

# 355

marzo 2013

www.mryt.es



**Especial**  
**Previo**  
**Motortec A.I.**



**Raúl Calleja,**  
**remando fuerte.**

**el desengrasante**



**VI Peña**  
**Profesional,**  
**pero que muy**  
**profesional**



**El Dragón**  
**Rojo, arde**  
**Heloísa Monzani,**  
**habla de Klarius-QH**

**SUPLEMENTOS**



**Sus clientes quieren la N°1**  
Bujías Bosch: 111 años de innovación

La innovación tecnológica de las Bujías Bosch, la experiencia, y una estrecha colaboración con los fabricantes de automóviles la posicionan como líder del mercado europeo en primer equipo. Sus clientes quieren la N°1, usted puede ofrecérsela: Bujías Bosch.

Seguimos cosechando éxitos en: Alfa Romeo, Audi, BMW, Citroën, Mercedes-Benz, Fiat, Ford, Honda, KTM, Lancia, Mitsubishi, Opel, Peugeot, Piaggio, Porsche, Renault, Seat, Skoda, Smart, Stihl, Suzuki, Toyota, Volvo, Volkswagen. Equipos, piezas y servicios: sólo es posible con Bosch.

 **BOSCH**  
Innovación para tu vida

www.bosch-automotive.es

**ADEMÁS**

**De UFI a UFI, y filtro porque me toca (y II)**  
**Yuasa cumple 10 años en España**  
**MultiTaller, de convención**



## SU HERRAMIENTA MÁS VALIOSA

Las reparaciones de dirección y suspensión jamás habían sido tan fáciles de resolver. Todo lo que necesita es MOOG. Con un catálogo que incorpora diagramas de montaje y fotografías identificativas de las piezas que facilitan el correcto proceso de reparación. Las referencias de chasis MOOG, incluyen todos los elementos necesarios para su instalación, además de una amplia gama de kits de reparación de dirección y suspensión que facilitan en gran manera la reparación.

**Hágalo fácil, hágalo con MOOG.**



# MOOG

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

**FEDERAL MOGUL**



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

Eugeni Gallego, Christian Machío

### Sección constructores

Ernest Vinyals, Yvonne Rubio

## PUBLICIDAD

Glòria Viñals

gloria@ceiarsis.com

## COMPOSICIÓN

Dani Ros

daniel@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. **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

marzo 2013

## Motores en marcha

Pues ya la tenemos aquí.

Cuando lean estas líneas, quedará nada y menos para que abra sus puertas una nueva edición de **Motortec Automechanika Ibérica**.

La segunda de esta nueva dirección, y quizá algo más importante que la primera, que tenía el punto de la sorpresa, de la ilusión por ver un punto de inflexión.

Trabajada en unos momentos realmente complejos, económicamente hablando, esta feria, presentada como **La Gran Fiesta Comercial del Sector Posventa en la Península Ibérica** debe demostrar que el camino iniciado en 2011 atrae y satisface al mercado en el que se circunscribe; aporta, convence y fideliza.

Empieza con buena pinta: una actividad endiablada en todas las horas de exposición y con variedad temática, acciones para visibilizar el mercado fuera de nuestras fronteras, por ampliar la distribución geográfica del visitante, compañías relevantes que se han decidido a participar de nuevo (aunque es verdad que algunas, igualmente relevantes, han dejado de hacerlo) y las más (no estarán todos los que son, pero a fe que sí son todos los que están) que siguen confiando en este producto, que ya no proyecto, y con dosis de posventa más allá de las horas de feria, con las veladas de celebración o encuentros que algunas compañías han preparado tras el cierre de las jornadas. Siempre se ha dicho (no solo lo hemos escuchado en boca de los promotores de esta que nos ocupa) que las ferias son el modo más rápido de llegar a mucha gente en poco tiempo con una menor inversión que atenderles a cada uno, y muchos son los que ponen en práctica esta máxima (que en estas páginas, aparte de Motortec A.I., les hablamos de iniciativas zonales a las que, con la misma premisa en su concepción, hemos asistido); siempre les hemos dicho que nos gustan las ferias (y más las que tienen contenido), porque es una forma de "oler" sector, de "tomarle el pulso". Aunque no dejemos de estar en contacto con muchos actores de la cadena de valor, a lo largo del año, es ahí donde, de una forma mucho más personal (que lo profesional, nos van a permitir que se lo digamos, no deja de pasar por los filtros personales, que para eso somos personas) percibimos de una forma conjunta, a partir de muchos inputs, contrastables en minutos, el quid de la cuestión.

Para nosotros, para **C.E.I. Arsis**, nuestra editorial, esta será una feria especial. Entre las muchas novedades que vamos a conocer en la nueva edición de Motortec A.I. (no solo de productos, sino de marcas, de estrategias por parte de fabricantes de componentes, distribuidores e importadores y talleres), estará nuestro primer número de **MotoTaller**. Un producto que se retoma con mucha ilusión, que sigue siendo el único medio profesional especializado en el sector posventa de las dos ruedas, y que se ha trabajado con mimo para dotarle de un contenido interesante y muy fresco a la vez. La pasión y el conocimiento, juntos.

Vamos a Motortec A.I. con ganas. Y se lo contaremos, como siempre, de primera mano. Les invitamos a visitar nuestro stand (entradas gratuitas desde la web).

Nos encantará saludarles.



Marzo 2013



## Actualidad

### 06 NOTICIAS

Un extracto de las noticias del sector. Mucho más, cada día en [www.mryt.es](http://www.mryt.es)

### 09 EMPRESAS

**Carsmarobe: nuevas instalaciones y plan estratégico**  
Inauguraron en Móstoles, y dieron a conocer su operativa.

### 10 DISTRIBUIDORES

**Se trata de sensaciones**  
VI Muestra de maquinaria y Recambio para el Taller Peña Profesional.

### 14 DISTRIBUIDORES

**I Jornada de puertas abiertas de SACORAUTO: Buen inicio**  
Excelente acogida de la iniciativa del distribuidor miembro de CGA.

### 15 EVENTOS

**Más.**  
Se prepara una nueva edición de Autopromotec, en Bolonia.

### 16 FABRICANTES

**De UFI a UFI, y tiro porque me toca (y II)**  
UFI, con Cecauto, Brugués y Talleres Tecnovilla. Engranaje engrasado.

### 20 FABRICANTES

**Los 10 primeros años**  
Yuasa Batteries Iberia está de celebración.

### 23 FABRICANTES

**Sin buena amortiguación no funciona nada**  
Amortiguadores de vibraciones de torsión y poleas libres de alternador de ContiTech.

### 25 TALLERES

**Información y novedades**  
La V Convención de la red de talleres MultiTaller, en Toledo.



10



20



28



9



14



16



23



## TEMA DEL MES

### 20 ENTREVISTA

**El Dragón Rojo, arde**  
Heloísa Monzani Habla de Klarius-QH.

## Suplementos

### 30 PREVIO MOTORTEC A.I.

**El Desengrasante: Raúl Calleja, ¡¡¡Dándole al remo!!!**  
**Eventos: ¡Revoluciones al máximo!**



63

47



el desengrasante

30

# ALTAS PRESTACIONES BAJOS PRECIOS

Todos los días bajamos los precios. Comprueba ahora el que buscas y saldrás ganando.



Aprovecha la oferta

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

INFO: 902 333 400

## Comunicarse con el cliente con herramientas de futuro aftermarket Creativo, una plataforma digital de diseño pensado para el taller

aftermarketcreativo.com es una plataforma digital creada por el experto grupo de profesionales de **Olas Publicidad/Consultoría** pensada como una herramienta de trabajo más para el taller, "democratizando" el acceso a un buen diseño y una mejor utilización del marketing al alcance de todos los bolsillos.

En estos tiempos, el hecho de reparar bien, estando al día de las últimas tecnologías es fundamental, aunque hacérselo saber al cliente, el conductor, y llegar a comunicarse con él para interactuar y fidelizarle, o darse a conocer y captar nuevos clientes potenciales es, cada día más, un factor diferencial.

Esta herramienta de fácil acceso y sencillo manejo, intuitiva y dinámica, propone crear, bajo unos patrones, plantillas o maquetas profesionales muy estructuradas, las diferentes piezas gráficas más relevantes con las que el taller debería contar para comunicarse mejor con el cliente.

Para facilitar esta labor, el equipo ofrece asesoramiento en forma de ejemplos de estilo, redacción, contenidos, para guiar al reparador en el proceso de creación de mensajes publicitarios, ofertas y así transmitir al cliente la mejor imagen con un mínimo coste para ayudar a los profesionales a solucionar las posibles dudas que les puedan surgir a la hora de realizar y personalizar sus piezas.

Existen tres niveles de diseño: *Standard*, *Advanced* y *Premium* y se podrá utilizar libremente, en función de la "modalidad de suscripción" que se haya seleccionado, cualquiera de ellos.

En una primera fase, el taller tendrá a su disposición Octavillas, Folletos, Carteles, Libro de mantenimiento,

Tarjeta de revisión de puntos de control, Tarjeta de cambio de aceite y Tarjeta de cambio de amortiguadores. Más tarde, las plantillas de irán actualizando con nuevos modelos y el taller será informado por e-mail.

Tanto en la web como en los documentos habrá un espacio previsto para la información que quieran transmitir los fabricantes a quienes interese la propuesta, avalada por la confianza y fidelidad de las marcas que han trabajado y trabajan con los promotores de esta iniciativa, y que va a permitir aportar a los diseñadores un buen contenido y gran atractivo.

Se está trabajando en un completo *Plan de Comunicación* de la plataforma porque, entre sus objetivos, está llegar al mayor número posible de talleres. ●

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



Una de las marcas más relevantes en amortiguación deportiva con el sistema patentado FSD

## Grovisa: distribuidor en exclusiva para España de amortiguadores Koni

La empresa de recambios del automóvil **Grovisa, S.A.**, con casi 90 años de experiencia en el sector, será la encargada desde este mismo año de la distribución en exclusiva para España de los amortiguadores **Koni** para turismo deportivo & tuning.

Koni es una de las marcas punteras en amortiguación deportiva ya que la competición es una de sus

áreas de actuación más potentes. Invierte constantemente en procesos de producción más modernos y en I+D con el fin de desarrollar la tecnología más novedosa, prueba de ello es la patentada FSD. La alta calidad de sus productos está avalada por las certificaciones de calidad de referencia. Su dilatada experiencia en producto para OE se refleja en el desarrollo para recambio.

Los amantes de la conducción deportiva podrán elegir entre una extensa gama de productos. Más de 1.100 re-

ferencias están a su disposición para satisfacer las necesidades específicas de cada conductor; sus gamas son:

• **Koni FSD (Kit) Nuevo concepto de amortiguación deportiva.** Adaptación independiente de cada amortiguador al terreno. Mejor agarre y menor desgaste de neumáticos. No necesita electrónica. Proporciona una experiencia de conducción única. Diseño específico por aplicación.

• **Koni Sport amortiguador deportivo.** Regulable en dureza. Aporta menos balanceo y movimiento del chasis reducido. Diseño específico por aplicación.

• **Koni Classic amortiguador deportivo para vehículos clásicos.** Regulable en dureza. Nivel de control y estabilidad mejores que los estándar. Diseño específico por aplicación.

• **Koni STR.T: amortiguador estándar no regulable.** Agarre excepcional y manejo óptimo. Diseño específico por aplicación.

Con la finalidad de dar un servicio de distribución impecable Grovisa cuenta con gran stock disponible en pocas horas. También conscientes de que la instalación de estos amortiguadores requiere de una formación específica, ponen a disposición de los talleres y recambistas un equipo profesional perfectamente formado para dar asistencia y asesoramiento continuo. ●

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



Desarrollados con sistema de encendido rápido (Advanced Quick Glow System)

## Dos nuevos calentadores de NGK Spark Plug Europe para motores diesel, en posventa

En épocas más frías, los vehículos de motor diesel dependen particularmente de que los calentadores funcionen a la perfección. A partir de ahora, dos nuevos calentadores de sistema de encendido rápido (*Advanced Quick Glow System*), estarán disponibles en el sector del recambio para los modelos actuales de Fiat, Volvo, Peugeot y Citroën.

El **Y9001AS**, un calentador que **NGK Spark Plug Europe** desarrolló para los vehículos con motor diesel SDE 1.3 l Multijet Euro 5 de Fiat exclusivamente como equipo original, ahora está disponible para el sector del recambio. Se puede encontrar en los modelos de Fiat 500 (1,3 l, 70 kW), Grande Punto (1,3 l, 63 kW) y Doblo (1.3L, 66 kW) así como en el Lancia Musa (1,3 l, 516670 kW) y el Alfa Romeo MiTo (1.3L, 62 kW). Además de esto, el Y9001AS también es la opción ideal para el Citroën Nemo 1.3 HDi 75 (1,3 l, 55 kW), Ford Ka (1,3 l, 55 kW) y el Peugeot Bipper (1,3 l, 55 kW).

El segundo calentador que ahora está disponible para talleres es el **Y8008AS** (o **D-Power 74**). Garantiza un arranque óptimo en más de 40 modelos de la gama de Volvo, como por ejemplo el Volvo C30 (2,4 l, 120132 kW), el C70 (2,0 l, 110130132 kW), el S60 (2,4 l, 93120136 kW), el V70 (2,4L, 158 kW) y el XC90 (2,4 l, 147 kW).

Ambos calentadores tienen un tubo de calentamiento con un diámetro mucho menor que el de los calentadores estándar. Trabajando con sistema de encendido rápido (*Advanced Quick Glow System*) de NGK, les permite alcanzar una temperatura de 1.000 °C en menos de dos segundos y calentar la cámara de combustión de manera extremadamente rápida para garantizar una puesta en marcha en frío, eficiente y respetuosa con el medio ambiente, incluso en las temperaturas ambientales más bajas. ●

📍 [www.ngk.de/es/home](http://www.ngk.de/es/home)



Con cuatro años de garantía

## Nueva generación de soporte de goma MEYLE-HD para VW

Los soportes de goma son componentes vulnerables de los vehículos. El material está expuesto a altas tensiones, pues absorbe las fuerzas producidas al acelerar y frenar y tiene que estabilizar el brazo de suspensión. En febrero, el fabricante de Hamburgo

**Wulf Gaertner**

**Autoparts AG** presentó la tercera generación de su casquillo de goma **MEYLE-HD** cuyo material tiene un diseño totalmente nuevo. Con ello, el casquillo tiene una duración considerablemente mayor que la versión original, y permite una mejor estabilidad en la vía.

En la última generación de soportes de goma HD se eliminaron picos de tensión locales que provocaron el fallo de la pieza original. Tras realizarse comprobaciones dinámicas de los componentes con los materiales más diversos, se desarrolló un diseño completamente nuevo del componente y de los materiales, el cual se adapta mucho mejor a las cargas. El casquillo HD se rellena ahora completamente con una nueva mezcla de goma que reduce las fuerzas de tensión, maximiza con ello la vida útil de la pieza y permite una conducción segura. El resultado es una pieza de calidad superior, por lo que se otorga una garantía de cuatro años.

Para el montaje correcto del soporte de goma MEYLE-HD Wulf Gaertner Autoparts AG recomienda la herramienta de extracción e introducción a presión de su socio de cooperación, la compañía SAUER Spezialwerkzeug. El nuevo casquillo de goma puede utilizarse entre otros para todos los modelos VAG de las marcas VW Polo, Skoda Fabia, Seat Ibiza, Skoda Roomster, Seat Córdoba y VW Fox.

Recordemos que en España, los productos de la marca MEYLE y MEYLE-HD están de la mano de la filial

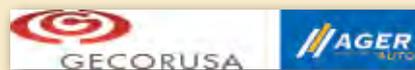
**Meycar**, con sede en Madrid. ●

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



GECORUSA y AGERAUTO han suspendido la actividad de la Agrupación por lo que se ha iniciado la disolución

## La Alianza Internacional de Recambistas, a.I.E., Historia pasada



Las firmas distribuidoras **GECORUSA** y **AGERAUTO** han emitido un comunicado conjunto en el que anuncian la suspensión de las actividades de Alianza Internacional de Recambistas, A.I.E.

La suspensión se concretó el pasado 31 de diciembre y con ella se ha iniciado el proceso de disolución de esta Agrupación que se puso en marcha el pasado 2010.

A pesar de esta decisión, GECORUSA y AGERAUTO no descartan futuras colaboraciones siempre que se den las condiciones oportunas para ello. Así mismo, mediante el comunicado aprovechan para agradecer a los proveedores y amigos las atenciones recibidas. ●

 [www.gecorusa.com](http://www.gecorusa.com)  
[www.agerauto.es](http://www.agerauto.es)

# La bujía nº



# del mundo

**NGK es Equipo Original en:**

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



Más de 40 marcas de motocicletas estarán representadas a través de sus concesionarios en la segunda edición, y MotoTaller va a acudir como expositora

## Motomadrid: consolidándose como evento referencia del sector de las dos ruedas en España



El **Salón Comercial de la Motocicleta-Motomadrid**, se celebrará del 22 al 24 de marzo en el pabellón 3 de IFEMA -Campo de las Naciones-; el 85% de la superficie expositiva ha sido ya comercializada y a la presencia de concesionarios de marca hay que sumar una amplia representación de la industria auxiliar (recambios, piezas, accesorios, equipamientos, componentes, etc.) editoriales, complementos y textil. Aseguradoras y financieras complementan una oferta comercial que garantizará al potencial cliente cerrar la operación de compra en el marco del propio Salón.

Motomadrid 2013 tendrá una superficie aproximada de 20.000 m<sup>2</sup>, y otros 7.000 se dedicarán a la realización de actividades paralelas gratuitas que garantizarán el entretenimiento permanente a lo largo de las tres jornadas de Salón. Se prevé que más de 200 expositores nacionales e internacionales participen en esta segunda edición del Salón de la Motocicleta.

La presencia de un número significativo de marcas de motocicletas representadas, garantizará la presencia de producto de todos los segmentos: urbana, carretera, custom, campo, competición, eléctrica, etc.. tanto nuevas como semi nuevas con todas las garantías.

La cabecera **MotoTaller** recientemente incorporada a nuestra editorial **CEI Arsis** y hermana de **MRyT** y **ElectroCar**, va a participar en el evento como expositora. Entrará en contacto con los visitantes, además de realizar su labor informativa para sus lectores, y presentar el primer número de la nueva etapa, sintiendo el pulso de los aficionados, y contactando con ellos para recabar sus datos con los que realizar envíos informativos y sin cargo de los newsletter que, a partir de las informaciones publicadas en la nueva web en preparación, se irán enviando periódicamente a todos los interesados en este apasionante mundo de las dos ruedas.

El traslado de la celebración a Feria de Madrid obedece al cierre preventivo decretado por el Ayuntamiento de Madrid sobre las instalaciones de Pabellón de Cristal de Casa de Campo, espacio inicialmente previsto para la celebración de este evento. El público visitante no se verá económicamente afectado por este cambio de ubicación, ya que la organización ha previsto la congelación de los precios de entrada en taquilla que, al igual que el pasado año, tendrá un coste de 10 euros. ●

www.mryt.es / www.revistamototaller.com

General Ricambi, a través de Intragrup Transmisiones, amplía su presencia en España

## Nueva delegación en Madrid

La compañía italiana **General Ricambi** presente en el mercado europeo de transmisiones, juntas homocinéticas, direcciones asistidas y mecánicas, bombas hidráulicas eléctricas y electrónicas, columnas eléctricas de dirección, y pinzas de freno, y en nuestro país de la mano de la empresa **Intragrup Transmisiones SL**, ha decidido apostar por ampliar su presencia en el mercado español con la apertura de la delegación en Madrid en Mejorada del Campo, para atender mejor a los clientes de la zona centro.

El proyecto en España contempla la incorporación de nuevas líneas de producto como son: pastillas de freno **CIFAM**, Bombas de agua **Graf**, Hidráulica **CIFAM**, Discos de freno **CIFAM** y poleas de alternador. La capacidad de producción de los fabricantes con sede en la localidad lombarda de Castiglione d'Adda, con más de 25 años de actividad alcanza las 400.000 transmisiones y 80.000 direcciones, con los certificados ISO 9001:2008 e ISO/TS 16949, dando cobertura a la gama de vehículos europeos, americanos y asiáticos, garantizando soluciones a los clientes. ●

www.generalricambi.it



## FILTROS cartés

Especialista global en filtración

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

www.filtroscartes.com - tu mejor herramienta

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

Automoción - Transporte - Agricultura - Obra Pública

Industria - Minería - Marina



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



Descubre cómo ahorrar tiempo y dinero en tu taller

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



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

- Cobro rápido.
- Procedimiento sencillo, intuitivo y fácil de usar.
- Se ahorrará todos los gastos de tiempo (confección de la factura, archivo, a quién dirigirla, donde, etc.) y dinero (gastos en papel, impresión, envío, etc.) que conlleva el papeleo a la hora de elaborar la factura.
- El coste por factura es muy reducido (1,70€), a cambio usted dispondrá de su dinero en un breve espacio de tiempo.
- Conocerá el estado real de su factura en todo momento (pendiente, aceptada, cobrada, etc.).
- Empleará el mismo sistema de trabajo con diferentes compañías aseguradoras.
- Integración automática en la factura de los datos de los diferentes sistemas de valoración.

### Además...

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

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

### Cómo contactar:

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

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

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

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

978 877 870



VI PEÑA PROFESIONAL  
EN LA CARLOTA,  
CÓRDOBA 22 AL 24  
FEBRERO

## Se trata de sensaciones

Durante todo un fin de semana se ha desarrollado VI Peña Profesional, la Muestra de Maquinaria y Recambio para el Taller, todo un despliegue expositivo del distribuidor y sus proveedores, para obtener resultados económicos.

Si, efectivamente, "se trata de sensaciones", como decía el responsable de marketing de Grupo Peña Automoción, lo cierto es que de todas las muestras de Peña a las que hemos asistido (y ya son unas cuantas) la de este año es la mejor.

### Mejoras que se dejaron notar

No solo por el espacio (para el que se ha contado con todo el apoyo posible del Ayuntamiento de La Carlota, cuyos responsables se han volcado con el distribuidor -y eso que el Centro de Formación y Exposiciones Ing. José M<sup>a</sup> Alcaide Cáceres está a 30 Km de la capital-) y la concepción de la estructura de la feria (que hacían los stands más "visitables"), sino por la planificación de las visitas de los profesionales (IES/FP, Clientes VIP, Talleres de todas las áreas de influencia de GP, ASA, ex Garmo), de forma escalonada, para que fuera viable ofrecer la atención adecuada tanto en los stand de los proveedores como en las diferentes líneas de negocio del conocido distribuidor.

Las "zonas Peña" se segmentaron aún más para poder atender de forma más personalizada a los interesados: este año, además de las conocidas líneas de Turismo, Industrial, Agrícola, Tuning, Tractores, Pintura, Profesional, Peña de Baena, se le sumaban **Peña Moto** (una línea abierta hace muy poco, para las dos ruedas), **Peña Presupuestos** (cinco puestos de trabajo que se quedaron cortos para atender a los talleres) y **Peña Oportunidades** (recambios y equipos que, siguiendo la tendencia *Outlet*, se ponían a disposición de los profesionales).

Muchísimas promociones: puntos por venta, acumulables y con derecho a regalos estupendos, dinamizaciones (un mago iba trasladándose para reconducir a los visitantes hacia zonas con menor tránsito), y hasta una fórmula de reciclaje de los kits plásticos del estupendo catering realizado por Bodegas Campos, que daban derecho a regalitos.

Y los asistentes respondieron con creces: 5.521 visitantes (un 15% más que en 2011) entre los que se encontraban 1.492 empresas de reparación (un 20% más que en 2011).

