck** y **Bosma**, esta última lanzada recientemente. Con ellas pone a disposición de la posventa una amplia gama de lámparas que cubre las necesidades



Lámparas Bosma. El lanzamiento el año pasado de esta marca ha relanzado las ventas de Aspöck Ibérica.

de buena parte del parque circulante europeo. La fiabilidad es la gran virtud de esta gama que tiene en la línea estándar como *alma mater* de la oferta por su óptima relación calidad-precio y por su elevada cobertura del parque. La última incorporación, sin embargo, es la gama de lámparas halógenas Premium de la marca Bosma que aportan unas altas prestaciones. Recientemente ha estrenado nueva imagen de sus marcas así como un nuevo catálogo que reúne lámparas halógenas, de xenón, led y lámparas con diodos de alta intensidad.

Bermi: Barcelona. Dedicada a la comercialización de lámparas desde 1983, propone al mercado de reposición sus marcas propias **Haye** y **Prisma**. Con ellas, la oferta es amplia ya que abarca lámparas para el automóvil de 6, 12 y 24V, kits de xenón aplicables a cualquier tipo de automóvil, lámparas long life que aporta un extra de duración o las lámparas “+90%” que proporcionan mucha más luz y, por tanto, visibilidad. Incluso cuenta con rotativos de led y triángulos reflectantes. En total, más de 800 referencias para satisfacer la mayoría de demandas del parque circulante nacional y europeo. Este elenco de referencias está recopilado en un catálogo editado en 2011. No obstante, como subrayan desde Bermi, la actualización de referencias es constante y ha anunciado que, en breve, editará una nueva versión actualizada. Las lámparas más destacadas de esta oferta son las Long Life y las “+90%”. Las primeras porque aportan una más larga vida útil y las segundas porque su visibilidad es mucho mayor. Precisamente la 795, una “+90%” es su última lámpara lanzada al mercado. El gran haz lumínico que proporciona, muy por encima de la media, es el aspecto que le distingue de buena parte de su competencia.

Bosch: Madrid. Una de los programas de lámparas más ambiciosos de este mercado es el propuesto por la multinacional alemana. Bajo marca **Bosch** ofrece un amplio elenco de lámparas cuyas líneas principales son las siguientes: *Pure Light*: lámparas estándar con calidad de primer equipo; *Longlife Daytime*: lámpara con una vida útil hasta tres veces más larga resultando ideal para los conductores que no disponen de luz diurna y encienden la luz de cruce durante el día; *Plus 50/60 Plus Life*: lámpara que aporta hasta un 50 por ciento (variantes H1 y H7) y un 60 por ciento (H4) más de luminosidad y que, gracias, a su gran porcentaje de gas xenón, su larga duración está garantizada; *Xenon Blue* y *Xenon Silver*: lámparas cuya tonalidad de luz blanca, saturada y fría durante toda su vida útil proporciona una apariencia elegante, similar a la de la luz de xenón y *Plus 90*: lámpara de gran potencia para obtener una gran luminosidad, concretamente, hasta un 90 por ciento más luz en comparación con una lámpara halógena estándar. Este extenso programa permite a Bosch alcanzar el 95% de cobertura del parque. Las lámparas halógenas *Plus 90* son las más novedosas y se erigen como las más destacadas de la gama Bosch. Técnicamente, un cono de luz más largo y con un diámetro mayor permite iluminar la carretera mucho mejor, hasta un 90 por ciento más que una halógena estándar. Además, la tonalidad es mucho más blanca para una con-

ducción más relajada. Esta “blancura” extra se consigue con un relleno de gas xenón, una construcción optimizada del filamento incandescente y con un recubrimiento parcial azul. Las *Plus 90* están disponibles en las variantes H1, H4 y H7 por lo que se pueden montar en la mayoría de vehículos. De la gama Bosch también sobresale su innovación tecnológica, no olvidemos que la firma alemana ha sido la precursora de las lámparas H4 y de las de descarga de gas xenón.

Hella: Tres Cantos (Madrid). Otras de las marcas imprescindibles de este mercado es **Hella**, tanto por la amplia oferta como por la calidad técnica de sus lámparas. Sus líneas propuestas son las *Xenón*, *Performance*, *Design*, *LongLife* y *High Wattage*. A través de ellas pone a disposición de distribuidores y talleres lámparas para turismo y vehículo industrial, lámparas de 12V y 24V, de zócalo de plástico y cajas de recambio de 12 y 24V. Las variantes Hella de mayor aceptación en el mercado son las *Standard* para turismos. Su equilibrada relación calidad-precio y su alta cobertura del parque hacen de estas bombillas una de las más vendidas en España. La firma de origen alemán actualiza constantemente su oferta. Una de sus últimas novedades es la línea *Design*, que ofrece múltiples posibilidades de diseño gracias a su innovador efecto xenón. Dentro de la línea *Design*, merecen especial mención las lámparas *Blue Light*, que se presentan como una alternativa ideal para el conductor que busca diseño y personalización en su automóvil. Las lámparas de la línea *Design*, al ser capaces de alcanzar una temperatura de hasta 4.000 K, similar a la de una lámpara de xenón, aportan un 20 por ciento extra de luminosidad. Para las condiciones de niebla, lluvia o nieve, la propuesta más destacada de Hella son las lámparas *Yellow Light*. Éstas reflejan mucho menos que la luz blanca y el haz de luz es mucho más visible para los otros usuarios de la vía. Hella también destaca el papel que juegan las lámparas *Magic Star*, que se iluminan en color amarillo de forma intermitente y, gracias a su revestimiento, resistente a rayaduras, resultan ideales para el uso en faros de cristal transparente. Además, duran el doble que las lámparas amarillas convencionales.

Magneti Marelli Aftermarket: Llinars del Vallès (Barcelona). Dos grandes líneas conforman la gama de lámparas **Magneti Marelli**. La primera, una gama estándar compuesta por lámparas de 12 y 24 voltios con calidad equivalente a la de primer equipo. La otra gran línea son lámparas especiales homologadas con prestaciones específicas: *Long Light*, *Heavy Duty*, *Xenon Light*, *Blue Light*, *All Season*, *Rally* o *Single Coil*. Entre ambas cubre la mayoría de necesidades del parque circulante ya que en su catálogo reúne todo tipo de lámparas para faros, para luces auxiliares, para interior y especiales.

Manad: Barcelona. Empresa familiar fundada en 1945, fabrica las lámparas **Amolux Europe**, una de las más vendidas del mercado. Clave de este buen nivel de ventas es su amplia oferta, que supera el millar de referencias entre lámparas para faros, intermitentes, luces de posición, de freno, de matrícula, de



Lámpara 795 “+90%” propuesta por Bermi. Proporciona una visibilidad superior a las lámparas convencionales.



En la imagen, lámparas Xenon Silver de Bosch. Proporcionan una gran visibilidad al emitir una luz blanca, saturada y fría durante toda su larga vida útil.



Prototipo de faros LED Hella. La marca alemana es un referente en iluminación, tanto por su oferta como por la tecnología de sus productos. Para el recambio dispone de varias líneas de lámparas.

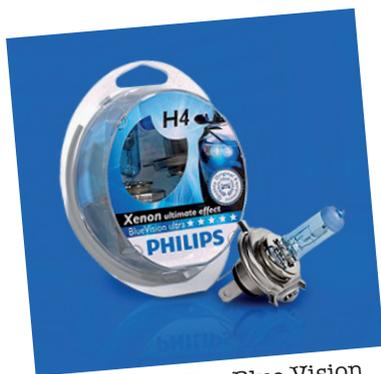


El catálogo de lámparas Amolux supera el millar de referencias con las que cubre la mayoría de necesidades del parque circulante.

Lámpara H4 fabricada por Ner-Tor. El marcaje propio dentro del casquillo fortalece la imagen ante sus clientes de esta firma de Olesa de Montserrat (Barcelona).



Lo último de Osram son las lámparas TSP de 24 voltios para vehículo industrial. Emiten un haz de luz hasta 35 metros más largo que una lámpara convencional.



Lámpara Philips Blue Vision Ultra. Tecnología avanzada para una blanca visibilidad.

maletero, lámparas interiores de guantera, de salpicadero, etc. Un aspecto diferenciador de esta empresa es que, gracias a un procedimiento de adaptación exclusivo, es capaz de equipar con faros de xenón a vehículos que no cuentan de serie con este sistema. Ello hace que su producto "estrella" sea su luz de xenón que alcanza los 6.000º Kelvin y dura hasta 3.000 horas. Manad posee numerosos certificados que avalan la calidad de sus productos.