Los distribuidores, tal como dijo en su intervención Javier García, responsable de marketing de Grupo Peña, en la cena de Proveedores, se plantearon esta acción como la de más relevancia del año y con claros objetivos comerciales; en sus palabras: "pensamos que la feria es el mejor me-



Ricardo Peris, jefe de ventas de **MANN+HUMMEL IBÉRICA**, nos muestra el filtro para VI de la nueva gama GST.



En el stand de **Sogefi**, lucía su filtro industrial **SogefiPro**; **Gabriel Recasens** (dcha) también nos hablaba de los buenos resultados en Portugal, zona ibérica de su responsabilidad.



**Tenneco**, con su refuerzo de la marca **Monroe** en zona y la promoción de la línea de suspensión y dirección.



En **Corteco** celebraron un sorteo entre los muchos profesionales que acudían a su stand.



Los proyectos de red de talleres de Peña, **EuroTaller e InterTaller** que vienen de la mano de la central a la que pertenecen **Group Auto Union España** tuvieron su propio espacio y a los responsables de expansión nacional: **Carlos Calleja y Dulce Naz**.



La Alcaldesa de **La Carlota**, **Rafaela Crespin**, junto a **Antonio Peña**, en el momento de la inauguración.



**Armin**, el catálogo electrónico creado por **GAUE**, una idea que se exporta al resto de Europa, presentado en stand y conferencias, con gran acogida.



dio de vender (imagen y euros) que tiene una empresa sólida, con implantación y crecimiento como la nuestra que apuesta fuerte y pelea por conseguir objetivos y ofrecer a los clientes algo más allá del precio. Se trata de un escaparate para ver quién está detrás de los productos, el mejor elemento de B2B, el mejor momento para mostrar a los visitantes las virtudes de una marca y que se vayan con ella en la cabeza, el mejor compendio de muchos impactos en poco tiempo; la implicación que les hemos pedido a los proveedores (algunos lo han cristalizado en ofertas lanzadas antes de la feria, cuyos incentivos deben ser recogidos aquí) supone la mejor forma de conseguir objetivos (euros y contactos) cerrando el círculo del esfuerzo que se ha realizado entre los tres eslabones de la cadena de valor de la posventa".

En ese sentido, los objetivos planteados se han superado ampliamente: si se materializa el mismo porcentaje de pedidos que en la V Peña Profesional de hace un par de años (un 30% de los recibidos), ya se habrá crecido en ventas un 15%.

### Novedades

Muchos de los proveedores acudían a Peña mostrando novedades.

**MANN+HUMMEL IBÉRICA**: mostraban la nueva línea **GST** (Blue String technology) para VI; que sustituye la cinta metálica por adhesivo, con lo que no pesa, es totalmente reciclable y evita po-



**Festool**, con uno de sus distribuidores preferentes.



**Isabel Tudela**, directora de comunicación de **Valeo Service España**, en plena labor informativa de los productos y servicios de la compañía.



**Salvador Grima**, director comercial posventa de **Gates** nos habla de la **Micro-V**.



**Webasto Diavia**. O **Webasto Thermo & Comfort Ibérica**; si sale Diavia, los talleres reconocen mejor la compañía, nos decían...



El equipo de **Astra**, satisfecho con el premio y con los resultados comerciales obtenidos en la feria.



**bilstein group** mostraba, por primera vez en un stand conjunto, dos marcas presentes en el mercado español: **febi** y **Blue Print**.



**ZF Services**, con su marca **Lemförder** mostraba un producto del que son proveedores en Audi-VW tecnología en caucho-metal.



**Federico Martínez** director comercial y **Antonio de Roa**, jefe de ventas de **TAB Starter Spain**, en su stand; donde resaltaba la batería **Magic** y la gama de moto.



La guardería, para dejar a los peques mientras los adultos recorrían con calma la feria.



Los Kits de distribución con bomba de agua de **SKF**, de promoción desde enero, como campaña de dinamización hacia la feria de Peña.



**3M España**, con Peña.



**Federal-Mogul** hacía la presentación de la distribución de las bujías **Beru**.



**Domènec Rubio**, director comercial de **Lechler Coatings Ibérica**, nos hablaba de su orientación a los profesionales para promover el "Ciclo Completo".



**Bosch** no podía faltar en la muestra.



Gran asistencia de los profesionales clientes de Peña, numerosa y escalonada. Unos 4.500 profesionales en activo, con autocares de Málaga, Algeciras, Ciudad Real, Linares y Morón, además de contar con la asistencia de unos 600 alumnos de 12 centros de FP, los futuros profesionales.



**Henkel**, patrocinador con **Loctite** de **Marc Coma**, y su dinamización: las fotos y los autógrafos del campeón. Daba la casualidad que esa misma semana ya se había cruzado con Glòria en otro evento...



**Juan Carlos Díez**, director general de **KYB Iberia** y director de marketing de KYB Europe le cuenta a **Glòria Viñals**, gerente de nuestra editorial, las aportaciones de **KYB** a la feria.



Previsión hasta para canalizar correctamente las bandejas del riquísimo catering que se ofrecía a expositores y visitantes...

sibles cortes al ser instalado, además de aumentar la capacidad de filtración.

Otra de sus productos relevantes es la Gama de filtros de Habitáculo para Asiáticos, (un producto estacional, relevante en primavera y más en una zona con tanto olivo); la cobertura total de los filtros de habitáculo de la marca para este segmento de asiáticos supera ya el 95% del parque.

**TENNECO**: Además de resaltar la línea de suspensión y dirección presentada en noviembre del pasado año (con resultados de lujo en resorts), relanzaban la presencia en zona de la marca **Monroe**.

**SOGEFI**: Presentaban el concepto **SogefiPro**, con un filtro de industriales, además de relanzar

**PBR** en la zona, con el catálogo 2013 y presentar en la zona de Andalucía el nuevo catálogo de Purflux.

**SKF**: Se podía contemplar toda la oferta de la compañía pero, desde enero se ha realizado una promoción vinculada con la feria para dinamizar la venta de kits de distribución con bomba de agua (5 códigos de barra del producto daban derecho a una lata de 5l de aceite de Peña, a recoger en la feria).

**GATES**: Los únicos fabricantes de correas con centro de producción en España continuaban con la promoción de las correas Micro-V y el código QR, además de los Kits de Distribución con bomba de agua (pioneros en ofrecerlo en el mercado

posventa español). La formación y las visitas a la fábrica son acciones relevantes para la empresa; los clientes de Peña ya han disfrutado de ellas.

**FEDERAL-MOGUL**: basaban su participación en dos puntales: la incorporación de la distribución ibérica de **Beru** y las piezas de suspensión de **Moog**.

**WEBASTO-DIAVIA**: La compañía se presentaba en la feria para reforzar la continuidad de Diavia, tras la redenominación Webasto Diavia, incorporando nuevos productos para aumentar la cifra de negocio; también se mostraba el logotipo de talleres **Webasto Diavia Taller Autorizado** que se lanzará seguramente tras la celebración de Motortec A.I.

# Distribuidores

**CORTECO:** La compañía va afianzando su implantación en nuestro país, con más equipo humano (**Alonso Álvarez** y **Enrique Naranjo**) un nuevo almacén en Alemania y una media de 5 clientes nuevos cada mes.

**LECHLER:** La compañía está dando un salto cualitativo, una vez racionalizada su distribución, con el concepto "Ciclo completo" que implica contemplar con el taller no solo precio sino el establecimiento de un ciclo eficiente que evite pérdidas económicas acompañando al taller en su día a día.

**bilstein group:** Por vez primera en España aparecían las marcas **febi** y **blue print** juntas en un stand. Toda la gama de las dos marcas explicada al detalle por **Juan Minguell** y **Arturo Arribas**, además del equipo de apoyo de las dos divisiones; especialmente relevantes en febi las piezas de caucho-metal, que se promovían con espacio destacado en el stand.

**KYB:** Sus acciones con el distribuidor en lo que se denomina **Suspension Solutions** (una hoja de verificaciones que los talleres presentaban al usuario para la comprobación del estado de la suspensión, argumentando y proporcionando información sobre la necesidad de su sustitución) han dado resultados muy positivos. Y durante la visita de los IES/FP los profesores y alumnos se mostraron encantados con el código QR que ofrece acceso a la web en la zona de documentación técnica.

**ZF SERVICES-LEMFÖRDER:** La compañía acudía con todas sus líneas de producto, si bien se centraban en la introducción de su línea de caucho-metal (de la que disponen de los soportes de motor activados electrónicamente, un producto del que son proveedores exclusivos de Audi-VW).

**VALEO:** Unos convencidos de la imagen de marca: se traían una de las dos "furgos" (en España,



Este año, las diferentes divisiones de Peña, en stands independientes, para dar mejor atención; la zona de **Peña Pinturas**, sus proveedores, como es el caso de **Glasurit** y su programa **Glasur-MIT** o las marcas del **Grupo PPG**, **Max Meyer** y **Nexa Autocolor**.



**Peña Oportunidades**, el "outlet" del distribuidor. También con acceso a los premios.



**Pablo Peña** le contaba a **Glòria Viñals** el éxito de la nueva iniciativa: **Peña Presupuestos**; cinco puntos de atención al profesional que se quedaron cortos...

más 2 en Portugal) del equipo de técnicos-comerciales con toda la oferta, productos, catálogos, etc. Es probable que estas unidades se amplíen ya que suponen hablar con el mismo lenguaje que los talleres.

## Ponencias

A lo largo de los tres días, se estuvieron realizando diversas ponencias formativas por parte de los promotores de la red **InterTaller**, **Dulce Naz**, los responsables de **3M**, **Datatecnic** la base de Datos de **Autotecnic**, para los socios

de GAUE y el catálogo web **Armin**, una iniciativa de **Group Auto Union España**, que se presenta también en Europa, tal como explicaba Carlos Calleja, encargado de presentarlo entre los asistentes (muy numerosos) a las ponencias, que aúna gráficas, tienda on-line del distribuidor superando a las bases de datos de fabricantes y que añade el "expertise" del canal marquista, integrando herramientas de valoración (no marquistas, pero con sus criterios de Mano de Obra y Tiempos de Reparación).●

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

## GALARDONES A LOS PROVEEDORES

No sólo hubo feria. La noche del viernes, en la tradicional "Cena con los proveedores" se entregaban varios premios.

En la feria, diversos responsables de los departamentos del distribuidor elegían al mejor diseño de stand, premio que recaía en **Astra** y mejor animación que recaía en **Henkel** (que había dispuesto un espacio especial con la moto de **Marc Coma** y el propio Marc que estuvo haciéndose fotos con los visitantes). Pero hubo más.

**Rafael Morales**, responsable de compras del distribuidor fue el encargado de presentar y otorgar el Premio al Proveedor del Año 2012, en su decimoséptima edición a Hella, recogido por su director general **Ismael Carmena**. Como decía Morales "ésta es una época de 'vender en tiempos revueltos'; las reglas, como las empresas (con sus procesos de fusión, reestructuración, etc.) han cambiado; si podemos imaginar cómo va a ser el mercado del futuro, se podrá seguir adelante materializándolo, pero para ello hay que salir de la zona de confort, ser valientes e ir a por lo que hemos imaginado".



**Javier García**, explicando que **Peña Profesional** era la apuesta más fuerte del distribuidor para este año.

El equipo de **Astra**, con su premio al mejor diseño de stand.



**Ismael Carmena**, director general de Hella, recibiendo el Cervatillo al mejor proveedor del año 2012.



(De izq. a der.) El director general de **GAUE**, **Juan Carlos Pérez Castellanos** con un satisfecho Carmena, **Fernando Pardo**, responsable de nuevos mercados en Sudamérica de **GAUI** y **Antonio Peña**, gerente de **GP Automoción**.



**Rafael Morales**, director de compras de Grupo Peña Automoción, remarcaba que hay que salir de la zona de confort para hacer realidad el mercado que imaginamos.



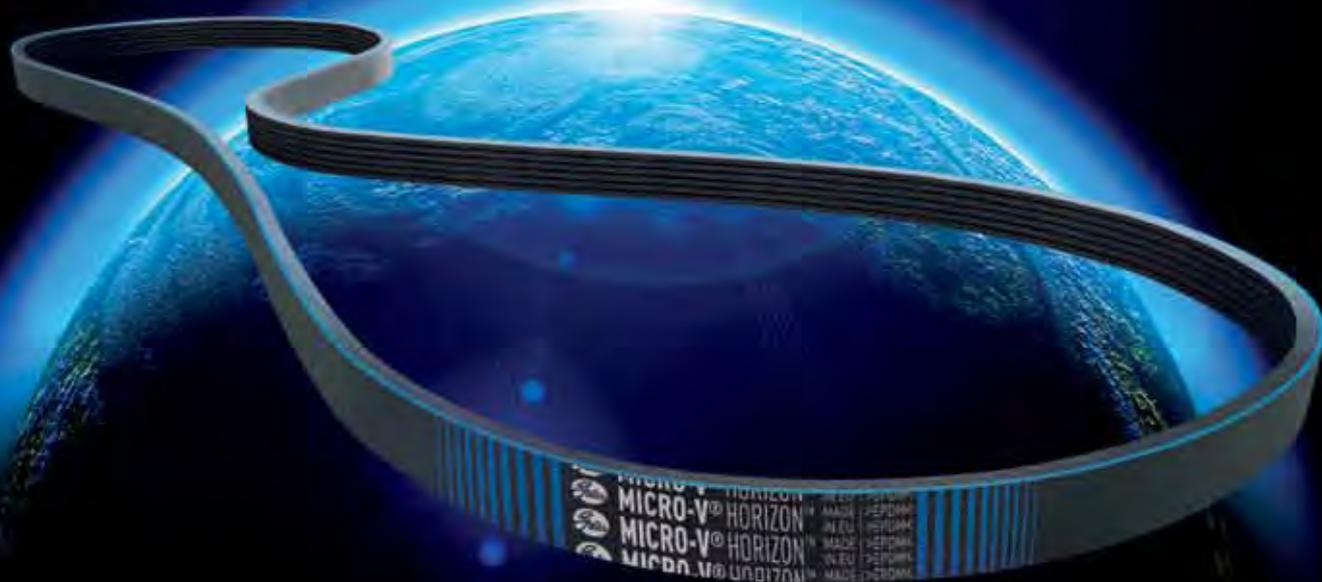
El premio a la mejor dinamización, para **Henkel**.



La nueva

# MICRO-V® HORIZON™

La correa más avanzada de todos los tiempos



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

[Gates.eu/horizon](http://Gates.eu/horizon)



**SILENCIOSA • FLEXIBLE • DURADERA**

LA ESTRATEGIA DEL DISTRIBUIDOR, MIEMBRO DE CGA Y A SU VEZ DE ATR, Y EL APOYO DE LOS PROVEEDORES

## I Jornada de puertas abiertas de Sacorauto: buen inicio

El pasado 22 de febrero se celebró en las instalaciones madrileñas de **Sacorauto**, la **I Jornada de Puertas Abiertas** a la que fueron convocados los talleres clientes del distribuidor miembro de **CGA** y a su vez de la estructura internacional **ATR**.

Destacada presencia de los proveedores que, en una carpa habilitada al lado de los almacenes del distribuidor, mostraban sus productos al reparador.

### Un proyecto común

Durante el evento, **Claudia Oliveira** daba a conocer las acciones de marketing del distribuidor para este año, esencialmente la presentación del concepto de red **Sacorauto Service** que implica un abanderamiento integral para los reparadores que incluye: Formación Técnica (cursos en inyección, diagnóstico, sensores, common rail, nuevas tecnologías de propulsión, cajas de cambio, etc.) y Comercial (técnicas de dirección del taller, argumentación comercial para el incremento de ventas, Marketing en el taller), Asistencia Técnica multimarca gratuita, Marketing (con productos de marca propia, acuerdos con grandes colectivos, presencia en redes sociales y página web), Publicidad, Software Técnico y de Gestión, Apoyo Comercial, Recambios de calidad e Imagen Multimarca; se trata de un servicio que se financia con las compras, ya que el taller debe asumir compromisos con su proveedor, aunque se pueden revisar anualmente.

### La fuerza de un gran paraguas

**Alejandro Vicario**, gerente de CGA, junto a **José Porras**, su presidente, agradecían a la multitud de profesionales concitados la presencia y participación en el evento, a la vez que remarcaban la fuerza que pertenecer a una estructura como CGA y su paraguas europeo ATR supone para garantizar las oportunidades de futuro.

### Obsequiar al visitante

También hubo sorteo, de jamones y navegadores, entre los profesionales que previamente habían facilitado sus datos en un boletín, depositándolos en una urna. ●

www.sacorauto.es  
www.sacorautoservice.com  
www.grupocga.com  
www.atrinternational.com



Fueron las primeras del conocido distribuidor afincado en Madrid. En él, se trataba de poner en contacto a proveedores, distribuidor y talleres para llevar adelante, entre todos, un proyecto de interés común.



Alejandro Vicario, durante su intervención.



Los productos de Tenneco se pudieron ver en la Jornada.



Exide, con sus baterías.



José Porras, presidente de CGA, dirigiendo unas palabras a los asistentes.



Muy sonriente el equipo de Road House.



Los frenos de Brembo, también en el encuentro.



Y la hora del sorteo...



Sogefi también acudía con su director comercial para aftermarket en España, Ricard Albi y el resto del equipo.



ZF Services-Sachs, en la Jornada.



Bosch, apoyando a Sacorauto.



Valeo, también presentes.



Gates, quiso acompañar a Sacorauto.



Las bombas de Dolz, con su espacio en la Jornada.

# Más.



## LA VIGÉSIMO QUINTA EDICIÓN TENDRÁ LUGAR EN EL RECINTO FERIAL DE BOLONIA DEL 22 AL 26 DE MAYO DE 2013

La feria internacional especializada de equipamientos y posventa del automóvil, confirma el resultado positivo de participación de los expositores y anuncia que en algunos sectores el espacio ya se ha agotado.

Tan solo faltan dos meses para la celebración de **Autopromotec**, la feria de equipos, maquinaria y recambios, una feria que crece y se renueva, reflejándose en su sitio web.

### La presente edición

Los organizadores, **Promotec**, hablan de un aumento de las empresas contratadas hasta este mes, respecto a las cifras de 2011, nuevos expositores de recambios y los expositores históricos están pidiendo mayores espacios, con lo que se ha ampliado la superficie cubierta (120.000 m<sup>2</sup>) con dos nuevos pabellones (14 y 15), 20.000 m<sup>2</sup> más para el "Polo del Diagnóstico" que supone el traslado y ampliación de estos equipos del anterior pabellón 30, desarrollando en su entorno una serie de iniciativas especiales de formación y de información, que le doten de valor añadido.

Se han previsto una serie de novedades y complementos que deberán favorecer la afluencia de visitantes (103.666 en 2011, un 2% más que en 2009, de los que 18.524 eran extranjeros -1.074 de España-, un 11% más que en 2009, y 85.142 italianos).

### Internacionalización

Autopromotec ha trabajado para conseguir mayor relevancia internacional y por ello alcanzó un importante acuerdo con la región Emilia-Romagna y con BolognaFiere, en relación a la promoción en **Brasil**, China y Turquía; para la promoción en Brasil, a fin de desarrollar una estrategia de penetración, se van a organizar paquetes de viaje que incluyen también *business meetings* durante la feria, para que también los particulares puedan visitarla, además de la presencia de una delegación de compradores. En paralelo se ha activado también la máquina comercial para estimular la presencia de las empresas expositoras locales que debería llevar en un par de ediciones, según las premisas de esta última misión, al nacimiento de "**Pabellones Internacionales**" similares a las que están presentes en otras ferias internacionales del aftermarket de la automoción.

Las actividades en **Turquía** y en **China** están aún definiéndose: en Turquía se centrarán sobre todo en roadshows en las zonas de producción del sector de la automoción del país, pensada para potenciales visitantes y expositores, mientras que en China la promoción tendrá como objetivo atraer la visita de importantes compradores locales a esta 25ª edición.

Ya están confirmadas algunas colaboraciones

como con la Cámara de Comercio Italiana para **Alemania** y la Cámara de Comercio Italiana en **Buenos Aires**, que tienen como objetivo, además de la promoción de la feria en los dos países, también la coordinación de algunas actividades como la localización de compradores y representantes de la prensa especializada local y operaciones comerciales específicas.

El acuerdo con la oficina ICE de Chicago (Instituto para el Comercio Exterior) para la promoción en los **Estados Unidos**, ya ha dado importantes frutos en pasado, esperando se consolide en esta edición.

### Industrial Vehicles Service

Se trata de una iniciativa que presenta un recorrido expositivo dedicado al camión, con una guía específica para los expositores del sector de la asistencia y del mantenimiento de los vehículos industriales y con un logo especial que identifica los expositores de los equipos, de los componentes y de las piezas de recambios para el camión. Existirá un área de exposición para los servicios de mantenimiento y de reparación de los camiones, de sus herramientas específicas, además de los remolques y los semirremolques, organizándose encuentros, actualizaciones técnicas y profundizaciones para los actores del sector.

### Filling Station Equipment

Es un área dedicada a todas las empresas que trabajan en el sector de las estaciones de servicio y de todos los servicios que en éstas se ofrecen. Los protagonistas de esta iniciativa serán las empresas fabricantes de equipos, tecnologías, productos y servicios específicos (como cisternas, surtidores, componentes, software, *non oil*, máquinas expendedoras, vallas publicitarias, restaurantes, etc.), así como las empresas dedicadas al cuidado del automóvil, las compañías petroleras y las de distribución de lubricantes. Se hará hincapié en las nuevas fuentes de energía para el motor, ya sean híbridas, eléctricas o a gas (GLP y GNC) y se ofrecerá una amplia serie de actividades paralelas específicas, foros, mesas redondas, presentaciones de nuevas tecnologías y reuniones con los actores, todo dirigido tanto a los expositores como a los visitantes.

### AutopromotecEDU 2013

El marco de desarrollo temático se presenta este año con una amplia gama de convenciones que abarca el mundo de la posventa del automóvil al completo, analizándose la situación del mercado

actual en Italia y en el mundo. ocupa una gran área en el pabellón 30, donde dos salas hospedarán estos importantes momentos de intercambio, así como una zona que será la sede de revistas internacionales y de stands de las principales asociaciones de la industria.



Las reuniones se abrirán con la habitual conferencia inaugural del 22 de Mayo; la primera jornada contará con una rueda de prensa dedicada a los medios de comunicación internacionales por la mañana, y por la tarde con una conferencia sobre las oportunidades para las empresas en mercados como Turquía y Estados Unidos, con ponentes de las asociaciones más importantes de ambos países.

### IAAM 2013

Como parte de **AutopromotecEDU**, el 23 de mayo tendrá lugar la cuarta edición del congreso internacional del aftermarket del automóvil **IAAM 2013**; tiene como objetivo dotar a las empresas y a los profesionales que trabajan en el sector de posventa una anticipación de las tendencias y del desarrollo de este sector en Europa así como en algunos países estratégicos como los integrantes del BRIC (Brasil, Rusia, India y China), ofreciéndoles la oportunidad de descubrir nuevos canales internacionales para las actividades de venta como nuevas oportunidades de crecimiento. Por la mañana se llevarán a cabo una serie de intervenciones altamente especializadas en posventa presentando las tendencias futuras del mercado



del mantenimiento y la reparación del automóvil, tanto en Europa como en otros países. Luego, durante la tarde, se realizarán una serie de encuentros entre expertos y participantes para profundizar de manera personalizada las oportunidades que ofrece el mercado internacional. Se esperan más de 300 profesionales provenientes de todo el mundo representando constructores de vehículos y de componentes, distribuidores independientes y de la red del aftermarket, demostrando la importancia de este congreso. ●

 [www.autopromotec.it](http://www.autopromotec.it)

## Cuando la cadena de valor se engrana correctamente

# De UFI a UFI, y filtro porque me toca

## (y II)

La suma de una labor planificada y seria lleva a una eficacia que alcanza a todos los eslabones de la posventa. Este es otro de los ejemplos que UFI Filters proporciona.

UFI Filters Iberia crece; y lo hace en tanto que crecen sus clientes, transmitiéndoles una filosofía que luego se hace llegar al siguiente nivel, la tienda, y de éste al taller, que es el usuario del producto, y que lo promueve entre el conductor.

Eduardo Martí, director general (y director posventa de la división de automoción para EMEA -Europa, Oriente Medio y África- del Grupo UFI Filters), junto a su nuevo equipo comercial en Iberia, que cuenta desde principios del mes de enero con la colaboración de Pedro Proença como área manager para Portugal y de Alberto Piccin como área manager para el mercado español desde principios de febrero, se reafirman en el Plan Estratégico

### La visión del cliente

El proyecto de UFI con CECAUTO arranca en febrero de 2008 y ya cristaliza en septiembre de ese mismo año. Miguel Menéndez (que se incorporó a la estructura del distribuidor en Noviembre de ese año) nos explica que se ha ido creciendo desde el inicio: "ha sido increíble, una inclinación de la línea casi de 90º año tras año (se ha transferido el volumen desde la otra gran marca que tocamos y las otras marcas han desaparecido), ya que nos ha proporcionado diferenciación. Cuando utilizamos la palabra 'partenariado' se queda un poco indefinida; en este caso, debemos decir que esa palabra se ha cumplido al 100%: UFI ha planteado una estrategia clara de distribución selectiva y no cuantitativa, que es muy importante para grandes distribuidores logísticos que somos, con un apoyo total. Una marca con presencia en primer equipo en un mercado en el que encontramos competencias en precios de una misma marca y diferentes distribuidores ha sido fundamental;



Basilio Navarro afirma que una de las ventajas es que en la zona de influencia de Cecaauto BCN, el Noreste de España, se identifica UFI con CECAUTO: una marca Premium y una Plataforma de distribución Premium.



Antonio Pujadó, presidente del Grupo Cecaauto.



Miguel Menéndez afirma que la línea de filtración ha dado un giro de 90º hacia UFI.



Eduardo Martí, director general de UFI Filters Ibérica, responsable del mercado Español, y Portugués desde principios de este año, ha incorporado dos profesionales más a su equipo con las mismas directrices comerciales de distribución selectiva; así saca tiempo para sus nuevas responsabilidades en posventa de la división de automoción para Europa, Oriente Medio y África.

Un momento de la entrevista en CECAUTO:



también han sido fundamentales la implicación de Eduardo en el proyecto, visitando a los clientes, las plataformas, haciendo cursos, etc. el rango de servicio pese a no tener plataforma logística -que es nuestra función-, la gama, y nuestros clientes así lo han percibido."

Para Antonio Pujadó, las cosas son de esta forma: "yo conozco la marca y al propietario y presidente de la compañía Giorgio Girondi desde hace más de 20 años, (tenemos la misma edad); en aquel momento, la compañía era pequeña, y en España el importador que tenían tampoco realizaba una labor coherente

en el mercado; Girondi inició con una gran visión la expansión asiática, reforzando la marca en IAM y en OE, y es el productor que más ha crecido de todos los europeos, estableciendo filiales en toda Europa (como en España, donde ya es, en muy poco tiempo, la cuarta marca en filtración); tienen una gran agilidad en la toma de decisiones, y eso a mí me da una gran tranquilidad, porque es una compañía joven, dinámica y aún está por crecer, tiene grandes perspectivas de futuro, en una filosofía de distribución selectiva que ha marcado Eduardo, que supone el que no haya una guerra de

# 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 s.l**

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

## EL DÍA A DÍA CON UFI

**Manuel Vilchez** es el actual gerente de **Brugués**, una tienda preferente en CECAUTO BCN, por antigüedad, porque fueron accionistas y porque están al otro lado de la calle de la plataforma. En esta ubicación (tras la unificación de las dos tiendas que disponían en Viladecans y Sant Boi de Llobregat) llevan menos de un año, y están encantados. Le quisimos preguntar sobre UFI y sus valores y esto es lo que nos cuenta: "ya conocíamos la marca, sabíamos que era primer equipo en IVECO, Fiat, Opel, BMW etc. -algo que me es muy útil a la hora de vendérselo al taller- habiendo incluso trabajado levemente la marca con el anterior importador; la incorporamos en cuanto CECAUTO empezó con ella. Y, actualmente para mí es una de las primeras marcas con la que trabajo en filtración, casi el 60% de lo que compro, aunque tengamos otras para dar servicio, y la marca de CECAUTO; intento vender UFI porque nos ofrece una primera calidad, con una gama muy amplia y un precio competitivo; tiene una relación calidad-precio excelente."

Un proyecto que tienen con la marca, aprovechando las nuevas instalaciones son las charlas técnicas,



Un trío vencedor.

cas, ya que interpreta que son buenas para todos: "es muy importante que el taller pueda conocer a la perfección las características técnicas pero, sobre todo, las comerciales ya que hoy más que nunca el taller debe ser un buen vendedor". **Martí** señala: "nuestras charlas también tienen un gran componente de argumentario de venta para el taller; enseñarle a explicar al cliente que el querer alargar un mantenimiento del filtro puede



Manuel Vilches lleva más de 35 años en el sector, de empleado pasó a socio y de ahí a propietario. Ya conocía UFI, pero ahora es una de las marcas más importantes en filtración en su empresa.

ser mucho más caro, a la larga, por las averías que un mal funcionamiento puede causar; que sepa prescribir la prevención". **Navarro** apunta: "todos somos usuarios y nos gusta saber por qué nos están señalando que tenemos que hacer algo; y ahí el distribuidor y la marca tenemos que dar apoyo para que el taller sepa resolver ese momento y que el usuario sepa por qué ha pagado un importe determinado".

precios para captar más cuota, o que para diferenciarnos tengamos que optar por una marca propia, y con una compenetración que nos ha supuesto vender en Cuba, un proyecto de futuro donde estamos creciendo juntos desde hace año y medio." **Martí** comenta: "en 1983 iniciamos la andadura asiática; hoy tenemos cuatro fábricas allí (una inaugurada el pasado julio), y tres en India y ello requiere gran inversión, sin olvidar el mercado europeo, porque tenemos clientes importantes en OE e IAM que también necesitan aportaciones en tecnología, a quienes tenemos que ayudar a crecer, para así crecer nosotros, y una muestra es el proyecto de CECAUTO en Cuba, con quien hemos ido a la feria internacional de la Habana dos veces, porque ellos son nuestra plataforma, si van allí, nosotros debemos estar."

### Servicio, gama, tecnología, formación

Sobre la logística de servicio, **Martí** comenta. "cuando llega un pedido de CECAUTO, no está más de 4 horas preparándose; en 72 horas suministramos a CECAUTO Barcelona". CECAUTO tienen marca propia en filtros pero **Menéndez** explica: "nuestra marca tiene su mercado; el filtro empieza a ser un elemento complejo, técnico, y ahora el cliente busca primera marca". **Martí** comenta al respecto: "cada vez más el sistema de filtración está ligado a la electrónica del vehículo, dado que su función es evitar averías si se detectan elementos dañinos"

Para **Navarro**, la entrada de UFI "se ha producido en el momento adecuado, cuando había una marca casi monopolizando, y la estrategia ha sido la adecuada -buen posicionamiento de precios, descuentos y calidad de primera marca- y con un volumen intenso de formación: el hecho de la flexibilidad al montar sesiones formativas adaptándose a las necesidades del cliente es un factor muy



CECAUTO es una de las mayores plataformas de UFI en el mercado ibérico. Y por eso les acompañan en todos los proyectos, como el que han arrancado desde hace un año y medio en Cuba.

importante; además hemos hecho acciones diferenciadoras respecto a las formaciones habituales y el taller, estando bien formado e informado, puede reparar cualquier tipo de vehículo y ser competitivo y hemos logrado identificar una marca Premium en una Plataforma de distribución Premium". **Menéndez** aporta: "no solo se ha formado a los talleres de nuestra red, sino que ha visitado a nuestro clientes y ha dado formación a todo el espectro de sus clientes, con lo que la capilaridad de la formación ha sido espectacular." Y es que **Martí** ha dado formación a más de 1000 profesionales en cinco años de trabajo en España.

### Originales y demostrándolo

Cómo no, el hecho de la presencia de UFI en primer equipo es un valor que resaltan los directivos de CECAUTO, a la hora de que el taller pueda no solo apoyarse en el Reglamento europeo para prescribir un recambio al cliente, sino que el hecho de que el usado también sea UFI, es un factor más a favor de esa prescripción. ●

 [www.ufifilters.com](http://www.ufifilters.com)  
[www.cecauto.com](http://www.cecauto.com)

### "NO ES LO MISMO"



Vilchez, Rosendo, Martí y Navarro, presente en primer equipo y con una gama y servicio óptimos son los argumentos más valorados por este taller.

Trabajar con un producto de correcta relación calidad/precio, presente en primer equipo y con una gama y servicio óptimos son los argumentos más valorados por este taller.

**Francisco Rosendo**, el gerente de **Talleres Tecnovila**, miembro de la Red de Talleres CECAUTO lo tenía clarísimo cuando fuimos a verle: cinco años trabajando con la marca UFI, por indicación de su proveedor **Brugués**, quien le convenció por una cuestión de un sólido equilibrio calidad/precio; Para Rosendo, trabajar con UFI aporta ventajas que son fácilmente reconocibles y valoradas: "no es lo mismo trabajar con filtros cada uno de un padre y una madre que hacerlo con un proveedor único que presentar al conductor del vehículo, reforzando el peso de la marca; y tampoco es lo mismo colocar un filtro que es el mismo que se monta en las cadenas del constructor que uno que no lo es, y eso el cliente lo entiende bien; si, además, su precio es adecuado, y el servicio y la gama óptimos, está clara la elección". Es por ello que nos explicaba que cada vez instala más filtros UFI, disponiendo de un pequeño stock para responder con inmediatez en su día a día.

Visítenos en  
**MOTORTEC**  
Stand 10D16  
Pabellón 10



## ¡Webasto Diavia: un equipo completo de profesionales a su servicio!

Los mejores recursos de formación y asistencia técnica, con la mayor gama de productos para todas sus necesidades de climatización de vehículos.



**Webasto Thermo & Comfort Ibérica, S.L.U.**  
C/Mar Tirreno, 33 · (28830) San Fernando de Henares,  
Madrid · Teléfono 91 678 47 50 · Fax 91 677 00 18  
[info@webasto.es](mailto:info@webasto.es) · [www.webasto-diavia.es](http://www.webasto-diavia.es)

**Diavia**

**Webasto**



GS YUASA CORPORATION ES UNO DE LOS FABRICANTES DEL PODIO DE LA PRODUCCIÓN DE BATERÍAS DEL MUNDO, SIENDO LÍDER DEL MERCADO DE MOTOCICLETA; ESTE 2013, SU FILIAL ESPAÑOLA CUMPLE 10 AÑOS



Juan Ignacio Egea, director general de Yuasa Battery Iberia.

# Los diez primeros años

Un proyecto que arranca con más ilusión que medios, como suele suceder, y que en la actualidad se ha ganado un espacio de reconocimiento en el mercado posventa de nuestro país.

En el mercado posventa español **GS Yuasa Corporation**, de origen japonés, entra enero de 2002, bajo la fórmula jurídica de sucursal de la fábrica de Birmingham, la sede de las operaciones europeas de la multinacional.

Todo el equipo de la sucursal lo componen un coche de alquiler, un portátil y **Juan Ignacio Egea**. La base del negocio son algunos clientes de baterías en marca Lucas, que TRW ha traspasado a Yuasa.

## Los primeros pasos

Durante todo ese año, la labor de Egea pasa por visitar ese fondo de comercio, intentando difundir la envergadura de la compañía y su catálogo de productos:

Ya en 2003, se constituye oficialmente **Yuasa Battery Iberia (YBI)** uniéndose la división de baterías **VRLA** de aplicación industrial (SAI,s, telecomunicaciones, seguridad etc.).

Pasan algunos años de siembra constante, descubriendo el mercado y sus actores: la complejidad de este sector con los grupos de compra, mayoristas, tiendas, agentes, etc. las necesidades de cada uno de ellos, las respuestas solventes que se les debe dar, la explicación de la envergadura de la marca que se promueve y todo lo que hay detrás: "Creo que una marca japonesa siempre tiene una buena aceptación entre el público español y portugués. Sin duda, la tradición de calidad y tecnología que tienen las empresas niponas son una gran puerta para cualquier producto. La forma en la que se ha entrado en el país, siempre ayuda. No somos una empresa impaciente, sino que creemos en el medio y largo plazo, para hacer bases sólidas de clientes y estructura."

Es en esta época cuando se empieza a desarrollar un vínculo cercano y de confianza mutua entre los clientes y Yuasa. Gracias a esta labor lenta pero constante, tal como afirma su director

general: "Yuasa es hoy, con diferencia, la tercera marca en el mercado español del aftermarket. Ha sido muy reconfortante el ver recompensado el esfuerzo cuando se trabaja de manera seria y constante. Ver crecer un equipo, que es al fin y al cabo, la fórmula del éxito ha sido lo más gratificante y la mayor experiencia."

Este vínculo se consigue gracias a una inagotable labor comercial de todo el personal de YBI y contando con unos representantes comerciales de gran nivel. El compromiso con el cliente de marca **Yuasa**, al que se le ha dado una zona de crecimiento, y la adaptación a sus necesidades, ha hecho de la relación personal un hecho diferencial en la compañía.

## Primeras ampliaciones

A partir de 2007, contando una ampliación de la estructura interna, se lanza la marca Yuasa para todos los productos de automoción con

gammas nuevas y ampliaciones de catálogo; algunos piensan que Yuasa está indefectiblemente unida a Lucas, pero en el primer año de andadura de la marca Yuasa en nuestro mercado, se incrementan las ventas en más de un 40%. Definitivamente, la posventa española empieza a ver a Yuasa como una primera marca del gran fabricante que es: uno de los tres fabricantes más importantes de baterías del mundo, de origen japonés con una experiencia que data de 1918, una producción anual de 60 millones de baterías, 24 plantas distribuidas por todo el mundo (en Europa dispone de insta-



Parte de la gama de baterías Yuasa.



# YUASA

Con las baterías **YUASA**,  
siempre saldrás ganando



## YUASA GAMA AGM

Baterías de última generación y tecnología.  
Perfecta para los vehículos **stop&start**



**YUASA** CON  
EL CUIDADO  
DEL MEDIO  
AMBIENTE





El equipo de Yuasa Battery Iberia, parte importante del éxito de estos 10 años.



laciones en Italia, Alemania y Francia), y líder mundial en primeros equipos en el mercado de motocicletas.

Este cambio de política comercial y de imagen viene acompañada también una fuerte inversión en marketing, para fortalecer externamente la compañía y su marca, uno de los valores clave de la compañía, por lo que, pese a que es proveedor de marcas de diferentes grupos de compra, siempre ha dado una importancia capital a su nombre.

En el mercado Industrial, ha conseguido consolidarse como una batería de referencia mundial, habiendo accedido durante estos años contratos como el AVE, M-30, Servicio de emergencia 112, AENA, empresas de seguridad, telecomunicaciones, energías renovables etc. Actualmente cuenta con las gamas de baterías VRLA (AGM) NP, SWL, Endurance, YFT y YPC, con las que ofrece más de 200 referencias. La fábrica principal de estas baterías está situada en Gales.

Además, para mejorar el servicio en estos diez años, se crea un Centro Logístico Especializado en Madrid; debido a la fuerte ampliación del número de referencias y diversificación de gamas, ha habido un cambio de compañía logística en YBI contando, hoy por hoy, con más de 3.000m2 destinados a sus productos.

### Hoy, sembrando el futuro

A partir de 2011 da un nuevo paso dentro de su estructura, con un hecho importante, como es la incorporación de las gamas de moto, tanto de Yuasa como de GS, a la gestión de la filial de YBI; y es líder en ventas en España y Portugal. Su lema, que será lanzado en la feria de la posventa de Madrid, *Motortec Automechanika Ibérica* es "Yes Yuasa".

Actualmente Yuasa cuenta con siete gamas de automoción, que comprenden baterías Calcio-Calcio y AGM para vehículos Start & Stop, cuatro de moto y una de tracción, aparte de ofrecer al

mercado herramientas como comprobadores y cargadores de primera calidad.

Durante estos años, YBI ha incrementado su nivel de penetración de mercado, contando con un alto nivel de servicio, cercano al 90%, de envíos en el mismo día del pedido.

El desarrollo de nuevos productos, tales como el AGM para automoción o Litio, son prioridades en GS Yuasa, como empresa líder en desarrollo de nuevas tecnologías. Yuasa es el fabricante mundial con mayor variedad de oferta en todo tipo de acumuladores para diferentes aplicaciones.

Pero todo ello no se ha podido llevar a cabo con el empeño de Egea de forma aislada; ha contado con apoyo. Él lo explica así: "los auténticos protagonistas de esta historia han sido por una parte los clientes de Yuasa, que han sido fieles a la compañía y, por otra parte, los empleados que son 14 en la actualidad, quienes, durante este tiempo han sabido mantener la ilusión,

seriedad y compromiso: somos un equipo de gente normal, aquí no hay galácticos, solamente gente con ganas de trabajar, que dan el 120%, fieles a la empresa y a nuestros principios, que responden de sus responsabilidades; solamente se admiten buenas personas y no parece algo tan obvio para todas las empresas." Y por ello, el próximo 14 de marzo (el segundo día de *Motortec Automechanika Ibérica 2013*) ha convocado a clientes, amigos, y demás profesionales vinculados a la compañía a una celebración por todo lo alto en la sala Gabana, en la que se agradecerá su apoyo, y donde tendrán lugar diversas sorpresas: "Fundamentalmente, queremos darles las gracias a los clientes por su apoyo, que ha sido muy grande en determinados momentos, agradecerles que crean en las personas y que se sientan parte de nuestro crecimiento junto con todo nuestro equipo.", afirma Egea. ●

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



Durante sus participaciones en *Motortec Automechanika Ibérica*, la compañía ha presentado sus ampliaciones de gama. Este 2013 quiere celebrar con todos los clientes, y demás profesionales sus diez años en el mercado español.

## Nueva gama de productos ContiTech

Poleas de cigüeñal (Amortiguador de Vibraciones de Torsión AVT)

Poleas libres de Alternador (OAP)



## AMORTIGUADORES DE VIBRACIONES DE TORSIÓN Y POLEAS LIBRES DE ALTERNADOR, NUEVOS PRODUCTOS DE CONTITECH PARA LA POSVENTA

# Sin buena amortiguación no funciona nada

El correcto mantenimiento del motor de los vehículos se debe al cuidado de elementos mecánicos de significativa importancia. ContiTech amplía su cartera de productos para complementar su oferta conocida y aportar así mayor valor añadido a los clientes.

Cuando hablamos de correas y su sustitución, nos referimos al elemento técnico de caucho y, entre otras marcas y colores presentes en la oferta del mercado español, pensamos en el negro y amarillo de **ContiTech**; pero, cerca de él hay otros componentes, como son los **amortiguadores de vibraciones de torsión, poleas libres de alternador y poleas de cigüeñal**, importantes a la hora de proteger la vida de las correas y, por tanto, del correcto funcionamiento del motor y que ahora son ofertados por los fabricantes.

### ¿Por qué esta nueva gama de productos?

**ContiTech** incluye esta nueva gama a su cartera de productos, para dotar al mercado de una nueva opción de calidad a las ya existentes en el mercado.

Tal como afirma **Manel Real**, director comercial de la firma, "esperamos una evolución positiva, en ContiTech trabajamos continuamente con el objetivo de ser un proveedor importante para nuestros clientes. La incorporación de las poleas de alternador y de cigüeñal nos acerca más a nuestros distribuidores. Nuestro objetivo es ofrecer una oferta muy equilibrada, donde calidad, gama, información técnica y servicio son factores que están siendo muy valorados por nuestros clientes."

Por su parte, **Catherine Chatellard**, directora de marketing de la firma, comenta acerca de la incorporación de estos productos "es un producto muy complementario a nuestra gama y los conocimientos técnicos que tenemos. Nos ayuda a dar una oferta completa de todo el sistema de transmisión de un coche; también nos enriquece en cuanto al servicio postventa y todos los datos técnicos que podemos almacenar y trasladar al taller. Además es un producto con un potencial de ventas elevado y por tanto, un elemento de futuro en el aftermarket".



Amortiguadores de vibraciones de torsión de ContiTech

### Amortiguadores de vibraciones de torsión

En los sistemas de transmisión de motores modernos, los **amortiguadores de vibraciones de torsión (AVT)** asumen una función central: amortiguan las vibraciones del cigüeñal, así protegen las correas de transmisión y los equipos relevantes. En los amortiguadores de vibraciones de torsión desacoplados (AVTd) se desacopla además la transmisión por correa de los equipos auxiliares. Así se amortiguan eficazmente las vibraciones de resonancia que resultan de las rotaciones del cigüeñal.

Varios problemas que pueden producirse en estos elementos son:

- **Microfisuras**, por endurecimiento superficial o envejecimiento.
- **Fallos generales** (separación del anillo externo o deterioro genérico) por sobrecalentamiento en el anillo exterior como consecuencia de un deslizamiento de la correa.
- **Formación de fisuras** (a 45° en el canal de desacoplamiento) por carga extrema en ralentí (como en el caso de un taxi).
- **Despego de la goma** (mostrando roturas en la zona transitoria entre la goma y el metal) por sobrecarga, por ejemplo, a través de "chip tuning" que lleva a impactos en la superficie que producen roturas en el elemento, y que empieza en la zona interior no visible del canal de goma.

Si falla el AVT, las vibraciones de resonancia resultantes por las rotaciones irregulares del cigüeñal no se amortiguan y dañan tanto la correa como los equipos auxiliares impulsados. Los talleres mecánicos deben revisar las poleas de transmisión en cada mantenimiento o cada 60.000 km a fin de que el sistema de transmisión funcione

Juegos de llaves de vaso para dinamos para el montaje de las poleas libres de alternador Tool Box OAP de ContiTech.





Poleas de alternador de rueda libre (OAP) de ContiTech.



Trabajar con productos de calidad original garantiza alejarse de elementos dudosos.



## Poleas libres del alternador

Debido a las rotaciones del cigüeñal, en transmisiones de equipos auxiliares con polea del alternador rígida se dan vibraciones y derrapes de la correa acanalada. Esto provoca ruidos no deseados, vibraciones, un mayor esfuerzo y desgaste del material y un consumo más alto. Además, la elevada inercia del alternador impide un rápido descenso del régimen de revoluciones por ejemplo al cambiar las marchas.

La función de las **poleas de alternador de rueda libre (OAP)** es la de desacoplar el alternador de las irregularidades rotacionales del cigüeñal en los motores de combustión interna, puesto que el alternador es el componente de mayor momento de inercia, dentro de los componentes auxiliares de motor y permite una rápida reducción de revoluciones del motor al cambiar repentinamente de carga. Con su sistema integrado de resorte-amortiguador, el desacoplador libre desacopla adicionalmente la correa acanalada del alternador, pudiendo amortiguar así eficazmente las vibraciones de resonancia posibles, de este modo, el alternador no está sometido a las variaciones constantes de aceleración, propias de este tipo de motores.

Debería controlarse con cada cambio de correa acanalada. Es imprescindible cambiarla, lo más tarde, cuando vibre la correa acanalada o se escuchen silbidos o chirridos llamativos, pues de lo contrario puede fallar total-

mente la transmisión y dañarse también el control del motor.