Ner-Tor: Olesa de Montserrat (Barcelona). Fabricante y comercializador de accesorios y recambios para automóvil y motocicleta, esta empresa afirma ser la única capaz de fabricar todas las lámparas con marcaje propio y extensión de garantía hacia el cliente y su marca. El marcaje propio, dentro del casquillo, fortalece su imagen ante los clientes. Entrando ya en su oferta en lámparas, Ner-Tor opera en el mercado con las marcas **Krawehl** y **Max Vision**. Las aproximadamente 450 referencias disponibles destacan por su relación calidad-precio y entre ellas podemos encontrar lámparas halógenas y de miniatura para turismo, vehículo industrial y motocicleta (todas ellas con sus debidas homologaciones), la gama de kits HID, que también sobresale por su relación calidad-precio, luces de día con leds (con homologación e-mark) o lámparas led. Toda esta oferta está recopilada en un catálogo lanzado el pasado mes de marzo. También este año presentó un nuevo expositor de lámparas.

Osram: Tres Cantos (Madrid). Multinacional experta en iluminación y actor imprescindible de este mercado, sus marcas para la posventa del automóvil son **Osram**, **Neolux** y **Hejalux**. Su oferta actual se reúne en un catálogo editado en mayo de 2011 pero Osram ya ha anunciado que este mismo año lanzará una nueva edición plenamente actualizada. Su oferta cubre cualquier tipo de necesidad proponiendo tres tecnologías: xenón, incandescencia-halógena y led aunque incluso ofrece soluciones en infrarrojos, láser y sensorica. Las referencias que marcan la pauta dentro de su oferta son las lámparas para faros H1, H3, H4 y H7 TSP y los pilotos P21W, PY21W, P21, 5W, R5W, R10W y T4 TSP.

Todas estas lámparas, de alto rendimiento, se suministran en embalajes de caja de cartón, ideal para el taller, o en un armario taller con un surtido completo. También dispone de estuches originales de repuesto equipados con el surtido específico para cada vehículo de acuerdo con el tipo de faro que se use. Estas distintas fórmulas constatan la preocupación de Osram por la logística de los distribuidores de recambios y talleres de reparación. Fabricante de referencia a nivel mundial, trabaja codo con codo con los fabricantes de vehículos por lo que la calidad y su innovación tecnológica están contrastadas. Ejemplo de estas dos virtudes es su última novedad, la línea de lámparas TSP de 24 voltios para vehículo industrial. Sus prestaciones son impresionantes: más del doble de luz y vida útil que una lámpara estándar, haz de luz 35 metros más largo y una gran resistencia a vibraciones que la hace ideal para un uso *Heavy Duty*.

Philips España: Madrid. Como no, **Philips** es una marca imprescindible de este mercado. Su oferta en iluminación para el automóvil es de lo más amplia al proponer de todo: lámparas de iluminación diurna, lámparas para faros delanteros y de señalización (intermitentes, posición, freno, matrícula, salpicadero, etc.). Las líneas disponibles son numerosas. En materia de luces de día se presenta con las *DayLight* de ocho y cuatro soluciones led y las *LED Daytime lights*. La oferta en lámparas para faros cubre cualquier tipo de necesidad si tenemos en cuenta que propone hasta ocho familias de producto, las *Vision* y *Vision Plus*, de gran consumo; la *BlueVision Ultra*, las *Lleco*, las *X-treme Vision*, de gran relación prestaciones-cobertura-precio, *Xenon Standard*, *Xenon ColorMatch* y *Xenon UltraBlue*. Las variantes de xenón destacan por sus altas prestaciones. De entre todas ellas, quizás la lámpara "estrella" es la *BlueVision Ultra* ya que tecnológicamente es muy avanzada y ofrece una gran luminosidad gracias a un haz de luz más blanco. Una nueva fórmula de llenado del gas, un rediseño del filamento, una perfecta geometría, el cristal de cuarzo o un revestimiento exclusivo de Philips hacen de esta lámpara una de las mejores del mercado. ●

Páginas web de interés

www.accemovil.com
www.adparts.com
www.adr98.com
www.agerauto.es
www.amolux.net
www.aspock.com
www.aurilis.es
www.bccorona.com
www.bermi.com
www.bosch-automotive.es
www.cecauto.com

www.davasa.es
www.europart.es
www.ge.com/es
www.gecorusa.com
www.groupautounion.com
www.grupauto.es
www.grupocga.com
www.hella.com
www.ifceuropa.com
www.impormovil.es
www.magnetimarelli-checkstar.es

www.nertor.com
www.osram.es
www.philips.es
www.pluspower.com
www.proquimetal.es
www.rsturia.com
www.serca.es
www.sertronic.es
www.sunray.es



De izquierda a derecha, Antonio Osuna antes de director de Gt Motive; Manuel García Arenas, presidente de CETRAA y Enrique Gómez, socio director de The Hub Automotive.

LA CONFIANZA ES EL FACTOR MÁS VALORADO

¿Qué pide el automovilista al taller?

La confianza es el motivo principal por el que el automovilista acude al taller. Esta es la conclusión principal del estudio "Percepciones de los talleres de España por parte de los automovilistas" presentado el pasado verano por Gt Motive y CETRAA. A pesar de los tiempos de crisis, el factor precio se queda en el sexto puesto en cuanto a prioridades. Significativo.

La empresa especialista en gestión de la información **Gt Motive** y **CETRAA**, la Confederación Española de Talleres de Reparación de Automóviles y Afines, presentaron el pasado mes de julio las conclusiones de un interesante estudio "**Percepciones de los talleres de España por parte de los automovilistas**". Enrique Gómez, socio director de **The Hub Automotive Insights**, explicó la metodología, resultados y conclusiones del estudio, una encuesta realizada a 401 automovilistas de distintos sexos, edades y áreas geográficas.

El estudio constata que los **conductores acuden al taller una media de 1,6 veces al año** siendo las operaciones de mantenimiento, neumáticos, pre-ITV y reparaciones mecánicas las más habituales; el 67,7% de los conductores nunca pide presupuesto; el 32,3% pide y compara presupuestos solicitando una media de tres para cada intervención; un 5% de los clientes nunca pide factura y el 76,8% de los automovilistas realiza el mantenimiento del vehículo según las indicaciones del fabricante.

La confianza, clave

De entre todas las conclusiones, la más relevante es la que estima que la **confianza** es el **motivo principal** por el que el **conductor acude al taller**. Esta valoración tiene más importancia si tenemos en cuenta que el **precio** no supera el sexto puesto en cuanto a motivo de visita al taller aún a pesar de los tiempos actuales.

Antonio Osuna, director de Gt Motive Iberia, subrayó la importancia de la confianza, la cual se sustenta en otros factores que, quedaron por debajo de ella pero por encima del precio. Osuna se refiere al **trato** (cómo se arropa al cliente en el taller), la **transparencia** (en la información, los procesos, los resultados y la garantía), la **rapidez** (para adaptarse a las necesida-

des laborales y de ocio de los clientes) o la **cercanía**.

Manuel García Arenas, presidente de CETRAA, también se refirió a la confianza: "*el consumidor debe tener conocimiento de lo que están haciendo en el taller con su coche y del precio que va a pagar. Por tanto, las herramientas de valoración inciden en esos dos aspectos y en el de la confianza, de ahí la colaboración con Gt Motive. También me gustaría incidir en que la transparencia y la profesionalidad son básicas para el funcionamiento de un buen taller*".

Sin querer echar agua al vino, García Arenas también enumeró los principales **problemas** que acechan al **taller** en la actualidad y cuya constancia es básica para resolverlos. El **parque automovilístico** español es el más **viejo** de la Unión Europea; el 50% de los vehículos tiene más de diez años lo que significa que, además de la consiguiente falta de seguridad, la contaminación es mayor. En este sentido, un mantenimiento inadecuado de este tipo de vehículo se convierte en un peligro para la seguridad vial; el 30% no lleva bien los neumáticos; el 27% debería cambiar el líquido de frenos y el **10,6% de los conductores retrasa las operaciones de mantenimiento**. Esta cifra equivale a unos dos millones de vehículos. Tampoco se olvidó el presidente de CETRAA de la problemática de los **talleres ilegales** (todo un fraude) y de algunas **aseguradoras** que vulneran los derechos del consumidor a elegir libremente el taller.

Por último, García Arenas explicó que AENOR está ultimando una norma UNE que establece unos parámetros homogéneos en los protocolos a realizar en el taller. Dicha norma se aprobará en breve y servirá para demostrar la calidad de servicio ante el cliente. ●

📄 www.gtmotive.com
www.cetraa.com



El nuevo almacén de Michelin en Subirats (Barcelona) supera los 25.000 metros cuadrados.



MICHELIN INAUGURÓ ALMACÉN EN LA LOCALIDAD BARCELONESA DE SUBIRATS

Más servicio, más Michelin

El nuevo almacén de Michelin en Subirats (comarca del Alt Penedès en Barcelona) suministrará neumáticos a los más de 600 puntos de venta que tiene como clientes en Catalunya, Baleares y Andorra. Sus más de 25.000 metros cuadrados, avanzadas soluciones logísticas y la intensa actividad que allí se llevará a cabo garantizan una mejora del servicio.

El pasado 19 de septiembre **Michelin** inauguró en **Subirats (Barcelona)** su **nuevo almacén**. A este acto acudieron destacadas personalidades de la administración como el propio **alcalde** de Subirats, **Pere Pons**, o el subdirector de Política Industrial de la Generalitat de Catalunya, **Joan Sureda**. Y es que la puesta en marcha de esta almacén, que sustituye al de Santa Perpètua de la Mogoda (Barcelona), es importante pues desde estas instalaciones Michelin **suministrará sus neumáticos** (y de todas sus marcas) a los **más de 600 puntos de venta** de sus clientes de Catalunya, Baleares y Andorra.

Avanzado y activo

El almacén, ubicado en el **Parque Logístico Alt Penedès** en el término municipal de Subirats, población de la comarca del Alt Penedès, supera los **25.000 metros cuadrados** y cuenta con todos los **avances tecnológicos en materia de logística** para prestar un servicio eficaz a los citados 600 puntos de venta. La actividad allí desarrollada será intensa, **más de 5.000 viajes al año en diferentes rutas de reparto** utilizando vehículos de distintos tamaños que **desplazarán 34.000 toneladas de neumáticos al año**. Más de 1.700 trailers al año procedentes de fábricas de toda Europa descargarán su carga en el almacén de Subirats.

Integrado en la **red logística de Michelin en Europa** junto con los otros ubicados en España como son los de Burgos y Seseña (Toledo), el almacén de Subirats cumple con las más estrictas normas medioambientales y de seguridad. Sobre este último aspecto merece especial mención su sistema antiincendios que engloba 3.000 *sprinkles* y una reserva de 750.000 litros de agua.

Michelin refuerza sus actividades en Catalunya con esta nueva instalación. De hecho, la marca francesa está presente en la comunidad catalana desde 1909 cuando creó la "Sociedad Anónima del Neumático Michelin, la que fue la primera filial del Grupo Michelin en España. ●

www.michelin.es



La inauguración oficial fue el 19 de septiembre y asistieron destacadas personalidades de Michelin y de distintas administraciones públicas. Y es que este almacén dinamizará la economía de la zona.



Desde estas instalaciones se suministrarán neumáticos a los más de 600 puntos de venta clientes de Michelin de Catalunya, Baleares y Andorra.

43
Noticias46
Actualidad:
los nuevos sistemas
base agua de Octoral y
de De Beer47
Informe:
pinturas base agua48
Actualidad:
las nuevas instalaciones de
SRC en Zaragoza50
Actualidad:
la carrocería y pintura en
Automechanika Frankfurt
2012

NOTICIAS

A GRUPO CARLYLE, POR UN IMPORTE DE 4.9 MIL MILLONES DE DÓLARES

DUPONT VENDE LA DIVISIÓN DE PINTURAS

La compañía administradora global de activos alternativos **Grupo Carlyle** ha adquirido la división de pinturas **DuPont Performance Coatings** de la gigante química **DuPont**. El coste de la operación ha ascendido a 4,9 mil millones de dólares que se pagarán en efectivo, transacción que se prevé culmine el primer trimestre de 2013 toda vez que la aprueben las autoridades reguladoras. **Greg Ledford**, director ejecutivo de Carlyle y jefe del equipo de Industria y Transporte, ya ha mostrado su satisfacción por el acuerdo: "*DuPont Performance Coatings (DPC) es un negocio de éxito con posiciones atractivas en el mercado, tecnología de última generación y marcas establecidas. A través de inversiones enfocadas, apoyaremos el desarrollo de los productos DPC y sus objetivos de crecimientos mientras hacemos la transición hacia una empresa independiente.*" Por su parte, **Ellen Kullman**, presidente y consejera delegada de DuPont, ha admitido: "*DuPont Performance Coatings es líder en los sectores de recubrimientos de automoción e industriales, con productos de primera clase y dedicación al cliente. El negocio sigue creciendo y ofreciendo resultados sólidos. Sin embargo, tras una cuidadosa revisión, hemos decidido que el potencial de crecimiento de DPC se realice mejor fuera de DuPont y a través de la venta a Carlyle.*" De las palabras de Kullman se desprende que las apuestas de DuPont son otras líneas de negocio: "*esta transacción es coherente con nuestra visión de ser la empresa mundial de ciencia más dinámica y con*



una estrategia a largo plazo para cosechar ventajas competitivas en la agricultura y nutrición, los materiales más avanzados y la biotecnología, que representan un mayor crecimiento y margen comercial." DuPont Performance Coatings es uno de los principales proveedores mundiales de pinturas y recubrimientos en la industria del transporte, con unas ventas previstas para el 2012 de más de 4.000 millones de dólares y cuenta con más de 11.000 empleados repartidos por todo el mundo. Sus marcas de repintado, **DuPont**, **Spies Hecker** o **Standex**, son muy conocidas entre los profesionales del taller de carrocería y pintura. Poco antes del anuncio de la venta de DuPont Performance Coatings, la firma había ampliado su gama de tintes con un nuevos colores verde de efectos especiales, el **1732W** (en la imagen) y el **WB1732**. El primero de ellos es compatible con la base bicapa **Cromax** mientras que el segundo se ha desarrollado específicamente para ser utilizado con la nueva tecnología de base bicapa al agua **Cromax Pro**. Gracias al pigmento colorstream especial **Arctic Fire**, estos tintes cambian de color pasando de un sutil turquesa a un plateado brillante o a un rojo y dorado metalizados. Las fórmulas de color de los tintes **1732W** y **WB1732** ya están disponibles en la web para la localización de color en www.dupontrefinish.es. www.dupont.com
www.dupontrefinish.e
www.carlyle.com

PARA EL REPINTADO DE PINTURAS CON EFECTOS ESPECIALES DE ESTOS TONOS

GLASURIT LANZA UNA BASE DE MEZCLA AMARILLO LIMA

La **Glasureit 90-A 155** amarillo lima es la última base de mezcla lanzada por la marca de **BASF Coatings**. Ésta, contiene un pigmento amarillo verdoso muy puro y transparente que da a los tonos amarillos un subtono verde y a los colores con efectos especiales verdes, un subtono amarillo, tanto en la vista frontal como lateral. Ajustable a unos cuarenta colores, la base de mezcla **Glasureit 90-A 155** permite a los talleres alcanzar la coincidencia perfecta, incluso en un tono tan particular como éste. Así, con esta nueva base de mezcla, los talleres pueden obtener un color de repintado preciso en pinturas con efectos especiales de color verde amarillento o amarillo verdoso. ◀

www.glasurit.com



POR EJEMPLO, LOS BARNICES TINTADOS Y LOS COLORES TRICAPA



CONSEJOS STANDOX PARA LOS COLORES DE MODA

Al profesional del repintado le exigen cada vez más destreza colores cada vez más habituales como los barnices tintados y los selectos colores tricapa como, por ejemplo, el blanco perlado brillante. El proceso de repintado varía con estos acabados tricapa y pigmentos especiales, tanto a la hora de calcular el tiempo como en el empleo de materiales y coste total de la reparación.

Standox da algunos consejos a la hora de trabajar con estos colores. El primero es identificar el código de color antes de realizar el presupuesto. Armin Sauer, experto en colorimetría y responsable de formación en Standox, explica: "solo cuando sé cómo se creó la capa de color puedo calcular los materiales, el tiempo y el coste de la reparación, y presentar al cliente un presupuesto realista. Así, por ejemplo, en el caso de los colores tricapa, necesito conocer las características especiales de la pintura y cómo se aplicó". Otro consejo es que la fase de preparación requiere más tiempo porque se han de pintar las muestras, cuestión que se debe tener en cuenta en el presupuesto. Sauer recomienda pintar una muestra antes de reparar estos complejos colores. Por otra parte, el pintor deberá comprobar si tiene en stock pigmentos especiales en caso de necesitarlos. Los que utilizan el programa Standowin de Standox "juegan" con ventaja. Una vez han introducido información como el código del color, el fabricante, el modelo, el año de fabricación del vehículo y el nombre del color, el programa localiza la fórmula.