Además del catálogo de estos productos, con 63 referencias, **ContiTech** pone a disposición de los profesionales la caja de herramientas con juegos de llaves de vaso para dinamómetros para el montaje de las poleas libres de alternador, denominada **Tool Box OAP**, adecuada para los modelos de vehículos más corrientes y adaptada a sus nuevas poleas libres de alternador.

## Calidad, seguridad, información y formación técnica

Con estos nuevos productos en su cartera, la firma lanza al mercado elementos de calidad original, innovados continuamente, y aporta valor añadido a sus clientes, alejándoles de copias con el mismo aspecto externo pero con calidad reducida o bien sin la función de uso correcta, garantizando seguridad para el motor y el propietario del vehículo, ofreciéndoles la debida información comercial mediante un equipo humano cercano, de forma asequible (mediante trato directo, folletos, catálogos o listas de aplicación en **TecDoc**), posibilitando la atención telefónica y formación técnica, de la mano de expertos, con un programa específico. ●

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

perfectamente; por si éstas presentan grietas, deformaciones y/o huellas de corrosión, es conveniente su cambio cada 120.000 km puesto que los procesos de envejecimiento o carga no siempre son visibles pero sí pueden perjudicar el funcionamiento del motor.

Además es económicamente conveniente renovar todos los componentes del sistema de transmisión en una sola reparación al primer signo de desgaste. El amortiguador de vibraciones de torsión se debe renovar lo más tarde cuando se vean daños en la franja de goma

**ContiTech** ofrece estos productos de forma independiente, con 54 referencias (el top 5 son el 42% y el top 15 el 75%) pero, para facilitar al máximo la tarea de los talleres, presenta además su **kit de correas acanaladas con amortiguadores de vibraciones de torsión**, una gama más reducida de 23 referencias (únicos en el mercado), que consiste en una correa acanalada **CONTI-V MULTIRIB** así como un amortiguador de vibraciones de torsión (AVT) o un amortiguador de vibraciones de torsión desacoplado (AVTd).

Con el kit se consigue más seguridad para sin pedidos de piezas sueltas, con lo que se garantiza una coordinación exacta de referencias. El nuevo Kit está disponible para motores diesel de uso corriente.



Los kit de correas acanaladas con amortiguadores de vibraciones de torsión de ContiTech facilitan la labor de los profesionales con



LA V CONVENCIÓN DE LA RED DE TALLERES MULTITALLER, UNA DE LAS ENSEÑAS DEL GRUPO C.G.A., SE DESARROLLÓ EN TOLEDO

# Información y novedades

La sala repleta en un fin de semana de actividad para la red de talleres. Los reparadores asistían a la reunión en la que se les ofrecieron informaciones sobre productos y el contexto de mercado, además de un completo programa lúdico.

Una reunión multitudinaria en el Auditorio del Hotel Beatriz, donde el 4 de marzo se reunía a la red de reparación **MultiTaller**, una de las enseñanzas del **Grupo C.G.A.** que accedían a informaciones sobre nuevos productos y servicios a su disposición, además de conocer datos sobre el contexto en el que deberán operar.

## Bienvenidas

La quinta Convención se iniciaba con la bienvenida por parte de **Alejandro Vicario**, director general de Grupo CGA, **José Miguel Ibáñez**, director de Redes y adjunto a la dirección del Grupo, **Mariano Valero**, gerente de **Repuestos Lisboa** (socio del Grupo y anfitrión de la reunión, ya que su sede está en Talavera de la Reina), así como la vicepresidenta del Grupo, **Lourdes San Emeterio**.

En el equipo del Grupo, **Carolina Fernández**, coordinadora de la red y, por parte de los fabricantes de componentes, una numerosísima asistencia de los principales directivos para el mercado español de la posventa, apoyando la acción de uno de los Grupos que más volumen está alcanzando en los últimos tiempos.

## Formación y asistencia técnica

El primero en intervenir fue **Luis Robles**, gerente de **Carsmarobe** y responsable de la asistencia técnica que la red pone a disposición de los integrantes.

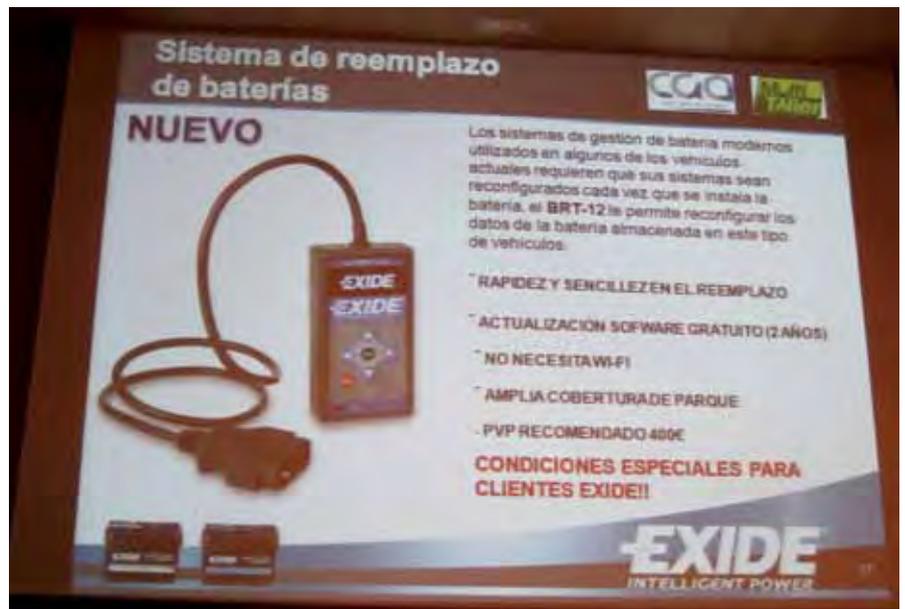
Robles iniciaba su presentación hablando de la evolución técnica de los modelos, del gran abanico de marcas constructoras (45) y de la necesidad de que el taller multimarca sea capaz de repararlo, siendo necesario para ello estar bien informado y formado.

A partir de ahí desarrolló (apoyándose en vídeos con los responsables de los diferentes departamentos) las características que Carsmarobe, responsable de la asistencia técnica de la red, pone a disposición de los socios, mencionando específicamente el apoyo que su servicio de asistencia técnica puede suponer para el reparador que se beneficia de las inversiones de la compañía en documentación técnica (50.000 euros anuales), con un 96% de las incidencias resueltas y 8 de cada 11 llamadas solucionadas en el momento, en una franja horaria de 9 a 18h durante los 12 meses del año.



Alejandro Vicario dando la bienvenida a los asistentes a la convención.

Un aspecto del Auditorio del Hotel Beatriz.



Exide daba a conocer su BRT-12, una herramienta para borrar el código de averías tras la sustitución de las baterías.



José Miguel Ibáñez, director de redes, explicando la estructura de la jornada.



La vicepresidenta de CGA, comentando que asistentes (talleres, recambistas y fabricantes) y directiva del Grupo "estamos unidos en este proyecto que crece y ofrece nuevas alternativas".



Mariano Valero, anfitrión de la Jornada (socio de CGA en la zona) hablando de Toledo como ejemplo de coexistencia entre culturas antagónicas.

## Baterías adecuadas y equipos para el taller

**René Calderón**, responsable de marketing de **Exide** incidía en la necesidad de identificar la batería adecuada a cada necesidad, en función de la tipología de vehículo. Así, comentaba la oferta de Exide para híbridos y microhíbridos (ésta última con dos gamas: **AGM** y **ECM**) además de mencionar la nueva batería para vehículo industrial con máxima resistencia a las vibraciones. Por último, presentaba el nuevo equipo **BRT-12**, que permite intervenir en los datos almacenados en la centralita de los vehículos tras la sustitución de las baterías, borrando los códigos de error de este elemento. Fácil de usar, propone una actualización gratuita del software durante dos años.

## Transmisiones

**Valentín Teixeira**, de **Motul** habló de las diversas soluciones de lubricación que la compañía fabricante proporciona para las transmisiones automáticas resolviendo dudas de los reparadores presentes en la sala.

## El mercado

Las intervenciones de **GiPA** suelen venir acompañadas de datos interesantes, y la intervención del director general para España de la entidad de estudios de mercado, **Fernando López**, no defraudaba en ese sentido. López presentaba un contexto de posventa en "revolución" desde el inicio de la crisis en 2008. Hablaba de cese del crecimiento del parque y de su progresivo envejecimiento, siendo necesarias, dadas estas características de los modelos en activo, intervenciones en elementos como transmisiones o embragues. El contexto también supone una disminución del kilometraje, y que el precio, si bien aún está por debajo de factores como confianza o fiabilidad para el conductor, está escalando posiciones pudiéndose detectar dos "tipologías" de cliente el que busca las promociones y el que pide numerosos presupuestos para quedarse con el de menor importe.



Remarcaba que el canal constructor está perdiendo cuota en el número de intervenciones en posventa y que el taller multimarca, entre las ventajas diferenciales que presenta a ojos del conductor, aún dispone de un amplio abanico de conocimientos que le hacen poder intervenir en la práctica totalidad de veh

## Un proyecto más grande

San Emeterio cerró la jornada de trabajo, señalando el proyecto más amplio que ahora propone CGA, ofreciendo nuevas alternativas. En es sentido, es de destacar el hecho que (tal como nos comentaba Ibáñez) el Grupo presenta una nueva opción de red: **CGA Car Service**, bajo la que se enrola a todo taller que a partir es fidelizado por los socios, y a la que están dotando de servicios tales que los talleres integrados en las redes (**MultiTaller**, entre ellas) vean mayores ventajas competitivas de "cambiarse" a esa nueva enseña.

## Y el ocio

Las reuniones de **MultiTaller** disponen de un programa de ocio para acompañantes que, en esta ocasión, contaba con una visita guiada a la "cuidad de las tres culturas", un almuerzo en el Asador de las Nieves y una cena de gala en los salones del Hotel. ●

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



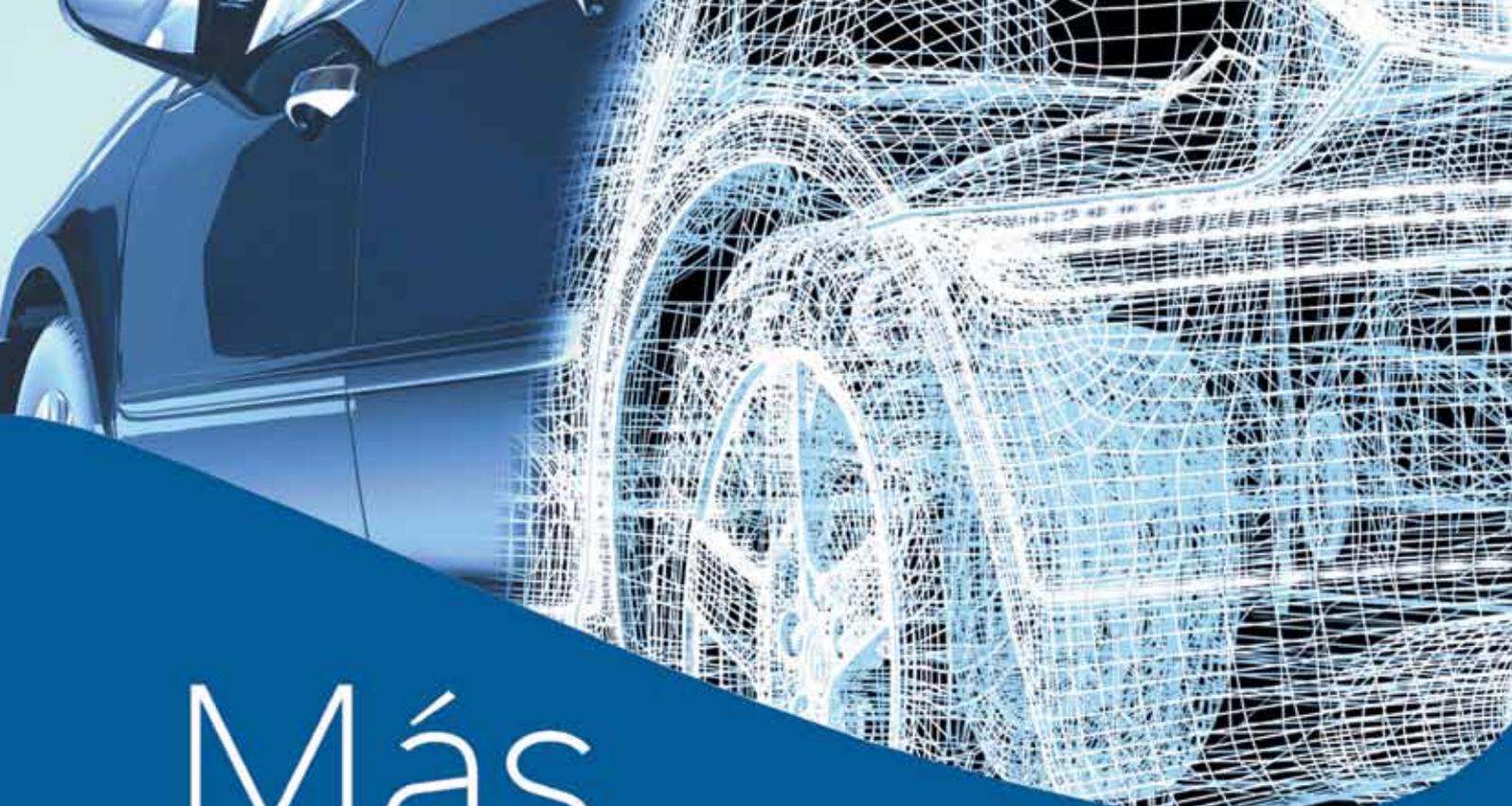
René Calderón insistía en la necesidad de identificar la batería correcta para cada tipo de vehículo.



Carsmarobe y parte de su propuesta para los reparadores de **MultiTaller**.

Numerosos directivos de los fabricantes proveedores de CGA para el mercado posventa llenaban las primeras filas del Auditorio en apoyo de las acciones del Grupo.





# Más

Más Fuertes  
Más Servicio  
Más Productos  
Más Información  
Más Competitivos



*más que un grupo*



miembro grupo Internacional



**KLARIUS QH, ENTRA EN PROCESO DE "ADMINISTRATION" EN GRAN BRETAÑA Y DEJA EN LA INCERTIDUMBRE AL EQUIPO DE LA FILIAL ESPAÑOLA Y A SUS CLIENTES**

# El Dragón Rojo, ARDE



Heloísa Monzani, directora comercial de Klarius QH en España.

## ¿Cómo llega a su conocimiento la información y qué se le comunica desde la Central?

Llega a mi conocimiento por "avisos" que tenemos en Internet sobre la empresa, el miércoles, 6 de febrero, por la tarde. La Central del grupo, no nos comunicó nada, casi toda la información la he obtenido a través de artículos de la prensa británica.

Los socios del grupo Klarius-QH, las personas que, a mi entender, debían oficialmente anunciar la situación, **Tony Wilson, Paul Hannah** o **Dave Cheetham** no comunican nada, ni están localizables cuando les intento contactar.

La Directora de Operaciones me llamó el día 06 de febrero por la noche para informarme de los acontecimientos: **Quinton Hazell UK** había entrado en "Administration Process", equivalente a una liquidación o concurso de acreedores, y que los administradores judiciales son de **KPMG**. Llama para despedirse, pues era su último día de trabajo en la empresa, fue despedida este mismo día, como todos los empleados del almacén central de Hinckley y de la fábrica de bombas de agua de Colwyn Bay. Ella fue la única persona del grupo en Reino Unido que nos comunicó a mí jefe directo, el Director Comercial Europeo, y a mí lo sucedido.

## ¿Se ha sorprendido de este vuelco de los acontecimientos?

Sabía que el grupo tenía problemas de liquidez, infor-

mación que había trasladado a todos los clientes, y que buscaban soluciones: refinanciación, inversores o venta de la empresa. Por supuesto no sabía ni esperaba que los acontecimientos se desarrollarían de esta forma, sobre todo no esperaba que no nos informarían, ni que nuestro almacén suministrador, tras la decisión de Tony Wilson en Octubre de 2011 de cerrar el almacén de Madrid, se cerraría de forma intempestiva y que dejarían a los clientes de la Península Ibérica sin alternativa de suministro.

## Los derechos de QH han sido adquiridos por Tetrosyl pero, ¿Ha conseguido que le aclaren cómo afecta la situación a España, dado que son entidades legales independientes a la estructura británica y no entran en el proceso de "Administration"?

No, como dije anteriormente, no tengo ninguna información, comunicación o contacto oficial ni de los anteriores jefes de Klarius/QH, ni de los administradores judiciales de KPMG, ni, hasta el momento, de nadie del grupo Tetrosyl.

Es verdad que Quinton Hazell España es una entidad legal independiente, para la cual mi equipo y yo trabajamos, pero los productos **Klarius** y **QH** habían sido trasladados al Reino Unido y entiendo que para tener productos y poder vender la marca QH, a excepción de la marca Lip, que pertenece a la entidad española, deberíamos estar conectados y autorizados por el nuevo propietario intelectual de la marca Quinton Hazell.

## ¿Cuál era la línea europea que se trazaba desde la central para nuestro país y qué alcance ha logrado con su trabajo?

Fui contratada directamente por **Paul Hannah**, Director de Desarrollo de Negocios del Grupo, y uno de los socios. Su propuesta, la que me cautivó y motivó, era triplicar ventas en un periodo de 3 años, haciendo la integración de las marcas **Quinton Hazell** y **Klarius**. Era un objetivo ambicioso, pero alcanzable, la marca **QH** es muy fuerte y tiene grandes clientes en España y Portugal, al igual que la red comercial que tenemos, ique es magnífico.

El objetivo de ventas (no de facturación, por falta de producto) del 2012 fue alcanzado con creces, al igual que la organización logística, tener un servicio excelente, y organizar el departamento de pedidos. Fueron meses de una intensa labor, truncada por lo que no me contaron y también por la situación económica global: problemas con el banco que financiaba el Grupo, falta de liquidez, promesas de resolución de la situación, que nunca llegaron a cumplirse.

Tanto mi equipo como yo nos hemos dejado la piel para que nuestros clientes sufrieran esta situación lo menos posible y para mantener los negocios de la empresa en la Península Ibérica.

La estrategia europea hubiese sido realizable si hubiéramos tenido productos para entregar.

## ¿Cómo se van a satisfacer los acuerdos pactados con los clientes en nuestro país y desde dónde?

Mi intención, desde los cambios de diciembre, fue que la empresa cumpliera con todos los acuerdos pactados, tanto a nivel de suministro, como de condiciones comerciales. Se realizaron todos los cálculos, tanto de la facturación desde España, como la del Reino Unido, se enviaron a la Dirección de la empresa, intenté establecer acuerdos, pero mi responsabilidad no integra a los Departamentos Financieros, ni de aquí, ni de allí. La Dirección Europea garantizó que se cumplirían los acuerdos... Hasta el último momento mi equipo y yo estaremos haciendo todo lo que esté a nuestro alcance para satisfacer estos acuerdos.

## ¿Considera que la estrategia de potenciación de productos Suspensión y Dirección en estos momentos ha sido acertada?

Suspensión y Dirección fue el primer producto de la empresa Quinton Hazell, hace más de 60 años y, dentro del grupo, es la línea de producto de mayor venta, aunque en España nunca se trabajó en profundidad.

## ¿Cuál es la situación en la que queda la familia de amortiguadores, dada las actuales circunstancias de Lippmesa?



Los almacenes que la compañía poseía en Coslada.

La familia de amortiguadores y la marca **Lip** pertenecen a **Quinton Hazell España** que, aunque sea propiedad del grupo, es una entidad legal separada. La empresa atraviesa dificultades, sobre todo por la falta de inyección de capital y liquidez por parte del Grupo. En estos momentos, la empresa está con un ERE y su equipo trabaja en posibles soluciones de continuidad, sin embargo, es un proceso muy complicado.

### ¿Qué va a ocurrir con la marca del dragón en España?

Depende de las intenciones del nuevo propietario intelectual de la marca QH, **Tetrosyl**. Aunque parezca surrealista, no tenemos ninguna información, ni por parte de los antiguos propietarios de Klarius-QH, ni por los administradores judiciales, ni por Tetrosyl, la empresa que ha comprado la marca Quinton Hazell.

Entiendo que si compraron la marca es porque conocen su potencial y fuerza en el mercado, pero por desgracia, no sé contestar ni a los clientes, ni a mi personal sobre qué pasará en España. Cabe la posibilidad de que quieran seguir comercializando en España y puede que cuenten con el equipo comercial de QH aquí, pero al no tener información, solo puedo hacer conjeturas.

La situación de mi equipo es complicada, pues trabajamos legalmente para Quinton Hazell España, empresa propietaria de la marca Lip; en España ya no tenemos stock de todos los productos Klarius/QH a excepción de amortiguadores y resortes y, legalmente, sin autorización del propietario de la marca, no la podemos comercializar, además de no tener ya una fuente de suministro.

El equipo ya es bastante menor desde Noviembre, con el cierre del almacén, pero todos que quedamos de distribución, desde la Dirección hasta administrativos del Departamento de Pedidos, quedamos sin función y relevancia, no podemos ni tenemos productos, a excepción de amortiguadores, para comercializar.

Lamento mucho esta situación, por ellos y sus familias y me gustaría poder ayudar, a través de este medio, recordando al mercado que, pese a que los tiempos no son fáciles, nos tengan en cuenta con el fin de que podamos seguir trabajando por y para la Posventa en España.

Hablando de mí, por supuesto que no me queda más alternativa que buscar otras opciones, aquí o en Brasil o, si es posible, trabajar para empresas de aquí para abrir oportunidades allí, pudiendo seguir así trabajando con mis dos patrias.

### Tony Wilson admite en la prensa británica problemas de calidad y de suministro (en escapes, de disfrutar de más desde un 95% se llegó al 60% en seis meses), ¿qué tiene que decir al respecto?

Hablaba de problemas de calidad que afectaron un único cliente, y no toda la producción; esta no fue la causa de la actual situación.

Los problemas de suministro sí fueron importantes y las últimas cifras de cumplimentación de todos los productos, excepto escapes, era fidel 40%!! Desde España intentábamos conseguir productos para nuestros clientes en distintos almacenes, pero era una labor complicada, frustrante y sin mucho resultado. Leí la entrevista de Tony Wilson y aunque admita los errores de estrategia y dimensionamiento del problema, como empleada del grupo ni leo que sienta mucho, ni que tenga respeto por sus clientes y empleados.

### Desde la semana pasada, Wilson y Hannah anuncian, mediante la firma Klarius Products, volver a sus orígenes y seguir fabricando y comercializando escapes, catalizadores y filtros de partículas ¿Qué opina al respecto sobre la presencia de esa familia en nuestro país?

A través de compañeros, recibí el comunicado de que la empresa **Klarius Products** adquirió la fábrica de escapes y catalizadores, por una carta que enviaron a sus clientes. Casualmente, los socios de esta empresa, son **Tony Wilson** y **Paul Hannah**, que vuelven a sus orígenes... la familia de escapes es una familia complicada, que todos los años decrece, pero que aún tiene su lugar en el mercado, concentrada en especialistas y mayoristas, que dan el servicio a los clientes, que cada vez tienen menos stocks de este producto. Hemos intentado, a pesar de la dificultad del mercado, dar servicio a nuestros clientes, como parte del paquete de productos cuando teníamos la logística en Madrid y después, desde el Reino Unido, a aquellos con potencial para almacenar cantidades mayores. Estábamos trabajando para tener una opción logística en España, negociación que se vio truncada por los sucesos de la semana pasada.

### ¿Su interés en España?

No lo sé, como no nos comunicaron nada, no sé si contactarán directamente a los clientes aquí; desde luego, el equipo comercial de QH España no puede venderles sus productos y, para ser sincera, conmigo no van a contar. Me quedaría muy contenta, hasta por motivos sentimentales, por haber trabajado en las dos empresas, si los clientes de Klarius pasan a contar con las dos excelentes alternativas que hay en España para escapes: **Bosal** y **Tenneco**.

### ¿Desea añadir algo más?

Como ya he dicho, la situación en que nos encontramos mi equipo y yo, y todos los restantes empleados del grupo, de falta de comunicación, solución y un futuro claro, no es cómoda y no la deseo para nadie. Sin embargo, tenemos la conciencia tranquila que en España hicimos y seguiremos haciendo lo mejor que, como profesionales de la posventa de la automoción, sabemos hacer. Siento mucho no poder dar una alternativa o solución inmediata a nuestros clientes, nuestro activo, y que como nosotros se vieron involucrados en esta situación, casi surrealista, consecuencia de varios factores: crisis económica global, dependencia de financiación externa, falta de liquidez y una buena dosis de ambición estratégica, y falta de dimensionamiento de la Alta Dirección de la empresa. En estos momentos, mi preocupación principal es poder dejar los cabos atados con los clientes, para que puedan cobrar al máximo las condiciones acordadas y encontrar una solución de futuro para los excelentes profesionales que componen mi equipo. ●

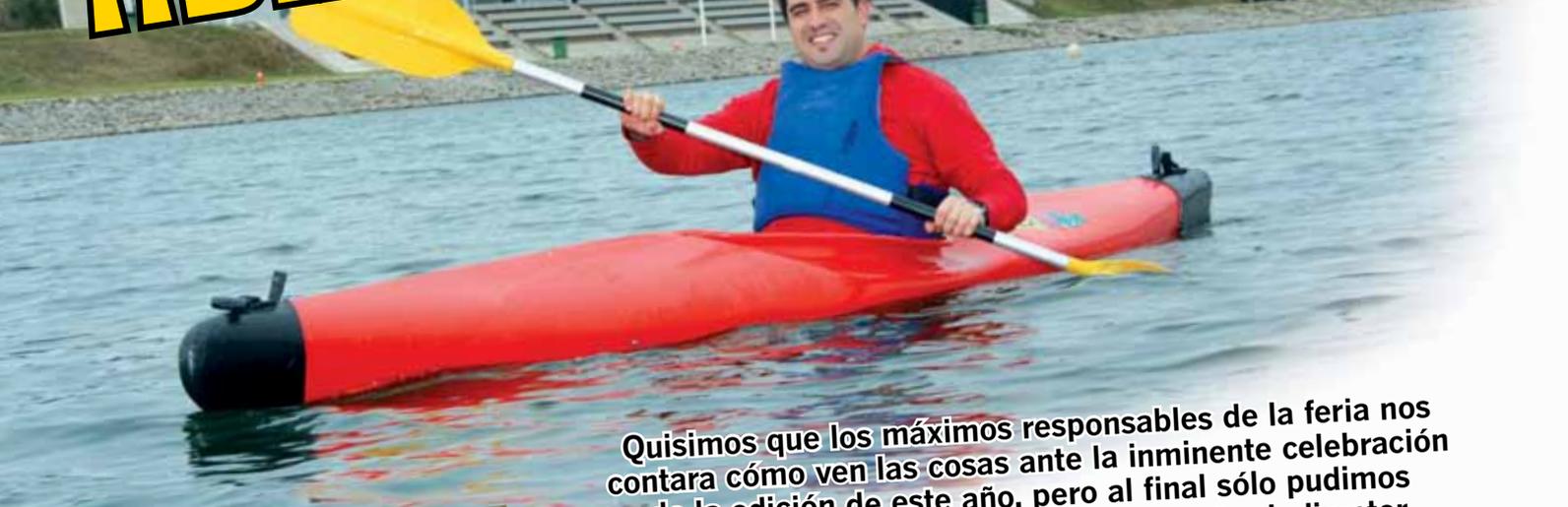
 [www.qh.com](http://www.qh.com)  
[www.klarius.eu](http://www.klarius.eu)



La línea de dirección y suspensión, uno de los "buques insignia" de la marca QH y que se estaba intentando relanzar en España.

RAÚL CALLEJA, EN FORMA PARA LAS  
CUATRO JORNADAS DE MOTORTEC  
AUTOMECHANIKA IBÉRICA

# ¡¡IDÁNDOLE AL REMO!!



Quisimos que los máximos responsables de la feria nos contara cómo ven las cosas ante la inminente celebración de la edición de este año, pero al final sólo pudimos hablar con su director, ya que Alberto Leal, director comercial andaba saturado atendiendo el volumen de gestiones que el éxito de la feria ha supuesto.



Recogemos a nuestro invitado, que no sabe nada de la actividad que le hemos preparado, ni lo sabrá hasta que llegue...



Primeras pistas de qué es lo que vamos a hacer...

Y, como **Motortec Automechanika Ibérica 2013** promete ser intensa, le propusimos **Raúl Calleja**, director de la feria, una actividad de entrenamiento con la que estar en forma para estos cuatro días que se avecinan. Así que, ni cortos y perezosos, nos encaminamos al **Canal Olímpic de Catalunya**, en Castelldefels, Barcelona, donde todo el equipo de **EquaCat** (con **Jordi Merino** a la cabeza, gracias a todos, una vez más) se pusieron a nuestra disposición para utilizar las instalaciones.

Hay que decir que nuestro entrevistado no sabía nada, y que (una vez enfrentado a la situación) se comportó como un campeón. Hasta entusiasmado con la idea.

Tras los **watsapp** de rigor a **Alberto Leal** y echarnos unas risas, fue hora de enfundarse el

chaleco salvavidas, armarse de remo, escuchar los consejos de Marga, y encajarse en la embarcación. La suerte estaba echada.

Nosotros, en la barca de seguimiento, estuvimos viendo de cerca la evolución remera de Raúl...

Y, oigan, ¡iiiE S T I L A Z O!!!!...

Tras un primer momento de tanteo, el ritmo de los brazos, la posición en la embarcación, y la velocidad nos sorprendieron gratamente.

Solo un leve momento de dificultad debido a tener que superar la primera de las olas de nuestra embarcación, que debía cruzarse varias veces en la trayectoria delantera de Raúl para lograr captar las imágenes en acción. Pero luego, el director de Motortec A.I. se lució, remando fluido como el más olímpico de todos.

Una vueltecita (que parece nada, pero que a remo no lo es tanto) y de vuelta al embarcadero.

Segundo momento complicado: salir de la barca. Pero lo hizo como los profesionales siguiendo, de nuevo, las indicaciones de Marga.

Y de ahí, felicitaciones, parabienes y risas.

Así que nos decidimos a celebrarlo con una carrerita de karts (a pedales, que estábamos de entrenamiento), por aquello de las cuatro ruedas. Todos.

Cuando llegó el momento de marcharnos, hasta nos dio pena no seguir.

Pero la entrevista (y las viandas) nos esperaban, y ino era caso de demorarlo más!.

Pasamos (entrevistado incluido, que era de lo que se trataba) un muy buen rato. ●



Le hemos buscado hasta un chaleco que suponga vestir la combinación de los colores corporativos...



Magda alecciona a Raúl. "Puedes volver, claro, pero no te va a pasar si me haces caso..."



Al agua patos... Y Raúl con una sonrisa algo nerviosa...



Primeras paladas...



Y va cogiendo confianza...



Nosotros también navegamos (a motor), para hacer el seguimiento gráfico del tema...



Nos lleva delantera, a buen ritmo...



Concentrado, sigue avanzando a lo largo del canal...



Y damos la vuelta para ponernos a su proa y verle la cara...en ese momento creamos oleaje y un momento de sobresalto...



¡Pues parece que lo lleva bien!



Virando en una perfecta maniobra...



¡Saliendo a lo campeón!



Y ya, hora de aproximación al embarcadero...



¡¡¡Muy bien, muy bien!!! (respirando aliviadas por no haber tenido que ir de pesca...)

# Especialista en todos los Sistemas Diesel



Con más de 3.000 talleres en el mundo, la Red Bosch Diesel Center / Service es especialista 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.





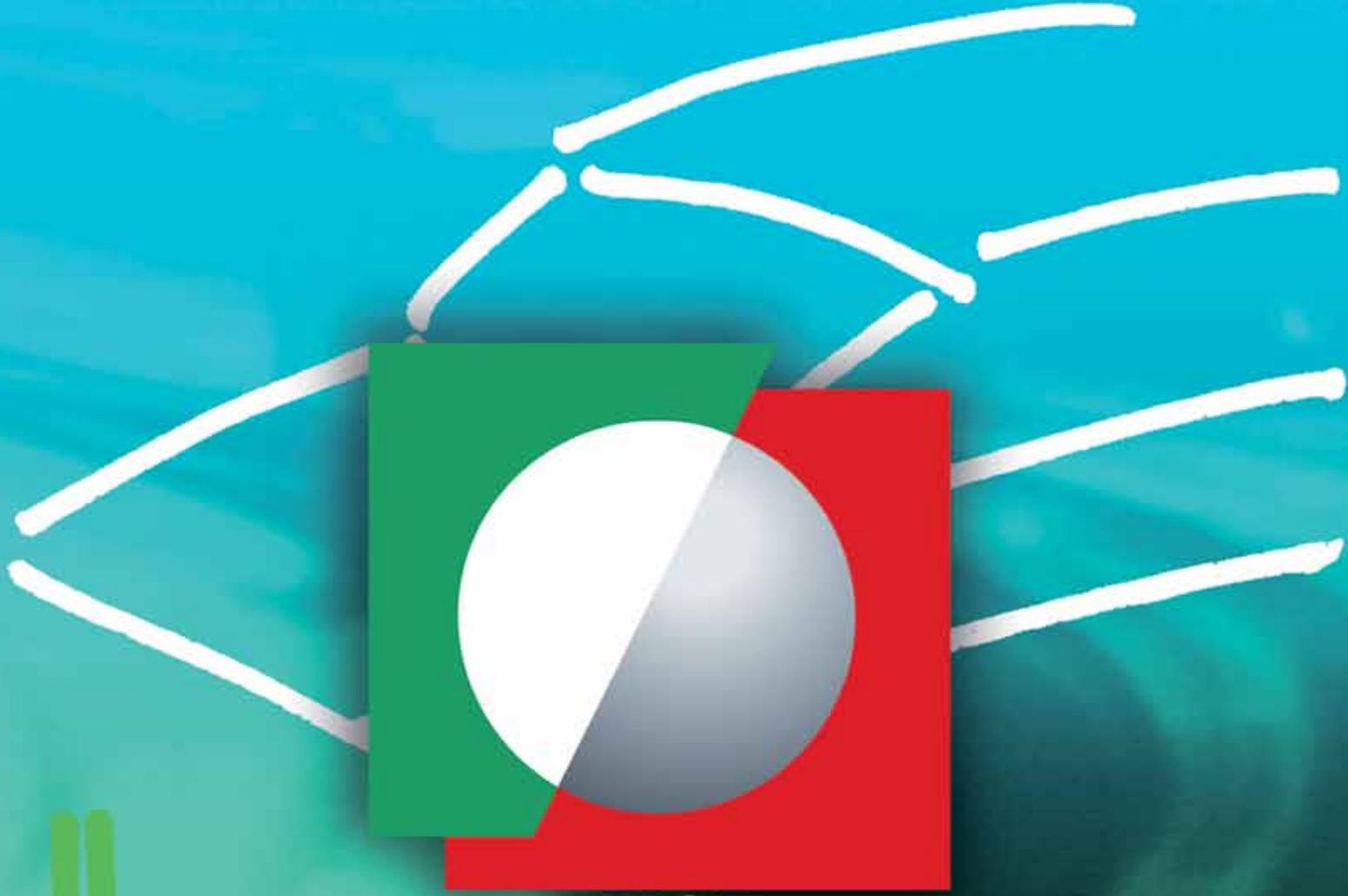
A ver, impresiones...  
"Mmmmm...encajarse en la posición correcta, el primer reto; lo del oleaje...ha sido un momento complicado...pero ¡bien, bien!!"



TODOS hicimos ejercicio, TODOS lo pasamos bien.



Carreras a cuatro ruedas, pero sin dejar de entrenar.



*El símbolo de un líder en distribución*



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



***Cecauto***

Raúl Calleja, a poco más de 15 días de la apertura de puertas de Motortec Automechanika Ibérica

## “ES UN HONOR ORGANIZAR LA GRAN FIESTA COMERCIAL DEL SECTOR POSVENTA IBÉRICO”

El director de la feria internacional de componentes, equipos y servicios para la automoción nos comenta sus impresiones sobre esta segunda (y clave) edición.

**¿Cómo ves esta edición de Motortec A.I.? porque, no es por meter presión, pero en la segunda edición os la jugáis más que en la primera...**

La veo bien. La próxima edición de **Motortec Automechanika Ibérica, del 13 al 16 de marzo** va a crecer, en líneas generales, un 10% en empresas expositoras, celebraremos con casi quinientas cuando la anterior edición la celebramos con 452; la superficie expositiva se mantiene, ha crecido un 3% pero decimos que se mantiene, porque hemos intentado reducir el tamaño medio de los stands; en líneas generales de los sectores fundamentales, la parte de Recambios es la que más crece, un 22% respecto a 2011, *Servicios y Car Wash* crece un 7% (la parte menos potente de la feria), la parte de *Equipamiento de Taller* decrece en empresas expositoras un 8%, porque es el segmento que más está sufriendo el contexto.

Me quedo con el mensaje de que la feria, aún en estos tiempos, crece en empresas expositores, lo que es una buena noticia, porque implica que más empresas atraerán un número mayor de visitantes.

**Hay compañías relevantes que vuelven...**

Sí, es reseñable que empresas que hacía mucho tiempo que no acudían están presentes este año: **Bosch, Lizarte, Tenneco...**no hablaría tanto de “volver”; creo que cada edición es única y ofrece su propio contenido y, por la razón que sea, les interesa volver a esta edición. Este es un momento muy interesante y estamos viendo por parte de los fabricantes que hay un mayor acercamiento al taller, así que la oportunidad de ver a 42.000 visitantes de 52 países, que son las cifras de 2011 es una herramienta comercial interesante.

**¿Cuál es lo más atractivo de esta edición?**

Invertimos mucho por la formación. En el pabellón 10 organizamos el **#Posvenforo** que es un auditorio para 170 personas que estará ocupado mañana y tarde con contenidos pensados para cada perfil del taller. Se organizará el **II Encuentro de Redes de Talleres**, un **I Encuentro de Gestión de Talleres de Carrocería**, el **Neumaforum** el día del taller...intentamos aportar mucho contenido que acompañe a la oferta, a partir de las intervenciones de verdaderos especialistas en la materia y de los temas más relevantes.

**Con independencia de las estrategias de las empresas, ¿Hasta qué punto el impulso**



**de la nueva dinámica marcada en la primera edición ha sido relevante para celebrar la de 2013? ¿Se ha entendido que la feria Sí es una herramienta útil y dinámica y versátil que encaja en sus estrategias?**

Sí, creo que fuimos capaces de transmitir un proyecto de futuro, con una hoja de ruta que no pretendía celebrar tan solo una edición, sólido y que entendemos que es bueno, necesario y positivo para el sector y para las empresas que estuvieron dentro. En ese sentido, estamos agradecidos a las empresas que confiaron en ese proyecto porque nos ayudaron a demostrar que había cosas nuevas que ofrecer a este mercado. Y en ello seguimos, para las siguientes ediciones.

**¿Se les ha privilegiado de alguna forma en esta segunda?**

## Canal Olímpic de Catalunya

Eventos | Pitch&Putt | Fitness | Esquí náutico  
Team building | canoas | tiro con arco  
barcas de paseo | bicicletas | patines y mucho más...



# BIENVENIDO AL MUNDO SERCA



"Toda una organización al servicio del taller..."



Una distribución más cerca de usted



Producto original Serca



La formación es la clave del éxito



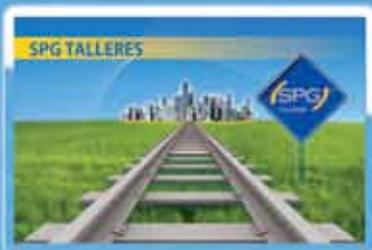
La información es poder



El programa informático para el taller, más sencillo y ágil del mercado



La visión estratégica aplicable a toda organización



Súbase al tren... de la mejor red



El programa más flexible y completo para el taller



El único privilegio ha sido el de una mayor prioridad a la hora de decidir emplazamiento. **Motortec Automechanika Ibérica** debe tener suficiente atractivo para que las empresas decidan estar presentes al entender que obtienen un retorno.

### Así pues no ha habido más privilegios para ellos...ni para otros...

Los únicos privilegios son el esfuerzo, la ilusión y el trabajo que hacemos en cada edición, a TODAS las empresas que participan en la feria porque pretendemos que disfruten del retorno de inversión.

### Internacionalización...¿ha habido "relleno" de cifra de expositores con el bloque asiático?

No. El crecimiento internacional de la pasada edición y este es prácticamente igual: 77 empresas de 28 países, y todo es oferta del producto del recambio que está en el mercado; tenemos a disposición de los expositores un servicio, **Automechanika Against Copy**, por si se entiende que hay vulneración de derechos con algún producto, y hay hacer demandas oficiales. No somos jueces para decidir lo que es válido y lo que no, y habrá dónde acudir: si hay una sentencia en contra, se puede cerrar el stand. Hay que velar para proteger las inversiones en calidad, homologaciones, etc., y las piezas que lo cumplen.

### El hecho de que se pueda celebrar esta feria, ¿implica que, pese a la situación convulsa, existen oportunidades y futuro? ¿Qué comentan las empresas que han visitado en estos dos años?

Sin lugar a dudas, la posventa es un sector que está muy vivo; dentro, hay subsectores que pueden estar más dañados; incluso en los recambios, determinadas familias funcionan de manera distinta.

Lo que las empresas nos dicen es que **Motortec A.I.** es una herramienta perfecta para hacer mucho, en poco tiempo y con poco dinero, sobre todo en el tema de exportación, ya que no había sido una feria tradicionalmente para que acudieran las empresas de exportación para hacer negocio aquí.

Esto se ha superado con la creación del **Spain Export Aftermarks** que es una ruta de empresas en las que al menos el 20% de su facturación es dirigida a la exportación; hemos hecho un gran esfuerzo inversor con el *Programa de Compradores Internacionales* para crear afluencia y garantizar nivel; tenemos confirmados 936 invitados con viaje y alojamiento pagado de 52 países diferentes; creemos que eso asegura la rentabilidad de la participación. También hemos pedido a **Messe Frankfurt** un esfuerzo adicional en promover la feria, para conseguir atraer visitantes compradores internacionales.

### El Taller...¿qué se ha variado en esta edición para atraerle más?

Entendemos que hay distintos perfiles de taller y se deben tratar sus necesidades de forma distinta. Hemos intentado ofrecer a cada taller adecuación a sus necesidades con rutas segmentadas, mejor organizadas: **Truck Competence, Green Mobility**...Y todo ello sumando el programa formativo.

### ¿Qué expectativas de visitantes tenéis?

Aún es pronto, pero tenemos buenas sensaciones.



Siempre hemos dicho que no se trata de llenar la feria con *visitantes* sino con participantes para que vengan a trabajar a integrarse, a conocer a los expositores, a beneficiarse de la formación.

Trabajamos con la cifra orientativa de 40.000 participantes profesionales en 2011; creo que la parte internacional (Latinoamérica y Norte de África, además de Portugal, donde hemos invertido en acciones especialmente con el **Club Oficinas de Portugal**, en la que van a venir responsables de las más reconocidas redes de talleres y también hemos trabajado con **ANECRA**) se va a incrementar en visitantes.

En el apartado nacional hemos organizado con CIRA un AVE con 100 talleres para el día 14; creo que se va a contribuir a ampliar el ámbito geográfico del origen de los visitantes reparadores, pero más allá de la visita buscamos que sea útil para los que vienen y los que exponen.

### ¿Qué es lo que más os ha costado y lo que más os satisface de esta edición?

Lo que más nos ha costado es el haber trabajado dos años en una situación económica complicada manteniendo la confianza de las empresas que invierten (sabemos que algunas empresas lo están pasando mal) garantizando el retorno de inversión. Siempre hemos dicho que no somos vendedores de metros sino asesores en participaciones feriales para que haya retorno, y hacemos todo lo posible para vender un proyecto que garantice confianza.

Lo que más nos satisface es el hecho de tener la oportunidad de organizar la **Gran Fiesta Comercial del Sector de la Posventa** a nivel ibérico es un honor para IFEMA como para el equipo de los que organizan el evento; y nos ilusiona que grandes firmas que no participaban acudan este año, trayendo grupos de 700 y 800 talleres de diferentes zonas de España para acudir a sus convenciones, lo que es beneficioso para los demás. En una feria todos nos enriquecemos con todos.

### Asociaciones en el Comité...¿Activas o estáticas?

Siempre se puede hacer mucho más, incluso pensando en nosotros mismos. El ritmo es el de las personas que son el alma de las entidades. El día a día de cada entidad es el que es; nos sentimos identificados con ellos, y queremos que ellos se sientan identificados con el proyecto. Los cambios que algunas han experimentado suponen que debemos volver a conocernos para presentarles nuestra herramienta para la posventa y que ellos mismos saquen beneficio de la misma asociación. La **Carrera del Taller** creo que es un mensaje bueno para todos, para todas las asociaciones.

Esperamos que en adelante se siga progresando en acciones para beneficio de todos.

### Las ferias de la Distribución, ¿han merma-do la capacidad de que las empresas acudan a Motortec A.I.?

El presupuesto de las empresas es el que decide cada una como inversión para distintas acciones. El hecho de que confíen en Motortec A.I. se decide a expensas de que participen en otros eventos más comerciales, o enfocados a venta pura y dura, como parte de una campaña Distribuidor-Fabricante en el que se presentan juntos en una zona, más localizada geográficamente, para promover los productos que me parece una estrategia razonable, operativa); Motortec A.I. es otra cosa. Es una fiesta del sector en la que cada empresa tiene que conseguir retorno de inversión al que va a asistir un público diferente, más deslocalizado geográficamente, para presentar productos a un público que igual no tiene esos eventos locales.

Respeto esas acciones porque son positivas para el negocio, pero no creo que nadie que participa en estos eventos deje de invertir por esa razón en Motortec A.I.

### Mensajes para los visitantes ¿quién debe visitar la feria y porqué?

Perfiles de visitantes hay muchos, pero creo que los profesionales de la posventa solo tienen cada dos años la oportunidad de celebrar la Gran Fiesta Comercial del Sector, donde tenemos la oportunidad de vernos, de ver novedades (que las hay), promociones (que las hay) y esta edición, que está especialmente dirigida a los talleres es importante ya que más que nunca se debe estar en contacto con el mercado, tomar conciencia de nuevas ideas de gestión de otras zonas, que supondrán la proyección del negocio en los próximos 10 años, porque hay nuevas maneras de tratar con el clientes, talleres a los que les va muy bien, haciéndolo más rentable e incrementando la eficiencia.

Quiero lanzar un mensaje de positivismo para el sector. Siempre se cuenta la feria como a uno le va. Quiero resaltar que Motortec A.I. es bueno para el sector; respeto que haya quien no quiera participar, pero no entiendo que si no se cree en esa opción, se critique. Queremos aportar, crear herramientas para dinamizar la actividad comercial del Sector, y **Cristóbal**, el avatar de la **Semana de la Posventa** supondrá lanzar mensajes de seguridad que benefician a todos, generando más trabajo para todos con más entradas en el taller y estamos orgullosos de trabajar en este sector; somos *posventeros*. ●

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

La tecnología en los automóviles  
más fiables del mundo. **Who started it?**



Las baterías VARTA® están diseñadas para ofrecer la máxima potencia y fiabilidad. Además, la tecnología de rejilla PowerFrame® también garantiza una potencia de arranque superior, una gran rapidez de recarga y una vida útil más larga. Por ello la mayoría de los principales fabricantes de automóviles confían en VARTA. Y, con nuestra experiencia, servicio técnico y apoyo inigualables, usted también puede hacerlo.