A la hora de trabajar con colores con efectos especiales, Standox recomienda usar la técnica de difuminados para acabados tricapa con efecto perlado. ◀

www.standex.es

ESTA PISTOLA DE PINTURA DE SUCCIÓN HA SIDO NOTABLEMENTE MEJORADA

LA GTI PRO LITE DE DEVILBISS, AHORA MÁS LIGERA

El fabricante de pistolas de pintura DeVilbiss ha puesto al día su modelo de succión GTi Pro LITE que ahora es un 25 por ciento más ligera. La reducción de peso es la mejora más importante pero no la única ya que también ha sido mejorada la ergonomía para una manejo más sencillo y preciso. Así mismo, un válvula de aire lineal coaxial también mejora su uso mientras que cinco tipos de cabezales de aire aportan más precisión y una gama completa de picos de fluido de todos los tamaños, una alta eficacia de transferencia y, por lo tanto, un mayor ahorro de pintura, ahorro en el que también contribuye el rediseño de los pasos para el fluido con el que ahora se reducen obstrucciones. La limpieza de la GTi Pro LITE también ha sido mejorada. La pistola se presenta con su propia llave mixta

cromada y un destornillador de puntas plana y torx para el gatillo y la empaquetadura de la aguja. Los controles se quitan y se ponen con facilidad gracias a los muelles y roscas rápidas. Al quitar la cámara de separación del aire, se puede acceder libremente a toda la parte frontal de la pistola para limpiarla a fondo. La gama de pistolas de pintura DeVilbiss llegan al mercado español de manos de Car Repair System (Atarfe, Granada) y Grupo Zaphiro Distribución General (Mutilva Baja, Navarra). ◀ www.devilbiss.com



SU GERENTE CARLOS PLAZIO ALABA LA FUNCIONALIDAD DE SU SOFTWARE DE GESTIÓN

OLIMPIA CARROCEROS TRABAJA CON CSS



Desde el pasado 2011 el taller madrileño Olimpia Carroceros trabaja con las soluciones de gestión de Connection Soft Service (CSS). Carlos Plazio, gerente de Olimpia Carroceros, barajó otras opciones de software de gestión pero acabó decantándose por CSS de la que le convenció "la funcionalidad del sistema, su facilidad de uso y lo cómodo y sencillo que nos ha resultado invertir en herramientas en la nube".

La rentabilidad que la aporta CSS es otro factor diferencial. "Más del 95 por ciento de los coches que entran el lunes en el taller salen reparados esa misma semana. Ello es posible, en buena medida, gracias a la integración de los módulos de Gestión de Taller, Contabilidad y Presencia y Producción de CSS y a la cantidad de cosas, antes impensables, que ahora podemos hacer. Una vez introducida la tasación, controlo los tiempos invertidos en la reparación por cada operario y sé en qué coche gano más y en cuál gano menos" explica Plazio, que añade: "las herramientas de gestión de CSS ofrecen una imagen de profesionalidad ante el cliente que, a través de nuestra página web, puede acceder cómodamente al histórico de facturas y saber, por ejemplo, si puede dar parte a su compañía de seguros sin penalización. También puede consultar en cualquier momento el estado de la reparación de su vehículo".

El gerente de Olimpia Carroceros subraya lo avanzado de las soluciones CSS: "trabajar en la nube es, además, una forma segura de almacenar y manejar los datos, su seguimiento y, como no, el cumplimiento con los dictados de la LOPD, pequeños grandes detalles de los que depende el éxito de una empresa de reparación de automóviles". ◀

www.olimpiacarroceros.es | www.css.es

VA A DENUNCIAR LAS IRREGULARIDADES DE LÍNEA DIRECTA Y A ALLIANZ

AECAR VELA POR LA LIBRE COMPETENCIA

La Asociación Española de la Carrocería (AECAR) va a presentar a la Comisión Nacional de la Competencia un dossier en el que recopila acciones de las aseguradoras Línea Directa y Allianz que limitan gravemente la libre competencia. Dicho dossier reúne conversaciones con clientes, denuncias por escrito de los talleres así como numerosas quejas y denuncias de los recambistas.

En el caso de Línea Directa las acciones consisten en un desvío de la voluntad de los clientes para no llevar el coche siniestrado al taller que ellos quieren, con conversaciones realmente agresivas, tales como "con ese taller no trabajamos, lo tendrá que pagar usted", "no enviamos al perito" o incluso con afirmaciones muy duras contra algunos talleres. Evidentemente, los talleres están siendo muy perjudicados pero es que, además, cuando el coche va al taller que ha mandado Línea Directa, a éste le indican donde comprar los recambios y con qué pintura pintar los coches. Motivo por el cual, el derecho de decisión del taller desaparece, no así su absoluta responsabilidad en la reparación.

Por lo que respecta a Allianz, la aseguradora impone al taller unos precios de una empresa de recambios, siendo ésta la que envía las piezas al taller quitándole a éste de su legítimo derecho a elegir proveedor ya que el responsable de reparar es él, así como el legítimo beneficio de los márgenes de las piezas de recambio imprescindibles para cubrir los tiempos no productivos como por ejemplo, cuando atienden al perito o recepcionan y entregan coches. ◀

www.aecar.es

Breve

Sagola tiene puesta en marcha una promoción que entró en vigor el pasado 1 de septiembre y finaliza el 30 de noviembre. Bautizada como "Promoción de Película Otoño 2012", a través de ella propone las nuevas pistolas de pintura 4500 Xtreme y 4100 GTO, el calentador de aire Pack 6000 Air Heater, máscaras de respiración y la renovada pistola Mini Xtreme con la mejor calidad-precio. ◀

www.sagola.es



Tecnología *y pasión*



Hacemos tu trabajo **fácil**
Especialistas desde 1895

AquaMax™ Extra

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

HELLA HA SUBRAYADO EL AHORRO QUE PROPORCIONAN AL PROFESIONAL DEL REPINTADO

No es momento de dispendios y mucho menos para los talleres de chapa y pintura que, a la caída de visitas por sus negocios, tienen que añadir el hecho de que sus reparaciones no son consideradas muchas veces imprescindibles para los automovilistas. Ahora que el consumo inteligente es un imperativo en todos los ámbitos, es hora de que los profesionales de taller hagan suya también la máxima de '¿por qué pagar más por lo mismo?'

Nuevos sistemas al agua Octoral y De Beer

Hella ha lanzado los nuevos productos al agua de las marcas **Octoral** y **DeBeer**. La firma alemana organizó una jornada de presentación en la que insistió en que el ahorro de costes es la principal virtud de estos productos, capaces de reducir en un 20 por ciento el número de capas base color y hasta en un 30 por ciento la cantidad de producto destinada a esta labor.

Rentabilidad

Eduardo Pintor, responsable de la división de Química de Hella, enfatizó en la rentabilidad que aportan al taller de carrocería y pintura los sistemas *De Beer Water Base Serie 900* y *Octobase Eco Plus* de Octoral: "no existen alternativas más rentables para el taller que permiten ahorrar muchos miles de euros al año en compra de producto, acortando también los tiempos de trabajo de los profesionales y de entrega de los vehículos. El resultado... negocios más competitivos y rentables en estos tiempos y clientes más satisfechos a los que fidelizaremos para siempre."

In situ

Los nuevos sistemas de Beer y Octoral destacan por su alto poder cubriente, lo que permite reducir el número de capas de pintura, incluso hasta la mitad, en el caso de los tonos grises. Así mismo, permiten definir con precisión la calidad cromática y el modo de aplicación.

Manos a la obra

Las ventajas de estos nuevos productos pudieron ser comprobadas en directo por la prensa especializada, que se visitó con el mono de trabajo, guantes, gafas, mascarilla y demás, y se dedicó a manejar la pistola de pintura en piezas de chapa para cubrirla con los nuevos productos.