Más información en [www.varta-automotive.com](http://www.varta-automotive.com)

It all starts with  **VARTA®**



**MOTORTEC  
AUTOMECHANIKA  
IBÉRICA 2013, LA  
FERIA  
INTERNACIONAL DE  
COMPONENTES,  
EQUIPOS Y  
SERVICIOS PARA LA  
AUTOMOCIÓN, DEL  
13 AL 16 DE MARZO  
EN IFEMA, MADRID**

# ¡Revoluciones al máximo!!

Cuando escribimos estas líneas, quedan apenas unos pocos días para la celebración de "la fiesta del sector posventa 2013". Con una agenda comprimida al límite, y muchas ganas de ver la segunda edición de la nueva época de la feria de la posventa, empezamos a posicionarnos en nuestras marcas, tras realizar los estiramientos previos a una gran carrera.

Y es que no es para menos. En sentido literal y figurado.

## Dentro de la Semana del Taller

Del 9 al 16 se celebra la **Semana del Taller** y marca el inicio de la convocatoria de **Motortec A.I.**, la feria de la posventa. La campaña incluye la difusión del decálogo de consejos para una conducción eficiente y sobre todo, para un mantenimiento preventivo del vehículo, como garantía de una conducción eficiente, segura y económica. El leit motiv es "**Mantenimiento = Seguridad**", y **Cristóbal**, imagen inspirada en el patrón de los automovilistas, como avatar de la campaña, irá presentando consejos a los conductores. Es una semana en la que se han implicado diversas patronales (CETRAA, CONEPA, ASETRA) y que empieza con la **II Carrera del Taller "Ponte a Punto"**, que se desarrollará el domingo, 10 de marzo, a las 11:00, en el madrileño **Parque Juan Carlos I**, próximo a la Feria de Madrid.

## De la fiesta sectorial a las fiestas del sector

Está claro que dentro de esa semana, EL evento, la verdadera Fiesta del Sector, va a ser la celebración de **MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA 2013**, la feria internacional de componentes, equipos y servicios para la automoción, donde total de **487 empresas** han confirmado su presencia, figurando en el catálogo on-line que la feria ha dispuesto en su activa y completa página web durante la campaña previa al evento y cerca de 24.000m<sup>2</sup> (en 2011 fueron 453 expos y un poco más de 23.000m<sup>2</sup> netos) y cuentan con empresas

que han decidido participar en 2013 (y que no lo hicieron en 2011) como **Bosch, Tenneco, Magneti Marelli, Lizarte, Optimal, Cecauto, NTN-SNR, Daisa (Varta), Liqui Moly, WashTec, Lafon, Car Repair System, Recalvi, Andel Automoción, Cars Marobe...** aunque ha habido otras, tradicionalmente presentes, que en esta ocasión no están, como **Brembo, Yúasa Iberia** o **NGK-NTK**.

Esta es una convocatoria cuyos sectores son **Reparación, Mantenimiento IT y Gestión**, en los pabellones 4 y 6; **Estaciones de Servicio y Carwash**, en el 6, y **Recambios y Mecánica, y Accesorios**, en los pabellones 8 y 10, segmento este último que experimenta la participación más numerosa, con un total de 325 empresas confirmadas hasta el momento, que suponen un incremento del 19,11% en relación con la

anterior edición de 2011; le sigue el sector de Reparación y mantenimiento, con 124 firmas, y las Estaciones de Servicio y Carwash, con 38 compañías y un incremento del 13,3%.

De esas casi quinientas empresas expositoras, 77 son internacionales –procedentes de 28 países-, un 15,8% del total.

Muy activo en prensa y las redes sociales (*LinkedIn, YouTube, Twitter*), en la página de *Facebook*, la feria ha ido planteando un **sorteo de una Tablet** entre los fans que hayan dejado un vídeo explicando los motivos para su asistencia (*#yovoyamotortec*).

Pero no solo hay una Fiesta del sector durante las horas de la feria (de las 10:00 a las 19:00); algunas compañías han decidido celebrar eventos particulares con sus invitados (muchos de ellos o exposito-

## NUESTRO STAND, 6N08

Una vez más, nuestra editorial CEI Arsis estará presente en la feria, con su equipo, las revistas **MRYT** y **ElectroCar** y la página web **HYPERLINK** "<http://www.mryt.es>" [www.mryt.es](http://www.mryt.es). Daremos cobertura a todo lo planificado en los días de Motortec A.I. y atenderemos a los lectores que visiten la feria y acudan a nuestro **stand 6N08** (a quienes hemos invitado desde nuestra web, con la posibilidad de acceder a entradas gratuitas). Además, este año acudiremos presentado la cabecera recién incorporada sobre la posventa de las dos ruedas: **MotoTaller**.





Únete a través  
de tu móvil



## ¿ERES UN TALLER INDEPENDIENTE?

Únete a la red de talleres Checkstar de Magneti Marelli

¡TODO SON VENTAJAS!

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

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

**MAGNETI  
MARELLI**

**checkstar**  
STAYING MOTORS



Para fomentar más la internacionalización y los contactos con empresas internacionales se ha organizado el Spain Export After Marks, cuyos invitados pueden utilizar la zona Vip para las reuniones.



Los neumáticos, con espacio propio.

res o visitantes), tras las horas de exposición, aprovechando las sinergias de la celebración de la feria; son **las fiestas del sector**: Lizarte, cumple 40 años en activo y lo celebra la noche del jueves 14 de marzo a las 21:00, coincidiendo con Yuasa Iberia que celebra su 10º aniversario en España.

TAB Batteries también ha organizado una fiesta con clientes y demás profesionales de la posventa relacionados con el éxito de su trayectoria en España, el viernes 15 a las 21.00, coincidiendo con Andel Automoción, que también ha organizado un cóctel con socios y proveedores.

### Actividades para toda la posventa: #Posvenforo

Para promover la internacionalización, y los contactos exteriores, se ha previsto un **programa de compradores nacionales e internacionales**, centrado en los mayores clientes del arco Mediterráneo, de Iberoamérica y del Norte de África, especialmente pensado para los distribuidores y fabricantes volcados en la exportación: la dirección del certamen se encarga del traslado y alojamiento, en el caso de los invitados internacionales, y del alojamiento, en el de los nacionales y estos gozarán, además, de una serie de ventajas, como acceso a la zona VIP, entre otras.

La feria, además, contará con espacios temáticos planteados para dar respuesta a las necesidades del visitante e identificables con logotipo, como son la ruta **Spain Xport Aftermarks** –área de ex-



La formación continúa teniendo una presencia vital en la feria.

portación; la ruta **Truck Competence** –especializada en vehículos industriales-; la **E-Mobility** –nuevas soluciones-; la ruta **Green Directory** –vehículos híbridos y eléctricos- o el **Carwash** –enfocado al lavado de vehículos-.

Se ha pensado en actividades para todos los ámbitos de la posventa, y se ha recogido bajo la denominación general **#POSVENFORO**. Se trata de un espacio para 170 personas, con miniaulas (**#CABINAS**) que lo rodean, y en el que se desarrollarán diferentes contenidos: por ejemplo, el viernes 15 por la mañana una **Jornada tecnología y equipamiento para EE.SS.**, donde se analizarán los efectos de la polémica nueva reglamentación propuesta por el Gobierno.

Más actividades que se realizarán allí son la **II Ronda de Negocios Iberoamericana del Aftermarket**, la presentación del Libro Blanco de la Posventa, y el **Neumaforum – Día del Neumático**, tendrá lugar el 14 de marzo; por un lado, el Pabellón 10 albergará una serie de espacio como: la **Sala Neumaforum**, con capacidad para

aproximadamente 150 personas, donde se tratarán temas de carácter general relacionados con los neumáticos, los **Masterclass**, pequeños espacios (con capacidad para 15 – 20 personas), en donde importantes talleres de neumáticos podrán mantener encuentros con los responsables de los fabricantes, distribuidores o gerentes de grupos, la **Zona de Networking**, un área destinada a intercambiar opiniones, relaciones comerciales, etc, y la **Zona de Información**, un conjunto de puestos en donde el personal de talleres puede informarse sobre materias como el nuevo etiquetado o el reciclado, entre otros. Además, los stands relacionados con el tema llevarán su identificativo.

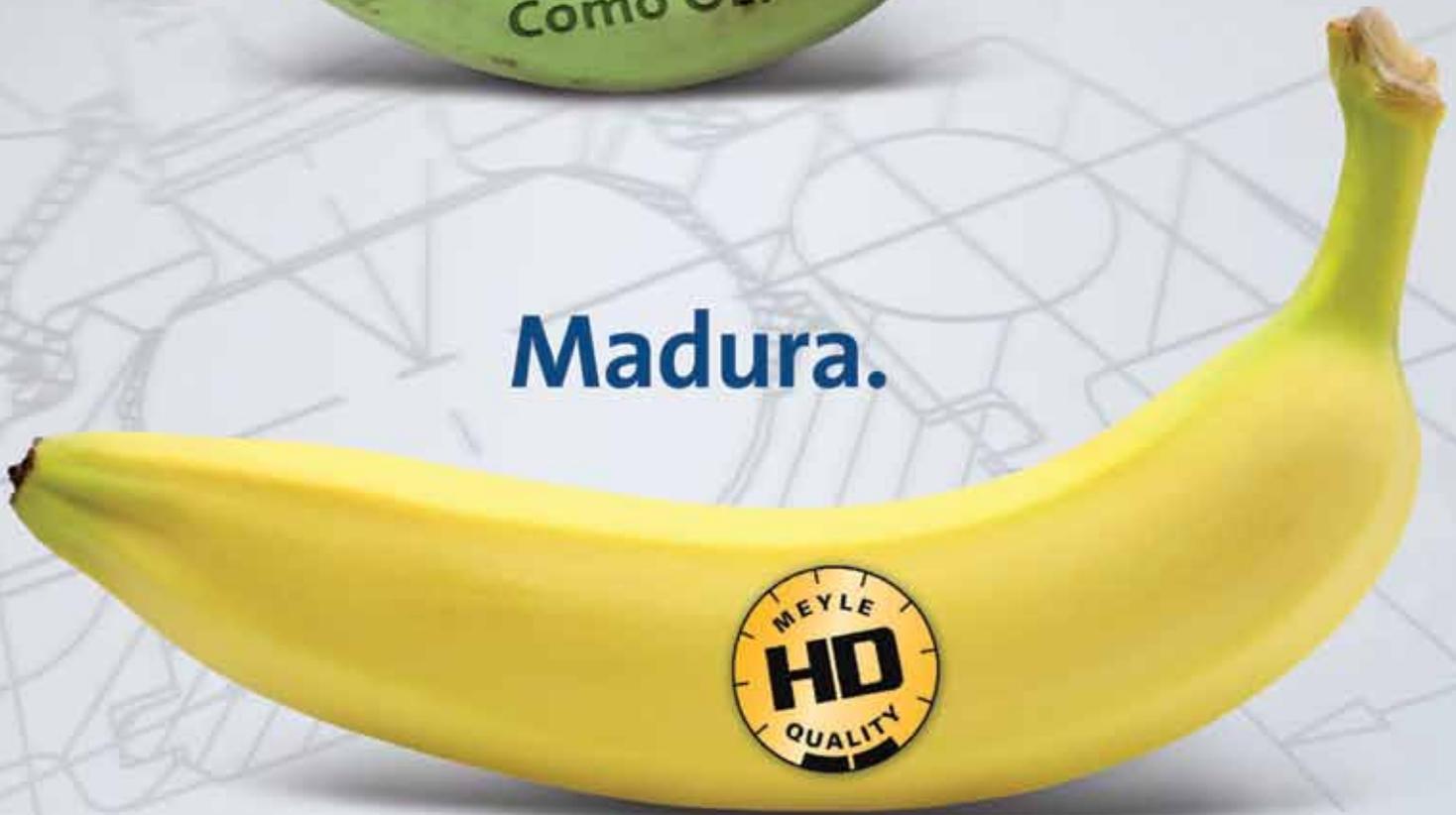
En cuanto a carrocería, y en el mismo espacio, el viernes 15 a partir de las 16 y hasta las 17:50 se celebrará el **I Encuentro “Tendencias Globales para la gestión rentable del taller de Carrocería”** en el que expertos reconocidos del sector (fabricantes, entidades, etc.) analizarán tendencias en la gestión de siniestros, las claves de la rentabilidad del taller de esta especiali-



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.



dad, lo que quiere el cliente que acude a esos talleres, cómo realizar una gestión eficiente del centro de reparación o soluciones en un entorno competitivo.

### Formación y Demos

Tal como se hizo en la última edición, estarán los **Boxes de Formación**, que son aulas para 30 personas dentro de pabellones, para el desarrollo de presentaciones de productos, charlas técnicas, mesas de debate (como la de la **asociación CAPA, sobre piratería** el próximo viernes 15 a las 12:30 en el Box 10.30); se habilitarán dentro de los pabellones 4, 6, 8 y 10 de la Feria de Madrid, además de unos nuevos espacios conocidos como **Demostraciones en Vivo**, tematizados, y a disposición de los expositores, para que realicen ahí sus presentaciones de productos y/o servicios. También se cuenta con el **Taller de Inventores**, una exposición a lo largo de la feria, en el pabellón 4, de los últimos inventos relacionados con la mecánica (Asociación Española de Inventores).

### II Encuentro de Redes de Talleres

La primera se celebraba el pasado diciembre. En este segundo encuentro, que se celebrará de las 9:30 a las 12:20 del miércoles 13, se vana tratar temas como *Diagnóstico redes y tecnologías* (con un estudio de la implantación uso y fidelización-diagnosis de averías y gestión del negocio- en los talleres adheridos a redes a cargo de **Enrique Gómez** de The Hub Automotive), teniendo una mesa redonda con los responsables de varias redes de talleres multimarca (fabricantes y distribución), moderada por **Miguel Ángel Álvaro**,

responsable posventa de Gt Motive, *El Cliente Corporativo*, donde a partir de las opiniones de profesionales de redes de talleres y empresas de renting se analizará la aportación de estas estructuras a dichas empresas, y *el Cliente Online* donde se tratará un ejemplo concreto con los Road Story de Euromaster.

### I Concurso de Reparación de Lunas, conferencias y demos

La **I Olimpiada Española de Reparación de Lunas** pondrá a prueba las habilidades de los mejores reparadores nacionales en este terreno, del mejor reparador portugués, -5º en el ranking europeo- y del tres veces campeón mundial, el estadounidense **Randy Olson**. Precisamente este último intentará tomarse la revancha frente al asturiano **José Manuel Llano**, quien le arrebató el título mundial, en 2011, en la final celebrada en Memphis (Estados Unidos).

La competición se desarrolla en el pabellón 10 y en dos jornadas, el 15 de marzo, dedicada a las pruebas teóricas de los concursantes, el 16, la fase final, en la que participarán los tres primeros clasificados del día anterior y se entregarán premios a los tres ganadores.

En esta Olimpiada, el Jurado valora las dotes como técnico profesional de la reparación de parabrisas del concursante primando la calidad y la eficacia; los criterios que se toman en cuenta son la interacción entre técnico y cliente, el comportamiento del técnico frente al cliente, la inspección del vehículo, el uso adecuado del equipo y herramientas; la aplicación de las medidas de seguridad, la habilidad, la eficacia o la limpieza. Cada competidor dispone de 45 minutos para realizar la

reparación y, sólo en caso de empate, se puntúa al más rápido. Como complemento a la I Olimpiada Española de Reparación de Lunas, tendrá lugar una conferencia sobre arreglo de parabrisas, a cargo de José Manuel de Llano, de la Asociación Nacional de Reparadores.

De forma paralela, se ha previsto un programa de jornadas - el 15 y 16 de marzo - en las que se tratará la seguridad relacionada con adhesivos y grapas y molduras que sujetan la luna, y la fabricación de lunas y sus exigencias de seguridad. Asimismo, se ha previsto la realización de demostraciones de sustitución de lunas y ejemplos sobre la evolución típica de un impacto y de qué modo se va ampliando, si no se repara a tiempo, hasta agrietarse completamente.

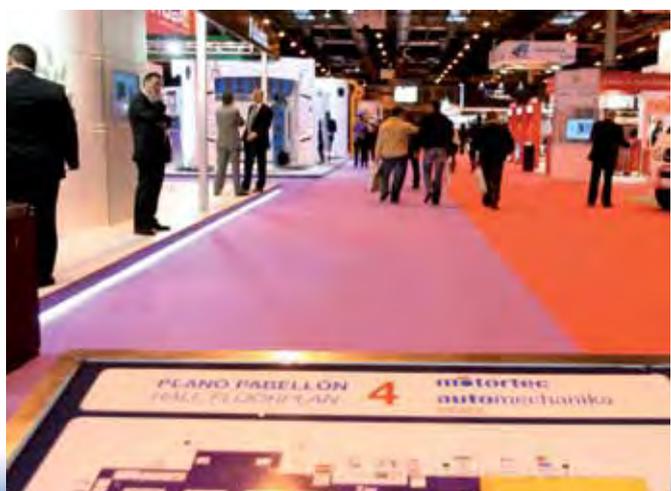
### Reuniones de Talleres

Dentro de la feria se van a celebrar diversas reuniones vinculadas con la reparación, no en balde el taller es uno de los visitantes objetivos de la feria, habiéndose realizado diversas acciones fomentando su participación a nivel nacional, como el AVE BCN-MDR organizado por CIRA con más de 100 talleres que acudirán el jueves 14.

Desde Portugal, con la iniciativa inversora **Club Oficinas de Portugal** acudirán los responsables de las 40 mejores redes del país luso.

Los reparadores podrán asistir a reuniones de su sector, o atender a los eventos del programa formativo de la feria; una de ellos, una reunión de trabajo, a puerta cerrada, entre las juntas de las asociaciones de los reparadores portugueses ANECRA y españoles CETRAA tratarán de temas de interés común; será el viernes, de 11:00 a 14:00.

Por su parte, **Impormovil** va a celebrar la





**Convención Anual de la red de Talleres Autofit**, el próximo sábado 16 de 10:00 a 14: en la Sala Retiro (Patio Central Pab. 8/10); en ella se dará a conocer las novedades informáticas, los programas de formación, reuniones, evolución GLP en la red, se analizará el mercado, el cliente y la competencia, además de lanzarse la *Revisión Oficial Autofit*, así como la entrega de premios 2012. Y **Robert Bosch** va a reunir a sus conceptos de red Bosch Service.

## Innovación

Los **Premios Galería de la Innovación** son un reconocimiento al esfuerzo en I+D+i del sector de la posventa, distinguiendo el carácter novedoso de los productos, servicios y proyectos expuestos en la Feria y que se presentan a concurso. Para participar en el Concurso, se requiere que sean productos expuestos en la Feria, concebidos para su fabricación en serie, que su comercialización haya comenzado después del 1 de julio de 2011, que cumplan con la normativa vigente, y que destaquen por su carácter innovador. contemplan un total de 11 categorías: Lunas, Carrocería y Pintura; Componentes Mecánicos; Componentes Eléctricos y Electrónicos; Accesorios; Lavado, Estaciones de Servicio; Equipamiento y Herramienta para el Taller; Equipos y soluciones de Diagnóstico; Contribución a la Innovación en el Vehículo Industrial; Servicios o Plataformas de Gestión, Formación e Información para el Taller, y Campaña de Sensibilización y Concienciación al Automovilista.

Los seleccionados, muestran el producto durante la feria en la Exposición Premios Galería de la Innovación; a que el expositor pueda realizar una breve presentación de su producto, y a utilizarlo en todos sus soportes promocionales. El Jurado (integrado por representantes de la Administración, centros tecnológicos y universitarios, asociaciones y prensa especializada supone el 75% de la puntuación total; el 25% restante será determinado por los votos de los visitantes depositados en una urna);

los criterios de valoración que se han establecido son: Grado de Innovación (20%); Funcionalidad en la instalación y utilización (25%); Diseño (20%); Calidad (15%); Contribución a la eficiencia energética (10%), y Cuantificación del Impacto ambiental (10%). El viernes 15 de marzo, a las 13:00 se realiza el acto de entrega de los premios.

## El custom, con espacio propio

Bajo el lema "Artistas del diseño y la personalización del mundo del motor, en directo", la feria acogerá el espacio conocido como MULA GARAJE que se inscribe en la segunda edición de MULAFEST, el Festival de Tendencias Urbanas de Madrid, el mayor "bike show" de España..

En esta área, habrá un coche a disposición de 4 pintores de renombre nacional, para que puedan mostrar sus habilidades en la personalización de un vehículo. Asimismo, habrá 3 motos - 1 chopper americana, 1 café racer y 1 street tracker - también para su tuneado, y un mecánico restaurando una moto clásica.

## Nada de pirateo

La feria vuelve a poner en marcha "**MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA Against Copy**", un servicio dirigido a proteger la propiedad intelectual, industrial y de marca de expositores y visitantes. Se velará por el cumplimiento de normativas y homologaciones correspondientes, garantizando que los productos expuestos en la feria cumplen todos los requisitos legales y de calidad. Así, se podría llegar a cerrar un stand si los productos expuestos en él son objeto de sentencia judicial que exige su retirada del mercado. Este servicio, que ya hemos visto en otras Automechanikas y en otras ferias de IFEMA, es un valor añadido de garantía ante posibles conflictos entre empresas expositoras, y ante el resto de participantes. **Garrido y Doñaque**, despacho especializado en Patentes y Marcas desde 1954, es el encargado de prestar este servicio. ●

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

**TAB** batteries

Energy in motion



## Potencia a tu medida.

**Tecnología punta.** El resultado de la investigación y la innovación continuos marcadas por un solo objetivo: ofrecerte siempre los últimos novedades.

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

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

"Para baterías, **BATERIAS TAB. Sin duda**".



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

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



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

**TAB** batteries

93 719 79 18

[www.tabspain.com](http://www.tabspain.com) • [info@tabspain.com](mailto:info@tabspain.com)

Facebook TabSpain • Twitter TABSpain

Somos especialistas en posventa.  
Y ahora también, sobre dos ruedas!



La revista MotoTaller es desde hace más de 20 años la única publicación en España especializada en la posventa de la motocicleta. Y desde enero de 2013, esta es su nueva casa.  
¡Bienvenida!

Muntaner 200, 6º 5ª · E-08036 Barcelona · Tel: (+34) 93 439 55 64  
www.revistamototaller.com

Creación y  
Estudio de  
la Imagen  
Arsis, S. L. **ARSiS** S.L.

Suplemento especializado de **myt**

47

Noticias

50

Actualidad:  
Plata Hnos.:  
Un proyecto.

52

Informe:  
Consumibles.

54

Actualidad:  
Extreme Auto Detailing,  
máximos cuidados.

56

Entrevista:  
Francesc Altés, de  
DuPont Refinish

60

Actualidad:  
Grupo Letamendi, Mont-  
Recy Glasurit hacen equipo

## NOTICIAS

EL LANZAMIENTO DEL 11ª EDICIÓN SUPONE UNA NUEVA PRUEBA CON LOS MEJORES PINTORES DE 18 PAÍSES, TRES DE ELLOS CON FINALES NACIONALES REALIZADAS POR VEZ PRIMERA

## YA HA ARRANCADO EL CONCURSO AL MEJOR PINTOR 2012-2013 DE R-M

El Concurso al Mejor Pintor de R-M se ha consolidado como referente de excelencia en el sector del repintado automovilístico. Los pintores de más talento de Europa, Asia y África demostrarán sus habilidades en la final internacional que se celebrará en el Refinish Competence Center de Clermont (Francia) entre el 8 y el 10 de octubre de 2013.

Las competiciones para elegir a los finalistas de cada país se celebrarán entre octubre de 2012 y mayo de 2013, y ya se está seleccionando a los mejores y más talentosos pintores menores de 30 años para representar a sus países.

Este concurso ya está atrayendo a jóvenes talentos de Alemania, Austria, Bélgica, Eslovenia, España, Francia, Gran Bretaña, Holanda, Italia, Japón, Polonia, Portugal, Rusia, Suiza, Ucrania-Kazajastán-Bielorrusia y, por primera vez, de Bulgaria, Noruega y Sudáfrica.

El evento se celebrará en España el próximo 22 de Marzo, en el Refinish Competence Center de Guadalajara.

En las finales nacionales se pondrá a prueba a los jóvenes pintores y se evaluará en profundidad su rendimiento individual sobre una amplia gama de tareas, incluidas las técnicas de aplicación y reparación, las pruebas de color, el uso correcto de consumibles y sus habilidades como asesores.

Las finales nacionales estarán supervisadas National Head Trainer de R-M y el jurado estará compuesto por reconocidos expertos independientes del sector. Este renombrado evento internacional cuenta con el apoyo y el patrocinio de muchos de los principales nombres en la industria del equipamiento para talleres y de consumibles, que a lo largo de los años se han ido convirtiendo en una parte fundamental de este Concurso al Mejor Pintor.

Además, este acontecimiento ofrece una plataforma única para que los líderes de la industria



inviten a los medios para que sean testigos directos de lo que pueden hacer los más jóvenes talentos de nuestra industria, con una demostración dinámica de sus capacidades desde el color y el diseño a las técnicas de reparación rápida.

El lugar donde se celebrará el Concurso al Mejor Pintor Final Internacional, es el completamente remodelado Refinish Competence Center de Clermont, (Francia). El renombrado Centro de Formación, es ahora un referente mundial por sus innovadores instalaciones, que superan largamente los criterios de los fabricantes automovilísticos y los técnicos de pintado más exigentes.

El Concurso al Mejor Pintor de 2012-13 refuerza el compromiso de R-M con sus socios del sector al formar a jóvenes talentos y promover las capacidades fundamentales para mantener la perfección del repintado automovilístico y la rentabilidad que necesitan actualmente los talleres para seguir siendo competitivos y asegurarse el éxito en este sector. ◀

www.rmpaint.com

AMPLÍA ASÍ SU GAMA DE MÁQUINAS ROTORBITALES Y ELÉCTRICA

## KWH MIRKA IBÉRICA, PRESENTA LA CEROS 680CV Y LA CEROS 325CV



KWH Mirka Ibérica, compañía filial de los fabricantes finlandeses que disponen de trece subsidiarias más en Gran Bretaña, Alemania, EEUU, Suecia (y sus comerciales en Noruega y Dinamarca), Francia, Italia, México, Brasil, Singapur, China, Rusia, Canadá e India, anuncia un nuevo lanzamiento, continuando así su compromiso con la innovación.

Se trata de la nueva Lijadora Rotorbital eléctrica CEROS 680CV con una órbita de 8,0 especialmente diseñada para el lijado basto una potencia de 350W, velocidad 4.000-1000 rpm y un plato de diámetro 150mm, con un peso de 900g.

Por otra parte, también lanzan la nueva Lijadora Rotorbital eléctrica CEROS 325CV con una órbita de 2,5 especialmente diseñada para superficies pequeñas de lijado. Su potencia es de 350W, con una velocidad de 4.000-10.00 rpm, un diámetro de plato de 77mm y un peso de 700g.

Con estas dos incorporaciones, la gama de la línea CEROS queda de la siguiente forma:

Código	Nombre	Tipo	Órbita
MIM6802011	CEROS 680CV	150 mm	8,0
MIM6502011	CEROS 650CV	150 mm	5,0
MIM6502011CA	CEROS 650CV CASE	150 mm	5,0
MIM6252011	CEROS 625CV	150 mm	2,5
MIM5502011	CEROS 550CV	125 mm	5,0
MIM3252011	CEROS 325CV	77 mm	2,5

mirka.com/es



TRAS SU COMPLETA  
ADQUISICIÓN  
POR PARTE DEL  
GRUPO CARLYLE

## AXALTA COATING SYSTEMS SERÁ EL NUEVO NOMBRE DE DUPONT PERFORMANCE COATINGS

El Grupo Carlyle administrador global de activos alternativos ha completado la adquisición de DuPont Performance Coatings por 4.9 mil millones de dólares y ha anunciado hoy que la empresa ha cambiado de nombre a Axalta Coatings Systems, que seguirá como uno de los principales proveedores mundiales de pinturas y revestimientos en los sectores industriales y de transporte. La inversión fue financiada principalmente con capital de Carlyle Partners V y Carlyle Europe Partners III. "Estamos entusiasmados de invertir en Axalta Coating Systems y creemos que su sólida posición en el mercado y presencia global permitirá a la compañía capitalizar las oportunidades de mercados emergentes como China y Brasil. Como inversores con experiencia en la industria del transporte, la red global de One Carlyle puede ayudar a Axalta Coating Systems a crecer y crear valor", dijo Martin Sumner, director del Grupo Carlyle.

Charlie Shaver, presidente de la compañía y director ejecutivo, agregó: "Esperamos este nuevo e interesante desafío de Axalta Coating Systems. Nuestra escala mundial con 35 plantas y siete centros tecnológicos en todo el mundo, combinada con el enfoque industrial de Carlyle y su red global, nos posicionan bien para el futuro".

Como empresa independiente, Axalta Coating Systems se construirá sobre una base de más de 90 años de experiencia en la industria de revestimientos. La compañía atiende a más de 120.000 clientes en 130 países y ofrece a sus clientes una gama completa de sistemas de pintado.

"Además de la tecnología avanzada y excelencia, una de nuestras fortalezas radica en la estrategia basada en un sistema completo de pinturas y revestimientos para nuestros clientes", dijo John G. McCool, presidente de Axalta Coatings Systems. "Junto a los revestimientos, proporcionamos a los clientes una

completa gama de herramientas y servicios que les ayuda a utilizar nuestros productos de manera efectiva. A través de nuestros 42 centros de formación en todo el mundo, ofrecemos a nuestros clientes oportunidades prácticas para aprender a utilizar y aplicar estos productos y herramientas. Esta capacidad ayuda a nuestros clientes a mejorar su rendimiento y productividad y nos permite mejorar nuestra oferta de productos, ya que nos ayuda a entender mejor las preferencias de los clientes".

Axalta Coating Systems desarrolla, fabrica y comercializa revestimientos y herramientas de aplicación a talleres de automóviles y a fabricantes de equipamiento original en los mercados de automoción y camiones pesados. Su fuerte posición en el mercado se encuentra en marcas mundiales como Standox, Spies Hecker y DuPont Refinish. Su liderazgo tecnológico destaca por sus sistemas de base agua, excelencia y técnica, desarrollados para satisfacer las crecientes demandas de los clientes de una mayor productividad y una mayor preocupación por el medio ambiente. Axalta Coating Systems también sirve a mercados de decoración, arquitectura, industria en general y segmentos de revestimientos de pintura en polvo a través de las marcas Alesta recubrimientos decorativos, NAP-GARD FBE Powder Coatings y Abcite Powder Coatings.

Axalta Coating Systems continuará desarrollando su actividad como DuPont Performance Coatings en los próximos meses hasta que el nuevo nombre sea lanzado formalmente en el segundo trimestre de 2013. La página web de la empresa, se está desarrollando y permitirá a los visitantes navegar por sitios que contengan información sobre sus productos y servicios. ◀

www.carlyle.com  
www.AxaltaCoatingSystems.com

CINCO MODELOS PARA TRABAJAR SOBRE  
DIFERENTES PIEZAS Y PARTES DEL VEHÍCULO

## CAARQ: NUEVA GAMA DE EQUIPOS DE SECADO POR INFRARROJOS DE ONDA CORTA

Los rayos infrarrojos son una parte del espectro electromagnético, que se utilizan en equipos de secado para el taller porque la conversión de onda corta infrarroja en calor es mejor que los otros sistemas de secado. Así, las radiaciones de onda-corta penetran más profunda y efectiva en las distintas capas para el secado. Este método de secado -de interior a exterior- es más eficaz, ya que se reduce el tiempo de secado y mejora la calidad del acabado de la pintura.

Entre las principales ventajas de la utilización de equipos de infrarrojos de onda corta destaca que no necesita tiempo de precalentamiento o enfriamiento, la reducción de los tiempos de secado de los pinturas de base disolventes y base agua, su eficiencia -alta calidad de los acabados y menores costes- y que están especialmente diseñados para reparaciones puntuales y no para el secado completo del coche, permitiendo grandes ahorros de energía.

La gama que CaarQ pone a disposición del taller consta de cinco modelos: 1189, 1190, 1191, 1195 PCI y 1196 PCI SDST. En todos los casos, poseen un regulador de altura para trabajar sobre diferentes piezas y partes del vehículo. La diferencia entre los modelos 1189, 1190 y 1191 estriba en la cantidad de tubos de lámparas (cada una de ellas de infrarrojos de 48 mm., con potencia de 1 kw y una vida útil de más de 8.000 horas), ya que el 1189 tiene un único tubo, 2 el 1190 y 3 el 1191. En los tres casos, además, el panel de control es simple y fácil de operar y permite ajustar el tiempo y la potencia de secado. Y en los modelos 1190 y 1191 es también posible elegir trabajar con uno o varios tubos. Por ello, mientras que el primer modelo es el indicado para pequeñas reparaciones, el 1190 y, especialmente el 1191 lo convierten en ideal para reparaciones medianas y grandes.

Por su parte, los dos modelos de gama alta, 1195 y 1196 incorporan tres tubos y un panel de control inteligente (PCI), digital, muy simple y fácil de operar y que permite ajustar el tiempo, la potencia de secado, distancia, sustrato, etc. así como establecer y programar varias funciones automáticas. Están destinados ambos al secado de reparaciones medianas y grandes y la disposición de sus pantallas permite un precalentamiento más rápido y tiempos de secado más cortos. El 1196 posee, además, la función DSTS: sensor de distancia y tiempo automático y la función "pulse".

CaarQ es la marca de Refinish Caar S.L., un proyecto empresarial que nace como iniciativa de cuatro de los principales distribuidores de productos de carrocería y pintura en el mercado ibérico, con el respaldo de más de 20 años ofreciendo soluciones a los sectores de automoción e industria. En la actualidad, la empresa cuenta con delegaciones en Cataluña, Aragón, Levante, Islas Canarias y Portugal, y se encuentra en plena fase de expansión de su red comercial. ◀

www.refinishcaar.com



## DISTRIBUIRÁ LOS PRODUCTOS DE CARROCERÍA DE LA MARCA EN DOS PROVINCIAS DE CASTILLA-LA MANCHA FRENOS ALCASAN (FRENDI), NUEVO ASOCIADO DE PRO&CAR

La empresa Frenos Alcasan S.L. es el nuevo asociado del grupo pro&car para las provincias de Cuenca y Ciudad Real. Este distribuidor, ubicado actualmente en el polígono industrial de Manzanares, es también conocido por FrenDI y lleva más de 32 años en el mercado ofreciendo maquinaria específica para los sectores industriales y de automoción.

Al frente del negocio está Javier Alcántara, que junto con su equipo de profesionales, van a comercializar a partir de ahora los productos para carrocería de la marca pro&car. ◀

www.frendi.es



## TALLERES DE CARROCERÍA EFICIENTES GRACIAS A: OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS

Los principales talleres de carrocería del mundo aprecian la constante dedicación de Nexa Autocolor® a mejorar la optimización de procesos.

Estos talleres saben que varias décadas de estudio y experiencia en la industria del repintado permiten a Nexa Autocolor ofrecer una verdadera excelencia en procesos de reparación.

Nuestros procesos más productivos suponen para un taller de carrocería un auténtico ahorro de costes de energía y mano de obra, aumentando así la productividad y la rentabilidad. Vital para el éxito del negocio.

Nexa Autocolor. Líderes en procesos de reparación eficientes.

Para más información | [www.nexaautocolor.com](http://www.nexaautocolor.com)



Ahorro de energía



Efectividad en costes



Optimización de procesos



Las instalaciones de Plata Hnos. en Gavá.

**ENTREVISTAMOS A JUAN ANTONIO PLATA, GERENTE DE PLATA HNOS. JUNTO A RICARD PELEGRÍ, MARKETING Y DISEÑO DE PLATA SERVICE Y PATRICIO R. DEL MONJE, BRAND MANAGER DE CAARQ**

# Proyectos de futuro

*Quisimos que el creador de la idea de caarQ Professional nos explicara los motivos de esta iniciativa en el mercado, cómo está respondiendo éste a su creación y cuáles son los objetivos que se marca.*

Juan Antonio Plata es un hombre preciso; y nos explica el origen de su compañía, su andadura en el mercado y la creación de la iniciativa **caarQ Professional**, junto con su Brand Manager, **Patricio del Monje** y **Ricard Pelegrí**, marketing y diseño de Plata Service.

## ¿Cuáles son los orígenes de Plata Hnos?

Es una empresa pequeña que nace en 1985, fundada por mí. Empezamos en un pequeño local de Viladecans de 70m<sup>2</sup>. En 1992 ya nos trasladamos a estas instalaciones de Gavá; en 2004 creamos el almacén central, justo enfrente de nuestras instalaciones.

Ahora somos 35 personas con unas instalaciones de 3000m<sup>2</sup> y una cartera de clientes de más de 800 cuentas. Nuestro ámbito de actuación es toda Catalunya: algunos clientes son atendidos de forma directa y otros a través de distribuidores. A nivel nacional también atendemos a algunos clientes de forma directa, si bien estamos planteando el hecho

de disponer de un delegado comercial que puedan llegar a visitar nuevas provincias. Otro proyecto que tenemos es el de dar el salto internacional. Nuestra especialidad es el mercado de la carrocería, todos los productos.

## ¿Cómo percibís el mercado?

Como todos, con mucha dificultad. Una caída como la que estamos experimentando en el mercado no se había vivido antes y no creo que nadie esté perfectamente preparado para asumirla.

Nosotros hemos realizado un cambio desde hace ya un tiempo hacia la marca propia, y nuestras cifras se mantienen con una oscilación de un 8-10%. El mercado se contrae, y hay cierres de empresas, así que mantener las cifras con nuevas aperturas o con la marca propia compensa, por el momento, el decrecimiento con el que tenemos de trabajar.

Percibimos que hay un cambio en el tipo de reparación (se sustituye y no se repara, con lo que los márgenes por venta de recambios no son los mismos, se han reducido) y la tipología de vehículos (más antiguos, con lo que el conductor no invierte tanto); esto es así porque el usuario no está bien económicamente, se nota en los resultados del taller, repercute en nosotros como proveedores y en las ventas de los fabricantes. Afecta a toda la cadena.

Una cuestión que hay que vigilar constantemente es la morosidad. Se ha incrementado de una forma alarmante, y se debe tener un control exhaustivo.

## ¿Cuándo decidís incorporar la marca propia y por qué?

Nuestra percepción del mercado era de contracción, unido a que con las marcas de los fabricantes veíamos que no había posibilidades de expansión; pensamos que, para conseguir estabilizar los resultados de la compañía, era interesante crear una marca propia, trabajando los productos que nos interesaran de primera calidad pero con una buena relación calidad-precio. Esto ya fue en 2008.

En algunos productos (pull&mix y anexos, barnices, imprimaciones) los producimos nosotros, a nuestra medida y según nuestro criterio mediante una sociedad creada con plantas de producción de Portugal. Con ello nos diferenciamos y hacemos frente a la situación económica.



Un momento de la conversación con el director general de Plata Hnos. y su equipo (Ricard Pelegrí, diseño y marketing de Plata Service y Patricio R. del Monje, el brand manager de caarQ Professional).



Los almacenes de la compañía.



### ¿Qué es CaarQ?

Es una alianza de cuatro empresas asociadas (Pinturas Santa Fé de Zaragoza, Auto Flex, de Portugal, y en Canarias, que tenemos a Gedeger) nos conocemos desde hace muchos años y tenemos los mismos intereses. Ha sido un proceso creado por nosotros para dar solución a nuestros problemas y necesidades; nadie ha venido a ofrecernos el proyecto, los pasos a dar.

De hecho es un Grupo de Compra en el que los productos los distribuyen los socios que se convierten en delegaciones de la marca.

Nosotros, aquí en Plata, realizamos la gestión de compra.

### ¿Cómo es el proceso de selección de productos?

**Patricio del Monje:** Son 25 años en el mercado, así que tenemos experiencia en qué es lo que necesitan los clientes, aparte que nuestra relación con ellos es muy estrecha, estamos muy pendientes, y su actividad va dando la pauta de acción.

Una vez detectada la necesidad (no antes), si no tenemos respuesta en catálogo, buscamos un proveedor de calidad que nos produzca el elemento, sea el que sea, lo lanzamos con la mejor relación calidad-precio posible. Mientras, trabajamos con empresas que sabemos que tienen un producto similar y de calidad hasta que podemos ofertar caarQ.

Aparte, nuestra voluntad es completar el catálogo para convertirnos en un especialista multiproducto y ofrecer todo lo que se necesita a la hora de plantearse la reparación de carrocería y pintura.

También tenemos marcas externas, no muchas (Gys, francesa, en soldadura, Saima, italiana, en cabinas y Spray Max en aerosoles técnicos para automoción), pero porque tenemos acuerdos ventajosos de distribución casi en exclusiva (porque ese concepto cada día se da menos).

Huimos de vender la misma marca que todo el mundo porque entonces no se puede argumentar más que por precio.

### ¿Se ha producido un desplazamiento de venta de las marcas de fabricante hacia la marca propia?

Claro, pero va por diferentes tipos de producto. Hay productos que han experimentado un giro de casi el 80% y en cambio otras solo un 20%, pero nuestra idea es pasarlo al 100%.

### ¿Qué productos está pensado introducir?

**PdM:** Desde luego más productos. Incluso hay productos que han sido diseñados por nosotros; en ese caso, buscamos donde y con qué producirlo, lo ofrecemos a nuestros clientes de confianza, como test, que nos dan sus impresiones sobre el terreno para ajustar, corregir, etc. (esos test comerciales son tan fundamentales como los técnicos). Una vez realizado, lo lanzamos. Un ejemplo es el Fast Pulling, cuyo desarrollo es nuestro; el mercado tiene productos parecidos, pero no tan potente, tan versátil, práctico y a un precio razonable como el nuestro.

Otro producto que se puede mencionar es el barniz para faros: había unas soluciones que no nos gustaban en el mercado (otras metodologías, como pulir los faros, que quedaban bien al principio pero que en seguida volvían al mismo estado: deterioro y amarilleo), por lo que desarrollamos el tipo de producto que creímos que es necesario: fácil de aplicar y duradero en el tiempo: quedan como nuevos y damos garantía por tres años, lo que implica que el producto dura más.

### ¿Motortec A.I. es un momento clave en el proyecto?

Sí. Acudiremos por vez primera a Madrid (aunque ya estuvimos en Expomovil Comercial) para presentar la gama caarQ de forma global. Forma parte de nuestra apuesta de extendernos al mercado nacional.

Últimamente estamos viendo una tendencia a reducir la presencia en las ferias, pero son una herramienta potente para realizar una presentación de una sola vez a todos nuestros clientes, de lo contrario habría que hacerlo de forma independiente, lo que supondría dilatar el momento de su presentación y que unos tuvieran más ventaja que otros.

### ¿Qué hay que hacer en el mercado para evolucionar con éxito dadas las circunstancias?

Dadas las circunstancias y viendo lo que nos espera, yo diría que hay que hacer las cosas bien, no renunciar nunca a la calidad.

**Ricard Pelegrí:** Darle valor añadido al producto: acoplarnos a sus necesidades para solucionar los problemas de los clientes.

### ¿Cuáles son las dificultades a la hora de presentar la marca propia?

Dificultad, ninguna, lo único que en determinadas zonas ya es una marca conocida porque

llevamos mucho tiempo trabajándola, y en otras, en las que la implantamos por vez primera, al ser una marca nueva se crea la duda sobre sus resultados; la suerte es que al testarlo, y al estar estudiada su competitividad respecto a los productos competidores, la aceptación es rápida y buena. ◀

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



La idea de CaarQ Professional nació para diferenciarse y ofrecer productos que respondieran a las necesidades del cliente, tras haberlos testado en clientes.



Algunos productos CaarQ se localizan entre la oferta del mercado; otros se diseñan a medida según los parámetros del equipo de CaarQ Professional.

**LOS CONSUMIBLES  
PARA EL TALLER DE  
CHAPA Y PINTURA**

# Humildes y necesarios

*En los talleres de carrocería y pintura, pese a experimentar una caída de la actividad, no se dejan de utilizar consumibles y anexos; sus ventas bajan, pero algo menos que otros productos.*



La razón de que la caída no sea tan acentuada en los consumibles (*vasos, coladores, espátulas, paños atrapapolvo, guantes, monos, jabón de manos, máscaras, etc.*) como en otro tipo de productos es bien sencilla: son necesarios y no son económicamente demasiado costosos. El problema es que, pese a ello, la acusada necesidad de abaratar costes en el taller hace que el factor precio se imponga demasiado, ya que pese a que algunas marcas ostentan estándares de calidad correctos, otras no ofrecen suficiente durabilidad o tienen efectos secundarios

que repercuten en la calidad total de la intervención, obligando (en el peor de los casos) a repeticiones que pueden suponer perder mucho más que lo que se pretendía ahorrar, ya que el coste total de este tipo de productos en la reparación apenas es significativo: algunas fuentes nos comentan que podría ser menor del 3%.