Más colores

El lanzamiento de estos productos ha sido aprovechado por Hella para lanzar trece nuevos colores de gran rotación en el taller y que cumplen con todas las normas medioambientales y de calidad (ISO 9001 e ISO 14001) al prescindir de los pigmentos de plomo. ◀

www.hella.es



PINTURAS BASE AGUA

Resistiendo contra viento y marea

No pasa por su mejor momento el colectivo de talleres de chapa y pintura que está viendo como se está reduciendo su volumen de trabajo. Las ventas de pinturas base agua están resistiendo este envite porque los talleres se están pasando a esta tecnología base agua, mucho más profesional y cada vez más consolidada entre los profesionales del repintado. Corroborra este contexto un fabricante consultado que profundiza en él: "resulta evidente que las ventas de pinturas van asociadas a la reparación y si las reparaciones han bajado drásticamente, debido a que hay menos vehículos en circulación (baja el número de siniestros) y que la mayoría de reparaciones se hacen si las cubre el seguro, las ventas deben ser menores. En cualquier caso se pueden distinguir diferentes tendencias. Éstas pasarían principalmente por un cambio en la forma de trabajar debido a la citada caída del número de reparaciones. Ya no sirve seguir haciendo lo mismo porque el cliente no está dispuesto a seguir pagando mucho dinero por la pintura y no ganarse la vida en el proceso de repintado. Además, cada vez hay más y mejor competencia. Por su parte, las marcas de pinturas y distribuidores tienen que ajustar márgenes e intentar alcanzar el máximo número de clientes mediante herramientas para mantener cuota de mercado como las asociaciones con empresas de seguros o grupos de compra". Una alternativa para mantener la competitividad en este duro mercado del repintado es proporcionar una versátil gama de pinturas al agua. Esta oferta tiene que ser cada vez más polivalente y, en este sentido, algunas firmas proveedoras han lanzado productos base agua más económicos para adaptarse a la menor capacidad adquisitiva de los conductores que acuden a los talleres de chapa y pintura.

Profesionalidad

Es la seña de identidad de las pinturas base agua. Así lo razona un importador de referencia: "la tecnología base agua es un producto mucho más profesional que marca la diferencia con el resto de sistemas al ser mucho más fino y más novedoso. Las pinturas base agua contaminan menos pero no son inofensivas por lo que las protecciones por vía oral deben seguir presentes así como las de tipo dérmico. Hay quien piensa que al no oler y no ser tan agresiva con la piel, el sistema base agua no hace nada malo pero no es así".

Otro actor del mercado se refiere a la profesionalidad pero va mucho más allá de las pinturas base agua: "el entorno económico ha afectado al mercado y, sobre todo, ha forzado nuevas formas de venta enfocadas a ayudar y conocer las necesidades del taller. También ha servido para reestructurar el sector. Solo quedarán en el mercado aquellos talleres que se profesionalicen y controlen todo lo que pasa en su negocio". En este sentido, apostar por las pinturas base agua les aporta profesionalización y, como aún a pesar de las dificultades, los talleres se están profesionalizando, las pinturas base agua están manteniendo un nivel de ventas aceptable. Mejora continua y competitividad obligan. ◀



Hella ha lanzado recientemente el sistema de mezcla a base de agua Hydrosonne Evo con el que amplía la gama de productos de marca propia Sonne.

Producto del sistema base agua Acqua System de ICR Ibérica. Propone 79 básicos, 77 tintes y dos resinas.



Madrid Paints es el importador de la marca alemana Mipa cuyo sistema de repintado base agua WBC se ha ampliado con la llegada de tres tintes de reducida cobertura "Brillant Design".



La pintura base agua Valhyd de Roberlo destaca por su fácil aplicación y prestaciones en términos de cobertura, secado y acabado.

EL DISTRIBUIDOR ARAGONÉS DE R-M EN CRECIMIENTO

SRC y sus nuevas instalaciones en Zaragoza

Emprendedores que entienden que, pese al mainstream de desánimo, hay muchas cosas aún por realizar acaban de ampliar sus instalaciones.

SRC, distribuidor de R-M para la Comunidad de Aragón desde hace más de 4 años, amplía su negocio con unas nuevas instalaciones situadas en Avda. Alcalde Fco. Caballero, nave 82. Zona de fácil acceso entrando por Avda. Cataluña y a escasos 10 minutos de la Basílica del Pilar; para la inauguración se invitó a toda la red de R-M el pasado mes de Abril.

Un espacio multifuncional

Nos encontramos un espacio multifuncional amplio y luminoso, un entorno provisto de la última tecnología que actualmente tiene el mercado, constituido por dos plantas con sala de reuniones dotada de capacidad para veinte personas donde SRC podrá presentar productos y procesos del repintado del automóvil que ayuden al taller. Un entorno profesional y adecuado que permite al cliente visitar a **Javier Lesmas** y **Elisabet Alejandre**, gerentes de la distribución, en su establecimiento, facilitando el acercamiento con sus clientes.





Participación en el sector como un elemento activo de él

Los gerentes de distribución emprendieron hace tiempo su andadura en el mundo de la posventa llevando adelante grandes experiencias, que han permitido que la empresa sea un referente de saber hacer en la zona, destacándose por integrar profesionales cualificados. El año pasado participaron en el *Motor Show Festival* y en *Motormecánica* que se celebró en la Feria de Muestras de Zaragoza, ofreciendo así a los profesionales del sector una muestra de su producto con la personalización de vehículos, empleando **CARIZZMA by R-M**.

El constante movimiento e innovación hacen que su futuro sea muy prometedor para estos zaragozanos de pro. ◀

 www.rmpaint.com

**CARROCERÍA Y PINTURA,
EN EL CÓMODO PABELLÓN 11.1**

Paso al color

Ya desde la anterior edición, el segmento de carrocería y pintura se trasladó del tradicional 9.2 a un nuevo pabellón, el 11, donde disfrutaban de un mayor y más cómodo espacio expositivo.



De hecho, este pabellón de la enorme superficie de exposición de **Automechanika Frankfurt** se denomina **Repair & Maintenance**, y aglutina los productos químicos, la pintura, la carrocería y demás.

Pudimos dar un rápido vistazo para contemplar algunas de las empresas del mercado de la reparación presentes en la feria, multinacionales o nacionales, como **PHIRA**, el único fabricante español de paragolpes, quienes presentaron el anexo del catálogo del último año, en el que han incorporado 200 nuevas referencias, lo que suma en total más de 1.000 y significa una cobertura de aproximadamente el 80% del parque español, reafirmando su apuesta por disponer de un amplio catálogo de productos de calidad equivalente al recambio del constructor, con la práctica totalidad de la gama de paragolpes para turismos y furgonetas.



EMM, bajo el lema "Future Together", presentaba su nueva imagen corporativa, una nueva web, catálogos (en 8 idiomas, incluido el español, descargables en la web) y algunos nuevos productos: **Film4Booth**, un film de plástico transparente y autoadhesivo de 4 capas para ser aplicado en las cabinas. Cada capa dura hasta 250 ciclos o 3 meses. **Film4Crash**, El plástico inteligente para proteger el vehículo desmontado o siniestrado de las inclemencias meteorológicas ó de la suciedad. **Film4Floor**; un film de plástico reflectante y autoadhesivo para ser aplicado en el suelo de las cabinas y zonas de preparación. **OneStepReady** un pulimento que en un paso cubre todo el proceso de pulido, desde el abrasivo hasta el brillo final. La serie **Alpha**, dos nuevas lijadoras neumáticas roto orbitales desarrolladas para los profesionales más exigentes. También explicaban a sus visitantes la importancia de su nuevo Centro de Formación y Experimentación Internacional.



FESTOOL orientaba su presencia de este año animando a los profesionales a entrar a la Profit Zone. Y es que pretenden reafirmar su posicionamiento como consultores del taller, explicando procesos de reparación más rentables optimizados y estandarizados, reduciendo costes, con soluciones personalizadas para cada puesto de trabajo. El stand contaba con una zona de atención especial para sus talleres QSP (Quality System Partner), donde éstos pudieron conocer las novedades de la empresa de modo personalizado. En una sala de conferencias habilitada en el propio stand, se ofrecieron presentaciones y charlas destinadas a asesorar a usuarios finales en cómo optimizar la gestión de su taller. Entre los destacados ponentes se encontraba el Gerente Adjunto de **CESVIMAP**, José Manuel García Conde. La nueva gama de lijadoras neumáticas **LEX** son un claro ejemplo de la apuesta por su enfoque en la rentabilidad del taller. Ofrecen un 25 por ciento más de rendimiento y un ahorro energético de hasta un 30 por ciento con respecto a otras máquinas en el mercado.



ROBERLO participó con un innovador stand de 98m² para presentar su nueva imagen que pretende simbolizar la continua evolución de una empresa con más de 40 años de historia. El primer gran cambio ya se vio en el logotipo, que ha modificado su estilo de letra y símbolo mostrando una imagen más sobria y elegante que pretende representar el crecimiento experimentado por la empresa durante las dos últimas décadas, junto a el nuevo slogan de empresa "Changing color values" ("Cambiando los valores del color") con el que quieren reflejar los valores de empresa familiar y de innovación que le han acompañado desde hace años. La referencia al color de este slogan pretende transmitir la ampliación de la oferta de productos que le da su nueva condición de fabricante de pintura. En la pared lateral del stand se mostró una gran pantalla retro-iluminada donde se distinguían los productos. La imagen de los envases también se ha renovado y ahora presenta una gama mucho más compacta que potencia la marca por encima de los productos individuales. Con el nuevo diseño cada categoría de productos (masillas, fondos, barnices, catalizadores, espráis...) se diferencia de las otras por un color propio de gama. Con estos nuevos

envases quieren potenciar la solidez de la marca por encima de los productos individuales. También presentaron su nueva web corporativa y los visitantes pudieron acceder a ella directamente desde sus smartphone gracias a los códigos QR que había en el stand. Esta web ofrece toda la información necesaria sobre los productos de la marca y pretende ser una herramienta de consulta diaria en los talleres de chapa y pintura. Este es sólo el punto de partida para ampliar las funcionalidades e idiomas disponibles que es un proyecto que va ir creciendo durante los próximos meses con importantes novedades como: área de formación, programa de pintura, web adaptada a Smartphone, redes sociales, servicio de Newsletter, enlaces de interés y muchas secciones más.



SATA siempre original en sus presentaciones realizó un stand muy "guerrillero", a tono con la estrella del stand, la **SATAjet 400 B Camouflage** que, aunque perfectamente operativa, puede ofrecerse como obsequio de reconocimiento; en el que mostraron sus productos y servicios. Otro de los productos es el aparato de limpieza rápida **SATA Clean RCS** que limpia el conducto de material y la boquilla de aire de la pistola. También relevante la nueva pistola de soplado ionizadora **SATA anti dust jet** especialmente interesante para talleres que pintan, o sea, recubren piezas de plástico industriales, vidrio, papel o materiales parecidos, p.ej. la industria del automóvil y suministradora. Por último, la **SATAmijnjet 1000 K** es la nueva pistola de calderín compacta y de alto rendimiento disponible en versión **RP** y **HVLP**. En el stand se podía contemplar un vehículo decorado con la temática de camuflaje, además de poder comprar ropa con este tejido. No en vano el equipo de la compañía posa tan satisfecho junto a **Josep María Clop**, el encargado de introducir los productos de la marca en nuestro país. ◀



www.concdecoche.com

51 Noticias: Toyota, Iveco, Grupo Fiat, Jaguar

52 Actualidad: Ford presenta el Tourneo Custom

53 Actualidad: llega el radicalmente nuevo Mercedes Clase A

54 Contacto: Ford Focus Sportbreak, Toyota Verso, Chevrolet Cruze 5p y Nissan Evalia



25.000 PIEZAS SE PUEDEN BENEFICIAR DE UNA REBAJA MEDIA DEL 30 POR CIENTO

IVECO BAJA EL PRECIO DE SUS RECAMBIOS

➔ Impactante iniciativa de **Iveco España** que ha anunciado una importante **rebaja del precio de sus recambios** con el objetivo de adaptarse a las nuevas demandas del mercado y de sus clientes. La firma de vehículos industriales lucha de esta manera con la caída de ventas y actividad de este sector del automóvil y prevé que, hasta finales de año, unas 26.000 referencias de las 100.000 que manejan los talleres Iveco se beneficien de una rebaja del precio que oscilará entre el 25 y el 30 por ciento. Además, las piezas rebajadas serán las de mayor rotación como, por ejemplo, los componentes de frenado, los filtros, los embragues o los radiadores.

Fabio Santiago, director de **Parts & Services** de Iveco España, ha explicado el por qué de esta iniciativa de bajada de precios de los recambios: *"queremos vender nuestra calidad al precio más competitivo y ayudar a los consumidores a prolongar la vida de sus vehículos en las mejores condiciones y con la máxima seguridad y calidad"*. Esta medida beneficia, tanto a los profesionales del transporte como a los concesionarios y talleres Iveco. A los primeros les permitirá aliviar el coste de las revisiones y mantenimientos en un momento en el que ha caído su actividad económica mientras que esta medida debe aumentar el volumen de negocio de los concesionarios y talleres oficiales Iveco, que podrán compensar la reducción de ingresos provocada por la caída de las ventas con una mayor actividad posventa.

www.iveco.com

APLICABLES A TODAS LAS MARCAS DEL GRUPO HASTA EL 15 DE NOVIEMBRE

GRUPO FIAT OFRECE REVISIONES GRATUITAS

➔ **Grupo Fiat** ha puesto en marcha una campaña a través de la cual, hasta el 15 de noviembre, todos los clientes de sus marcas (**Fiat, Alfa Romeo, Lancia, Fiat Professional, Abarth, Jeep, Dodge y Chrysler**) que acudan a un concesionario adherido a la misma se podrán beneficiar de una **revisión gratuita de 26 puntos**. La revisión es completa ya que se verifica el sistema de aire acondicionado, los elementos de visibilidad, frenos y seguridad, alumbrado, niveles, suspensión, dirección y neumáticos. Por si el hecho de no pagar un euro por esta revisión no fuera suficiente, Grupo Fiat regala también una manta polar.

Los concesionarios oficiales adheridos a esta promoción se pueden consultar en la página web www.serviciosfiat.com.

www.serviciosfiat.com



EL TOYOTA PARTS CENTRE ESPAÑA (TPCES) ESTÁ EN ILLESCAS (TOLEDO)

Ya opera el nuevo Centro de Recambios de Toyota

➔ El pasado mes de junio **Toyota Motor Europe** inauguró el **Toyota Parts Centre España (TPCES)** de Illescas (Toledo). Este nuevo **Centro de Recambios** ya está operativo tras ponerse la primera piedra en marzo de 2011 e invertirse en él 26,7 millones de euros. Las instalaciones son impresionantes, sus 19.600 metros cuadrados contienen unos 290.000 repuestos distintos para prestar servicio en este ámbito a los 166 concesionarios **Toyota** y **Lexus** operativos en España. La puesta en marcha de estas instalaciones ha comportado un aumento del 75% de la cobertura al incluir ahora también a la zona de Catalunya.

El TPCES de Illescas es uno de los catorce centros logísticos de componentes que Toyota tiene implantados en Europa. A través de ellos, suministra recambios a los 12,8 millones de vehículos Toyota y Lexus que circulan actualmente por las carreteras europeas, independientemente del origen del vehículo. Los TPCES garantizan que más del 96% de las piezas estarán disponibles para ser enviadas nada más pedirse.

www.toyota.es



Jaguar Land Rover España ha ampliado la **garantía original de sus vehículos Jaguar y Land Rover** de 3 años sin límite de kilometraje hasta los 4 años o 120.000 kilómetros o hasta los 5 años o 150 kilómetros previo pago de un reducido importe en el momento de la compra. Para que la garantía se haga efectiva, el propietario debe realizar siempre los mantenimientos necesarios de acuerdo a las condiciones de plazo y kilometraje, llevar el vehículo al concesionario oficial lo antes posible tras la observación del problema y conservar todos los recibos de trabajos de servicios y mantenimiento realizados en caso de avería.

www.jaguar.com / www.landrover.com



Durante la reciente presentación en Munich del Ford Tourneo Custom, el personal de la marca del óvalo que realizó la presentación insistió en considerarlo un coche. Y es que por su nivel de equipamiento y calidad, este monovolumen de gran tamaño entra de lleno a competir con modelos como el Mercedes Viano o el Volkswagen Multivan.



EL TOURNEO CUSTOM SE PRESENTA COMO LA CULMINACIÓN DE LA FAMILIA MAX

El coche "maxivolumen" de Ford



José Manuel Fernández Pons, responsable de producto de vehículos comerciales en España de **Ford**, se refirió en todo momento al nuevo **Tourneo Custom** como si fuera un coche, nada de monovolumen o furgoneta. No puede ser de otra manera si tenemos en cuenta la calidad y el equipamiento de este "maxivolumen" que se presenta como el modelo cumbre de la familia **Max**, recordemos, compuesta por los **B, C, Grand C, S-Max** y **Galaxy**. Por sus características de tamaño y funcionalidad, el nuevo Ford Tourneo Custom está pensada para empresas de transporte de pasajeros de alto nivel (modelo ideal para traslados del aeropuerto al hotel) pero también para familias numerosas, o no, de carácter activo y aventurero a las que ofrece más espacio (ocho plazas de serie y, opcionalmente, nueve) y, sobre todo, más versatilidad: hasta treinta combinaciones de asientos para dar prioridad a los ocupantes, a la carga o al transporte de objetos como una plancha de surf o unos esquís.



Seguridad y equipamiento

El maxivolumen destaca por su equipamiento de seguridad. Así, se dota de un sistema de seguridad de serie que incorpora elementos como el asistente de emergencia 112 o el **Ford Vectoring Control**, dispositivo que mejora el comportamiento en curva al acelerar o frenar las ruedas interiores en curva mejorando así la adherencia. Además, aunque aún no está confirmado, Ford da casi por hecho que alcanzará las 5 estrellas euroNCAP. Por otra parte, el nuevo Tourneo Custom es tracción delantera y el sistema de suspensión y el chasis han sido revisados para obtener un comportamiento más noble y una mejor tracción en superficies deslizantes. Tuvimos ocasión de probar una unidad y podemos confirmar que su comportamiento es noble, no es un turismo, evidentemente, pero su aplomo y estabilidad son dignos de mención. En cuanto al equipamiento, es amplio. La marca del óvalo ha lanzado una edición **Limited** que incluye, de serie, llantas de aleación de 16 pulgadas, faros antiniebla, sensor de aparcamiento, control de velocidad, asientos de conductor y pasajero calefactables. Los asientos de piel son opcionales. Todo este equipamiento se combina con un interior de calidad (volante y pomo de palanca de cambios forrados en piel, paragolpes, tiradores y molduras en el color de la carrocería, por ejemplo) equivalente al de un turismo. Los materiales empleados son de alta calidad (tanto percibida como real) y están perfectamente ajustados.

Mención especial merece el esfuerzo realizado por Ford para ajustar al máximo la relación calidad-precio-equipamiento. El precio de partida del Tourneo Custom, sin opciones, es de **37.800 euros**, unos 8.000 euros menos que el Volkswagen Multivan y unos 10.000 menos que un Mercedes Viano. En España se comercializarán dos versiones, una **2.2 TDCi de 125 CV** y una **2.2 TDCi de 155 CV**. Las versiones Van también estarán disponibles en una variante de 100 CV. Ford prevé vender en España un millar de unidades de este Tourneo Custom a lo largo de 2013. Argumentos tiene para ello. 

www.ford.es

También Transit Custom

Ford también presentó en Alemania la **Transit Custom**. Su punto fuerte no es baladí, ofrece los **costes de mantenimiento más bajos** en el segmento de vehículos comerciales de una tonelada según la marca estadounidense. El consumo de sus motores es muy bajo gracias a la incorporación del sistema de parada y arranque Auto-Start-Stop y a un nuevo control de aceleración. En cuanto a los intervalos de mantenimiento, son los más largos de su segmento, dos años o 50.000 kilómetros.



El Ford Tourneo Custom se presenta con un equipamiento y calidad similares a un turismo.

EL NUEVO MERCEDES CLASE A SE PASA AL SEGMENTO DE LOS COMPACTOS



La calidad, el equipamiento de seguridad y una estética deportiva serán las principales armas del nuevo Mercedes Clase A frente a sus competidores.

WOW!

No es exagerado el grito de admiración del anuncio del Mercedes Clase A que estamos viendo durante estos días por la televisión. Y es que no solo cambia la estética sino el concepto de producto. El exmonovolumen utilitario es ahora un compacto que llega para competir, nada más y nada menos, que con el Audi A3, el BMW Serie 1 o el Volvo V40.



➔ **Mercedes-Benz** ha puesto toda la carne en el asador con su nuevo **Clase A**, modelo que ya no es un monovolumen sino un compacto del segmento C que llega para competir con modelos **Premium** de la talla del Audi A3 (acaba de llegar la nueva generación), el Volvo V40, el BMW Serie 1, el Alfa Romeo Giulietta o el Citroën DS4. La competencia en este nicho de mercado es encarnizada por lo que la marca de la estrella ha puesto a disposición del nuevo Clase A todos sus recursos y tecnologías.

Calidad y seguridad

Los pasados días 1 y 2 de octubre **Mercedes-Benz España** organizó la presentación del Clase A para la prensa especializada lo que nos sirvió para tener una primera toma de contacto con el ahora compacto alemán.

Lo primero que constatamos es que por calidad, el Clase A será la referencia. El **interior** rezuma **lujo y refinamiento** y, otro punto a favor, nos pareció **amplio**. Sus medidas, 4,29 metros de largo por 1,78 de ancho y 1,43 de alto, se mueven en la media de sus competidores pero las plazas traseras parecen más amplias. En este apartado, por ejemplo, supera con claridad al BMW Serie 1. Por lo que respecta al **maletero**, sus **341 litros** son suficientes pero no es una cifra muy elevada.

En cuanto a las **motorizaciones**, se pueden elegir entre **tres** variantes **gasolina** y otras **tres diésel**. Las primeras entregan **122, 156 y 211 CV** y las segundas, **109, 136 y 170 CV**. En este sentido la oferta es amplia y cubre cualquier tipo de necesidad.

A nivel de equipamiento y tecnología, el nuevo Clase A también supone una gran evolución respecto a su predecesor. La marca alemana insistió en la presentación en su **dotación de seguridad**, impresionante y que incluye de serie elementos como el sistema de asistencia a la conducción basado en radar **Collision Prevention Assist**, el **ESP con función "Extended Tracción Control" (XTC)** que interviene en las ruedas interiores en curva para estabilizar el vehículo, las **luces de carretera automáticas**, la **cámara de marcha atrás** o el **Attention Assist**. Además, es el primer compacto que incluye de serie el **sistema preventivo de protección de los ocupantes Pre-Safe**.

Con este sistema, si los pretensores reversibles de los cinturones, el cierre de las ventanillas laterales y del techo corredizo detectan aceleraciones laterales críticas (que hemos perdido el control del coche, vaya) se ajustan automáticamente para ejercer su función de protección de la forma más eficaz posible.

Con este equipamiento, la seguridad en marcha está garantizada pero ¿y la diversión? También. Este Clase A es, lógicamente, mucho más dinámico que su antecesor y tiene un marcada estética deportiva. Sin embargo, no supera en este apartado a rivales como el BMW Serie 1 o el Audi A3 aunque su comportamiento y estabilidad sean intachables. Cuestión de sensaciones.

Equipado pero caro

El **amplio equipamiento** que puede tener el nuevo Clase A se paga, y mucho. A buen seguro que muchos compradores barajarán otras opciones cuando acudan a un concesionario Mercedes y comprueben que la **versión básica** parte de los **26.000 euros** y no incluye elementos tan habituales como el control de velocidad o el climatizador. Y es que lucir la estrella tiene un precio. ☑

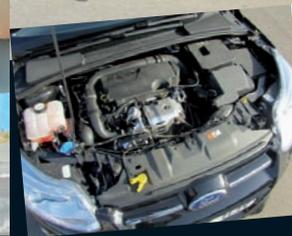
www.mercedes-benz.es

PROBAMOS EL FORD FOCUS SPORTBREAK ECOBOOST 1.0 DE 125 CV

Un litro de agilidad y dinamismo

➔ **Ford** ha anunciado a bombo y platillo las bondades de su generación de motores de gasolina EcoBoost en términos de bajo consumo. Teníamos ganas de probar alguno de ellos (propone versiones 1.0 100 y 125 CV y 1.6 de 150 y 180) y finalmente pasó por nuestras manos un **Focus** que montaba la variante de un litro y 125 CV.

Tras analizarlo en profundidad por ciudad, carreteras secundarias, principales y autopistas nos causó una grata impresión pero no precisamente por el consumo sino por su enorme agilidad y dinamismo. Los tradicionales prejuicios que te vienen a la cabeza por el hecho de que solo cubique un litro se disipan al instante ya que este Focus empujaba a la más leve insinuación del acelerador y los 125 CV se mostraban plenos de energía lo que nos lleva a pensar que esta motorización al Fiesta le debe sentir como un guante. Lo dicho, el propulsor sube rápido de vueltas, la cifra de par es buena, 200 Nm y, lo que es mejor, está disponible prácticamente en todo el rango de revoluciones (entre las 1.400 y las 4.500) lo que le otorga una notable fuerza en cualquier circunstancia, algo de lo que dudábamos al tratarse de un motor de un litro. Si el apartado dinámico es satisfactorio, menos lo es el consumo. La marca del óvalo lo cifra en tan solo 5 litros cada 100 kilómetros en ciclo combinado (¡solo 4,2 el extraordinario y es un gasolina!) pero nosotros no conseguimos ni acercarnos a esta cifra ya que el ordenador de a bordo nos indicaba siempre más de siete litros, eso sí en conducción casi exclusivamente urbana. En definitiva, este motor no es tan frugal como anuncia Ford pero en ningún caso es gastón, ni mucho menos. De hecho, la relación sensaciones-dinamismo-consumo nos pareció muy positiva, incluso en la variante familiar (*Sportbreak*) que era nuestra unidad de pruebas. Para los que carguen el maletero (490 litros) u ocupen las plazas traseras asiduamente es mejor la variante



de 125 CV. El de 125 aporta fuerza pero tampoco hace milagros.

Por lo demás, el Focus es un gran coche. Amplio, bien acabado y rematado, con un buen tacto de la suspensión, la dirección y el cambio aunque con un interior algo recargado al sobresalir en exceso el panel central que acoge la radio y los mandos del sistema de climatización. En cuanto al precio, descuentos PIVE y promociones al margen, Ford lo ha ajustado bastante porque la versión Trend supera por poco los 17.000 euros. Aunque tiene todo lo imprescindible, la marca americana se podría haber estirado un poco y haber incluido el climatizador de serie. **C**

www.ford.es

UNO DE LOS MONOVOLÚMENES COMPACTOS MÁS CONTRASTADOS, EL TOYOTA VERSO

El equilibrio es su virtud

➔ El **Verso** de **Toyota** no es el más amplio, ni el más versátil, ni el más barato, ni el más dinámico, no es ni el mejor ni el peor en ningún aspecto y quizás sea ésta la clave de su éxito porque sí que es uno de los monovolúmenes compactos más vendidos del mercado.

Llegó a nuestro laboratorio de pruebas la versión diésel de 177 CV y siete plazas, un producto plenamente satisfactorio. Siguiendo la tradición de la marca nipona, este Verso está muy bien acabado. La calidad quizás no es la más excelsa pero sí suficiente y la comodidad también es notable, sobre todo si tenemos en

cuenta que ha sido una de las prioridades de Toyota si nos atenemos al tacto de suspensión, quizás excesivamente blando. El motor es muy eficaz y va sobrado, incluso con cinco ocupantes y la carga o siete y sin apenas carga porque aquí llegamos al talón de Aquiles de este modelo. Toyota lo vende como un siete plazas (porque las tiene) pero sus medidas son de monovolumen compacto (4,44 metros). ¿Qué queremos decir? muy sencillo, si necesitas siete plazas no tienes maletero y si necesitas maletero (capacidad correcta, 440 litros), olvídate de montar a siete pasajeros. En cualquier caso, para una urgencia pueden ser

de gran ayuda estos dos asientos extras. En cuanto a versatilidad el Verso es un referente del mercado ya que la marca nipona la ha mejorado incorporando en el equipamiento de serie el **Toyota Easy Flat** o plegado total independiente de las plazas traseras. Nos habíamos quedado en el motor, que es más que suficiente para este modelo pero es algo gastón (6 l/100 km en ciclo combinado). El cambio es rápido y preciso pero nos hubiera gustado probar el automático AutoDrive a ver cómo combinaban.

El importe de la variante probada roza los 28.000 euros. No es una cifra baja pero, a cambio, ofrece un amplio equipamiento. Elementos como el airbag de rodilla, los faros de xenón, los sensores de lluvia y de luz, el techo panorámico Optivision vienen de serie. **C**

www.toyota.es



CHEVROLET CRUZE 5P 2.0 VCDI LTZ, RELACIÓN CALIDAD-PRECIO INSUPERABLE

Órdago a los europeos

Chevrolet ha venido para quedarse. Tras la remodelación de su gama europea, ahora más adaptada a los gustos del viejo continente, la marca estadounidense propone productos honestos a precios de lo más competitivos. Buen ejemplo de ello es el **Cruze** del cual podemos disponer de la versión hatchback con un motor diésel de 163 CV por menos de 19.000 euros. Es decir, Chevrolet nos propone un versátil compacto cinco puertas de notable tamaño (4,51 metros) y maletero (413 litros), con un potente motor de más de 160 CV y nada glotón (5,2 l/100 km en ciclo mixto) y con equipamiento que incluye de serie los seis airbags habituales, el ESP, el control de velocidad, faros antiniebla, el cli-

matizador, la activación automática de las luces y las escobillas limpiaparabrisas y hasta el sensor de aparcamiento trasero. En definitiva, la relación equipamiento-tamaño-precio de este Chevrolet Cruze es insuperable.

Obviamente, la calidad de los materiales y los acabados están a un nivel inferior de sus colegas europeos pero no tenemos la sensación de que desentone en exceso. También es un producto menos refinado y con un chasis no tan trabajado que hace que su comportamiento en carretera tampoco sea de referencia. El blando tacto de su suspensión delata su origen estadounidense. Por ponerle otro pero, la relación tamaño-habitabilidad no es la me-

yor. Algo estrecho detrás, cinco irán justos y el del medio tendrá que sufrir el relleno más duro y la posición más elevada de la plaza central de la banqueta. El motor también saca gran nota, este VCDI diésel de 163 CV no solo es potente y ahorrador sino que su funcionamiento es suave y silencioso. Para los más escépticos o los que solo confían en las marcas de "aquí", los tres años de garantía que ofrece Chevrolet avalan la calidad y la fiabilidad del Cruze. 

www.chevrolet.es



NISSAN EVALIA, LA VERSIÓN DE OCIO DEL COMERCIAL NV200

Capacidad a lo alto



➔ Tal como hace la competencia, **Nissan** ha lanzado una versión "familiar" de su vehículo comercial NV200. El resultado es el **Evalia**, un vehículo cuya principal virtud es el aprovechamiento del espacio ya que en solo 4,40 metros de largo y 1,69 de ancho (esta última cifra es especialmente limitada) es capaz de albergar hasta siete plazas y alcanzar los 2.900 litros de volumen de maletero. El secreto de esta última cifra es la altura del vehículo, 1,85 metros. Nissan ha equipado notablemente al Evalia pero creemos que se le ha ido la mano con el precio, la versión de acceso parte de más de 21.500 euros y la versión top roza los 24.000 euros.

Pasó por nuestras manos esta última, el Nissan Evalia de siete plazas con motor 1.5 dCi de 110 CV. Lo primero que llama la atención es la sensación de espacio que proporcionan la altura disponible y la amplia superficie acristalada. La disposición de los asientos no es la habitual de los monovolúmenes compactos de siete plazas. En el Evalia, los dos asientos de la tercera fila están uno enfrente del otro situados lateralmente en lugar de ser dos asientos convencionales algo más pequeños. Con los asientos ocupados el maletero es reducido pero en caso contrario (los asientos plegados ocupan muy poco espacio) es realmente considerable. Ayuda en este aspecto sus formas tan cuadradas. Otro punto a favor de Nissan y del Evalia son las puertas laterales correderas, que aportan una mayor versatilidad.

Una vez en marcha, antes de arrancar constatamos que estamos ante un derivado de vehículo comercial con la alta posición de conducción y el volante tan inclinado. También la ergonomía es mejorable (los mandos de regulación de los retrovisores están realmente escondidos a la izquierda bajo el volante) aunque en términos generales se obtiene una buena posición al volante. Ya en carretera, el comportamiento también es marcadamente de monovolumen. Su elevada altura y suspensión tirando a blanda no permiten grandes alegrías al respecto aunque el que compre el Evalia no buscará este dinamismo, a buen seguro, sus prioridades serán el espacio y la polivalencia. Si busca equipamiento, el Evalia se sitúa por encima de la competencia. La unidad probada contaba con elementos como cámara de visión trasera, espejos retrovisores calefactados, faros antiniebla, ordenador de a bordo, climatizador, cristales traseros oscurecidos o autoencendido de luces. 

www.nissan.es





Más de 500.000.000 de filtros fabricados.
700 puestos de trabajo.
Una fábrica en España.
MANN+HUMMEL IBÉRICA, S.A.

MANN+HUMMEL IBÉRICA, S.A.: FABRICANDO CALIDAD EN ESPAÑA.

Desde 1964 FILTROS MANN ha estado cerca de sus clientes, fabricando productos de la más alta calidad, por personas comprometidas y para los clientes más exigentes de la automoción y de la industria.

Hoy, seguimos pagando impuestos y dando empleo a 700 personas, contribuyendo así al desarrollo económico de España.

- MANN+HUMMEL IBÉRICA: Más de **500 millones de filtros**: un sello español de **calidad por todo el mundo**.
- MANN+HUMMEL IBÉRICA: Miles de personas —**miles de familias**—: el esfuerzo hecho marca: **MANN-FILTER**.
- MANN+HUMMEL IBÉRICA: Un socio de confianza para nuestros clientes.
- MANN+HUMMEL IBÉRICA: Compromiso de respeto a las personas y pasión por un mundo limpio.
- MANN+HUMMEL IBÉRICA: Empleo, calidad y riqueza “Made in Spain”.

Tenemos clara nuestra visión: **Liderazgo en Filtración** gracias a personas motivadas que desarrollan soluciones extraordinarias y resultados superiores.

MANN+HUMMEL IBÉRICA: Desde España. Para el mundo.



**MANN
FILTER**

MANN-FILTER – Perfect parts. Perfect service.