## Algunos actores

Desde luego, en este apartado tenemos a varias compañías reconocidas por su catálogo de productos, como puede ser **3M** quien presentó un sistema de **Preparación de Pintura (PPS)** cuyo principal valor consiste en que utiliza un solo vaso para mezclar y pulverizar, desechable, que sustituye el tradicional sistema con vasos de mezcla y filtros lo que supone un incremento en la eficiencia del taller; como ventajas: no hay contaminación externa, al ser un sistema cerrado con filtro incorporado, la limpieza de la pistola es sencilla al no ser necesario limpiar el tradicional vaso, la pintura no utilizada se puede guardar para utilizar posteriormente sólo con tapar el vaso. **Mirka** también participa en este mercado; su oferta incluye guantes, mascarillas, cintas de enmascarar, aunque recientemente es su **OSP-Sistema Optimizado de Preparación**, una combinación innovadora de abrasivos, máquinas y procesos de alta tecnología, el que está cosechando mayores consultas e interés por parte del profesional. **EMM** también participan notoriamente en este mercado, proponiendo, con sus marcas **Colad** y **Hamach** prácticamente todo: paños de desengrasar, botellas pulverizadoras para desengra-

sar, bayetas atrapapolvo, todo tipo de productos de enmascarado (film, burlete, cinta, papel de enmascarar, cuchillas para cortar plástico, etc.), vasos de mezcla, varillas para mezclar, vasos desechables, filtros sintéticos para pintura, barniz y aparejo, monos y batas de nylon, guantes desechables, mascarillas para el polvo y para los gases, calzado de seguridad, etc. En cualquier caso, para contemplar más opciones, les proponemos visitar las web que indicamos, con el fin de conocer más a fondo este tipo de productos. ◀



## PÁGINAS WEB DE INTERÉS

- [www.3mreparacionautomovil.com](http://www.3mreparacionautomovil.com)
- [www.autobrillante.com](http://www.autobrillante.com)
- [www.seicar.net](http://www.seicar.net)
- [www.berner.es](http://www.berner.es)
- [www.blacknord.com](http://www.blacknord.com)
- [www.bossauto.com](http://www.bossauto.com)
- [www.carrepairsystem.eu](http://www.carrepairsystem.eu)
- [www.carsystemspain.com](http://www.carsystemspain.com)
- [www.coplast3.com](http://www.coplast3.com)
- [www.emm-automotive.com](http://www.emm-automotive.com)
- [www.eugeniograndio.com](http://www.eugeniograndio.com)
- [www.exfasa.es](http://www.exfasa.es)



**MIRKA**



**Lijadora  
Eléctrica  
CEROS**

900 grs  
Fácil manejo  
sin vibraciones  
Tecnología sin escobillas

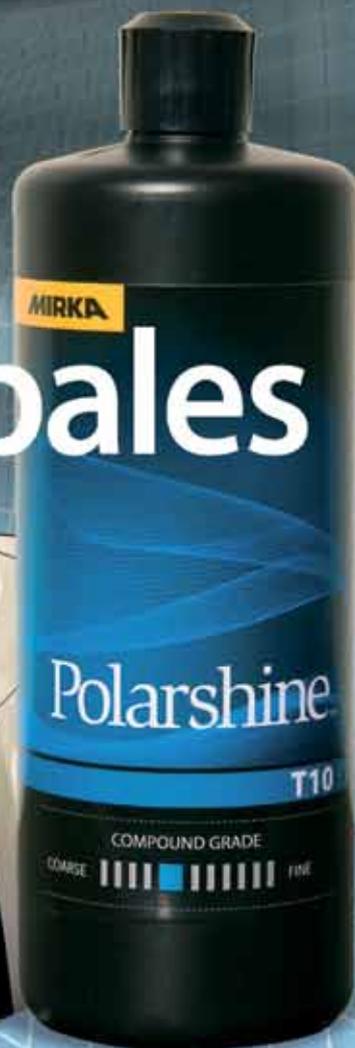
**Polarshine**

Un solo producto para pulir  
y abrillantar todo tipo de  
pinturas y barnices  
No necesita protección

# Soluciones globales para el taller

**Autonet**  
The dust-free solution

Lijado libre de polvo  
Reduzca sus costes en  
**PREPARACIÓN en un 40%**



**KWH MIRKA IBÉRICA S.A.U.**

ABRASIVOS, QUÍMICOS Y MÁQUINAS

Industria, 16-18  
mirkaiberica@mirka.com  
Tel. 93 682 09 62  
Fax 93 682 11 99  
08740 Sant Andreu de la Barca  
Barcelona  
www.mirka.com

EXTREME AUTO DETAILING



# Los sueños también hay que pulirlos



*Estamos ante un nicho de mercado que estos hermanos han descubierto y explotado. Su pericia se ha hecho tan conocida entre los privilegiados propietarios de los vehículos de lujo, que se plantean abrir delegación en Dubai...*

Lamborghini, Ferrari, Bentley, Rolls Royce, McLaren, Bugatti, Audi, BMW... Marcas y modelos que desatan suspiros a los amantes de las cuatro ruedas en su vertiente más deportiva y exclusiva.

Pero no deja de ser material altamente sensible, que acusa el paso del tiempo, sus inclemencias y las incidencias en forma de arañazos o falta de brillo que hace lucir como soles la pintura que los cubre o el cuero en el que se aposentán los propietarios para conducir, algo que hace aumentar el valor del modelo de forma económica o sentimental algo que saben muy bien los que disponen de colecciones privadas (modelos clásicos o modernos), los organizadores de eventos o exposiciones.

Pues bien, en Madrid (y Barcelona...y quizá en breve Dubai) existe una compañía experta en lo que se denomina *Detailing*, un término que engloba una serie de tratamientos y técnicas exteriores o interiores (desde un baño de espuma, un encerado con las mejores ceras naturales del mundo, una corrección de pintura, limpieza y acondicionamiento de la piel, tratamientos para vehículos nuevos o tratamientos específicos para las distintas estaciones del año) En EAD estamos especializados en tratamientos para cualquier tipo de vehículo como. Todos nuestros



Las marcas más exclusivas merecen los tratamientos más exclusivos.

servicios son personalizados, adaptándonos a las necesidades de cada cliente. para que los vehículos estén como el primer día, a partir de materiales muy específicos que incluso fabrican a propósito para ellos.

**Extreme Auto Detailing**

La empresa nace de la pasión por los coches de uno de sus fundadores, **Emilio Rubio**, en el año 2007, tras haber pasado por sus manos una cantidad suficiente como para plantearse lo que



Los tratamientos son en interior y exterior



hasta esa fecha era un hobby hacia el negocio. Empiezan en las afueras de Madrid, en Arroyo-molinos, en una nave industrial de 200m2 y una inversión de 30.000€ y, en solo un año, trasladan sus instalaciones hasta el centro de Madrid, en el barrio de Chamartín, un espacio de 500m2 donde su proyección se ve incrementada exponencialmente.

Con una amplia y fiel cartera de clientes, algunos de ellos celebrities del deporte, y provenientes de gran parte del territorio nacional, Emilio y su hermano **Javier** se embarcan, en abril de 2012, en otra ambiciosa acción comercial, trasladando sus servicios a la ciudad condal. En la actualidad prestan sus servicios en dos prestigiosos negocios del sector: **Auto Storica**, un referente mundial en la restauración de coches clásicos y en **GentlemenDrive Barcelona**, un club de coches de lujo de la familia Vilanova, presentes en España y en EEUU.

### Mimos

El cuidado que los hermanos Rubio proporcionan al coche empiezan por lo más básico, el lavado, que será el tratamiento más repetido en la vida útil de los modelos. Para obtener el máximo rendimiento con el lavado utilizan una técnica sencilla pero sin duda eficaz: el lavado a mano. Ello supone ir palpando el vehículo y sus necesidades para introducir diferentes tratamientos, como los encerados, sellados, correcciones de pintura etc.



Cientes satisfechos con unos no menos satisfechos Emilio y Javier Rubio.



El exterior suele ser la parte del vehículo en la que más se fija la gente, pero nunca se debe olvidar el interior, el espacio que en realidad se disfruta de primera mano durante el tiempo en que se disfruta de la conducción, y cuyo su estado dice mucho del propietario del vehículo. La limpieza y el acondicionamiento de todo el habitáculo interior, independientemente el material (piel, tela, alcántara, etc.) no tiene secretos para ellos y se puede complementar con una desodo-

rización integral para eliminar bacterias, hongos, malos olores y gérmenes.

Una de las ventajas de la compañía es realizar los tratamientos a domicilio, en cualquier parte de la geografía nacional o internacional. Para complementar estos servicios pueden hacer la recogida y entrega a partir de transporte realizado por especialistas del sector. ◀

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

ENTREVISTAMOS A FRANCESC ALTÉS, DIRECTOR DE DUPONT REFINISH EN ESPAÑA

# Frescura y valor añadido

*Las líneas maestras de la compañía de cara al mercado (a sus distribuidores y a los talleres) son claras: aportar soluciones frescas, innovadoras y con valor añadido.*

**Francesc Altés** (Barcelona, 1958) es, desde Septiembre de 2012, Director en España de **DuPont Refinish**.

"Hombre de la casa", con una larga experiencia en el negocio de pinturas para primeros equipos del que era responsable hasta el año pasado, Altés afronta el 2013 con optimismo. Quisimos que nos comentara cómo ve el mercado y cuáles son las líneas maestras de su estrategia de acercamiento al mercado, en estos tiempos de cambios. Estas son sus respuestas.

**Llevas ya unos meses al frente de DuPont Refinish, y muchos años en la compañía, pero provienes de otro canal. Me gustaría que nos**

**dieras tu visión respecto a las particularidades que aprecias en éste...**

Efectivamente, llevo 25 años trabajando en DuPont, en las áreas de OEM; cada mercado tiene sus retos y, en Refinish, la gran diferencia es que estamos enfocados a la distribución, porque creemos que ese es el canal de futuro, y en OEM se vende directamente a los constructores.

Otra gran diferencia es la gran cantidad de marcas que coexisten en repintado mientras que en OEM solo se encuentran tres marcas importantes. DuPont es líder global en primeros equipos y esta posición nos ayuda muy positivamente en posventa.

Y en cuanto al cliente también es distinto: nuestros clientes finales son talleres independientes y concesiones. El número es mucho mayor y por consiguiente las necesidades y las respuestas esas necesidades difieren mucho de uno a otro.

**¿Cómo está afrontando el sector de los talleres de chapa y pintura la situación económica actual?**

En un ámbito europeo, el sector de los talleres de chapa y pintura lleva años en proceso de reestructuración. La situación que hemos vivido está acelerando el proceso. Encontramos que los talleres que se esfuerzan en ofrecer más servicios o aquellos que son parte de redes se encuentran en una posición más competitiva. En **DuPont Refinish** estamos convencidos de que nuestros clientes van a superar con éxito este reto.

**Entonces, ¿eres optimista?**

Sin duda. Nuestros clientes van a superar el reto que les plantea el mercado actual. Somos conscientes de que las reglas del juego han cambiado, los clientes tienen expectativas muy diferentes a las que tenían hace 10 años y así todos tenemos que cambiar nuestra forma de trabajar. Una situación como la que vivimos sirve para romper algunos paradigmas y sin duda está siendo una oportunidad para algunos talleres.

**Cuentas con más de 20 años de experiencia trabajando en el negocio de pintura de DuPont en las líneas de montaje... ¿En qué medida los talleres se ven afectados por lo que ocurre en las fábricas?**

Hablar del sector del automóvil es hablar de innovación. La incorporación de nuevas tecnologías en los automóviles es muy rápida y esto incluye





DuPont Refinish

Mucho más que pintura ...

## Agilice su negocio



Trabaje en su taller a la velocidad de la luz con los productos DuPont Refinish. Gracias a los procesos concebidos para optimizar la productividad, podrá acortar los plazos de reparación, aumentar la eficiencia y reducir los costes y la producción de residuos. Con resultados de calidad superior y tiempos mínimos de permanencia en el taller, también la satisfacción de sus clientes aumentará a toda marcha.



Para saber cómo podemos ayudarle a mejorar su negocio,  
visite [www.dupontrefinish.es](http://www.dupontrefinish.es)

también al color. Cada año aparecen más de 1000 nuevos colores en el mercado y esto hace que las exigencias profesionales en los talleres sean cada vez mayores. En DuPont contamos con la ventaja de tener información de primera mano en tiempo real de todas las novedades que se ponen en el pintado de vehículos en las fábricas y esta información es siempre una ventaja para nuestros clientes.

### ¿Qué soluciones ofrece DuPont Refinish a los talleres para afrontar el futuro?

La base de nuestra oferta de soluciones está en la tecnología que ofrecemos. Nuestros sistemas de pintado ofrecen ventajas competitivas a nuestros clientes que se reflejan en una reducción de costes en la reparación.

Si miramos por ejemplo a la nueva tecnología base agua **Cromax® Pro**, nuestros clientes se benefician de un producto que les permite ahorrar de forma tangible tiempo de mano de obra y costes de energía.

A nivel de tecnología de color, en estos momentos los clientes de **DuPont Refinish** disfrutan de herramientas digitales realmente futuristas que eran impensables hasta hace poco.

### ¿Qué significa Five Star para DuPont Refinish?

**Five Star** es la red de referencia a nivel europeo con más de 1067 talleres en 9 países. En España contamos con 157 socios con los que trabajamos estrechamente para en conjunto ser cada día más fuertes.

Como ejemplo, quiero citar que, a finales del 2012, lanzamos en España el proyecto de mejora continua **AMBITION 2013-2015** que de una forma estructurada está ayudando a nuestros socios **Five Star** a ser más rápidos y eficientes en un mercado muy maduro y competitivo como el de España.

### Has hablado de la Distribución como canal de venta, obviando la venta directa ¿Cuál es la visión de DuPont Refinish sobre la Distribución?

A finales del 2012, lanzaron el proyecto de mejora continua **AMBITION 2013-2015** que, de forma estructurada, está ayudando a sus socios **Five Star** a ser más rápidos y eficientes en un mercado muy maduro y competitivo como el de España.



Un momento de la entrevista con Francesc Altés y Estrella Ibarra, responsable de marketing de DuPont Refinish.

Para nosotros está claro. Confiamos totalmente en la distribución. La distribución es una parte intrínseca de DuPont sin la cual no se entendería la marca en España. Gracias a nuestros socios distribuidores hacemos realidad nuestro compromiso, ofrecer mucho más que pintura.

Cada día trabajamos con nuestros socios desarrollando iniciativas que nos diferencian en el mercado. Nuestros distribuidores son, sin duda alguna, protagonistas del éxito de **DuPont Refinish** en el mercado y por ello siempre estaremos al lado de los distribuidores verdaderamente comprometidos.

Están preocupados por la situación económica que existe en España en estos momentos, como todos, pero están ilusionados con el cambio que proponemos porque han visto que la dirección en la que estamos trabajando es la correcta y la que les permitirá, en un futuro, estar en el mercado trabajando en un *partenariado* estrecho para ganar ese mercado.

### Antes has comentado la importancia de la formación pero...¿Cómo entiende DuPont Refinish la formación?

La formación que ofrecemos nos permite dar respuestas concretas y a medida que hacen más eficientes a los talleres. Independientemente del número de cursillistas que cada año participa en nuestros cursos nosotros creemos que lo que realmente es importante es la calidad de la formación que desarrollamos.

Por ello siempre procuramos trabajar adaptando los contenidos a las necesidades de cada profesional.

También quiero destacar de forma positiva que en los últimos años existe una creciente demanda de formación en aspectos relacionados con la gestión del taller. Muchos talleres se interesan en conocer las mejores prácticas para hacer de sus talleres negocios cada día más rentables. Nosotros damos respuesta a estas demandas a través de cursos o con consultoría personalizada in-situ.

### ¿Qué nos puedes comentar acerca de Axalta Coating Systems, el nuevo grupo del que forma parte DuPont Refinish?

Axalta Coating Systems se construye sobre una

base de más de 90 años de experiencia en la industria de pinturas. La compañía atiende a más de 120.000 clientes en primeros equipos, repintado, arquitectura e industria en 130 países y para ello contamos con 35 plantas de fabricación y 42 centros de formación.

Como empresa independiente nos centramos plenamente en el negocio de las pinturas lo que nos permitirá satisfacer de forma más eficiente las exigencias que nos deparará el futuro.

Nuestra tecnología continúa siendo inigualable y así estamos comprometidos a liderar el sector con innovaciones que se reflejarán en el desarrollo de nuevos productos, tecnologías y servicios.

### De cara a los próximos años ¿Cuáles son los principales retos de futuro?

De forma general diría que los grandes retos que debemos afrontar en los próximos años son tecnología de productos, soluciones que faciliten la eficiencia energética y por último el desarrollo cualitativo de nuestra red **Five Star**.

Estos 3 aspectos son estratégicos para nosotros. Estoy convencido de que en el largo plazo el éxito sostenible de los talleres radica en ofrecer trabajos de calidad, un cuidado exquisito del cliente y en gestionar el taller de forma muy eficiente.

Nuestros clientes pueden contar con **DuPont Refinish** para afrontar satisfactoriamente estos retos.

### ¿Qué es lo que más te ilusiona de este nuevo reto y qué te gustaría que percibiera el mercado?

Este nuevo reto se plantea con mucha ilusión; es un nuevo sector, con una competitividad muy alta por la atomización que comentaba, lo que resulta apasionante por cómo hay que acceder al mercado: hay que identificar tipologías y darles respuestas. Pero creo que estamos consiguiéndolo, aportando frescura.

Desde **DuPont Refinish** hemos creado estructuras suficientes para dar mayor valor añadido a los clientes con compañías de seguros, flotas, grandes concesiones, etc., para posicionarnos donde el mercado necesita que estemos, aportando ese valor a los clientes finales. ◀



## TALLERES DE CARROCERÍA EFICIENTES GRACIAS A: OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS

Los principales talleres de carrocería del mundo aprecian la constante dedicación de Nexa Autocolor® a mejorar la optimización de procesos.

Estos talleres saben que varias décadas de estudio y experiencia en la industria del repintado permiten a Nexa Autocolor ofrecer una verdadera excelencia en procesos de reparación.

Nuestros procesos más productivos suponen para un taller de carrocería un auténtico ahorro de costes de energía y mano de obra, aumentando así la productividad y la rentabilidad. Vital para el éxito del negocio.

Nexa Autocolor. Líderes en procesos de reparación eficientes.

Para más información | [www.nexaautocolor.com](http://www.nexaautocolor.com)



Ahorro de energía



Efectividad en costes



Optimización de procesos

UN NUEVO PROYECTO CON LA VISTA EN EL LARGO PLAZO

# Glasureit + Mont-Rec + Letamendi = Win



Un taller concesionario con más de 40 años de trayectoria y en el centro de Barcelona, inicia un nuevo proyecto de la mano de su distribuidor, Mont-Rec y ambos con la cobertura de una marca como Glasureit, del Grupo BASF.

Se trata de una cuestión de confianza: el taller confía en su proveedor por su seriedad, el proveedor del taller confía en una marca por su proyecto y la marca confía en ambos y se vuelca en apoyo de ambos para iniciar un camino a largo plazo.

Nos reunimos con **Esteban Tomás**, gerente de **Grupo Letamendi**, con **Enrique Rodríguez**, jefe de posventa de la concesión, **Antonio Jiménez**, gerente de **Mont-Rec**, distribuidor de productos para carrocería y con el equipo de **Glasureit**, **José López**, técnico comercial y **María Barbero** soporte de ventas comercial para que nos contaran su experiencia al respecto.

**¿Cuál es el origen del proyecto, cuáles son los argumentos que hacen tomar la decisión de llevar adelante este nuevo proyecto?**

**Esteban Tomás**- En realidad es muy fácil: mi proveedor, que es **Mon-Rec**, inicia la relación con Glasureit, y a mí, que me gusta ser fiel a mis proveedores, ni me lo pienso cuando me lo ofrece, y acepto.

**Una cuestión de fidelidad, entonces...**

**E.T.-** Fue fácil y rápido: al final, trabajas con las personas; si llevas años trabajando con ellas y nunca has tenido problemas sino al contrario: soluciones, lo más lógico es que quieras seguir haciéndolo. Hablábamos un viernes y al lunes ya estábamos cambiando. Y, si bien los cambios siempre suelen producir reticencias entre los usuarios de los productos, en esta ocasión todo ha ido muy bien, fluido y sin problemas.

Percibimos la voluntad de hacer cosas, en marketing, etc. Llevamos menos de un mes con ellos, pero es cierto que se detectan unos valores añadidos interesantes.

En estos tiempos, en los que los márgenes bajan, el tener analizados al milímetro los costes, la productividad, dónde se puede corregir para aumentar la rentabilidad, etc. es fundamental; ahora lo tenemos. Es verdad que como concesión tenemos los programas de las tres marcas del grupo más la de la marca de pintura, y que hay que analizar un gran volumen de datos, pero estamos contentos.

**Antonio Jiménez**- La apuesta por **Glasureit** es una apuesta a seguro: reúne las condiciones que hay que dar en el sector en calidad, inversión en servicios, formación, atención etc. de lo contrario, no estaría en Mont-Rec.

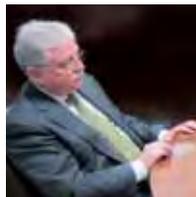
**¿Cuál sería el valor añadido más destacable de esta relación?**

**Antonio Jiménez**- Quizá, más allá de los equipos o las técnicas, es el factor humano; la cohesión con la que trabaja el equipo y las ganas de dar respuestas.

**E.T.-** Es muy importante en un grupo de nuestro

tamaño. Como las instalaciones son manejables (tenemos dos) es fácil gestionar el equipo, al que mantenemos formado continuamente. También es verdad que nosotros hicimos la reconversión a posventa de las tres marcas del Grupo VW en 2003, cuando ahora todo el mundo parece que se acuerda de ello, y nos va muy bien, con lo que ha hecho viable mantener cohesionado al equipo y poder analizar nuevas opciones.

Y el hecho de tener el apartado de carrocería y pintura, con cabina en las instalaciones hace que destaquemos en la oferta de los servicios oficiales urbanos.



**José López**, el experto técnico comercial de Glasureit.



**Esteban Tomás**, gerente de Grupo Letamendi.



**Enrique Rodríguez**, jefe de posventa de Letamendi.



**Antonio Jiménez**, gerente de Mont-Rec.



El grupo, con **María Barbero**, soporte de ventas comercial de Glasureit, en un momento de la charla.



## MONT-REC

Distribuidor de Standox desde hace 20 años, y con sede en Montcada i Reixac, Barcelona, Mont-rec ha ofrecido a Glasurit la oportunidad de emprender un proyecto conjunto. Mont-rec apuesta por la marca de Basf Coatings, por su fuerza en el mercado, por la importancia de colaborar con una marca premium y por la adecuación a sus expectativas de la propuesta ofertada por la marca fabricante de pinturas. La consolidación se produce a mediados de enero 2013, con el fin de ampliar el mercado en la zona de Barcelona como objetivo



de la marca del loro, y con el fin de mejorar la estabilidad actual y futura como objetivo del distribuidor. ◀

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



Foto de familia del equipo de C&P de Grupo Letamendi, Mont-Rec, y Glasurit.

**Enrique Rodríguez-** La verdad es que el equipo ha entendido muy bien la filosofía de trabajo que les hemos propuesto a partir de la introducción de Glasurit, en seguida percibieron que les era interesante, y trabajan de una manera ordenada y cómoda.

### Esa trayectoria les lleva a plantearse un nuevo centro...

**E.T.-** Sí, pero con otra filosofía de trabajo, sin la presión de los estándares tan altos a los que te obligan los constructores; **Letamendi Express**, se ha pensado para captar a los usuarios que abandonan el canal marquista una vez finalizando el periodo de garantía; se trata de un servicio multimarca de todas las marcas del *Grupo VW*, incluso *Seat*, en el que intentamos acceder a las operaciones de mantenimiento, donde había más rotación y márgenes, que son las que más han caído en el canal marquista. Está en otra zona transitada de la ciudad que no estaba entre nuestra zona de influencia y que ha quedado algo desatendida por el cierre de alguna concesión.

### ¿Qué es lo que más destacarían de la oferta de la marca?

**E.R.-** De hecho, uno de los factores más destacables es el programa **GlasurMIT**. El apartado de carrocería y pintura se llevaba de una manera muy básica, casi solo con el diferencial de compras de producto y ventas de servicio; en unos tiempos en los que los márgenes bajan porque las compañías aprietan, hay que analizar de dónde se pueden extraer mejoras. El programa analiza al detalle rentabilidades de compañías, peritos, caídas de

segmentos, gastos, pintores. Con esa información se pueden perfilar correcciones que no necesariamente tienen que ser complejas, para ajustar y crecer en beneficios.

Nosotros necesitamos que la rotación sea muy alta y que la cabina siempre esté funcionando, sin un producto de alta tecnología que reduzca tiempos de aplicación y repeticiones, y un producto de análisis de estos procesos, la productividad de vehículos/mes baja. Y los pintores son los primeros que lo notan. Cuando los pintores nos dicen que hemos acertado en el cambio, se puede estar tranquilo, porque los cambios, a priori, producen retenciones.

**J.L.-** En las empresas el factor de control para analizar y perfilar procedimientos (especialmente cuando hay muchos pasos en el proceso) es fundamental para conseguir no perder, ahorrar y ganar puntos de beneficio.

**María Barbero-** Es una herramienta informática muy completa, que tiene como objetivo principal controlar y mejorar la rentabilidad de los talleres. Requiere que se procesen órdenes de reparación y se le alimente de información, así que el esfuerzo es conjunto. *Glasurit Margin Improvement Tool-GlasurMIT*, está creada para controlar los pilares de la eficiencia: los procesos y los equipos de trabajo. Ofrece indicadores clave de gestión del taller, así como las posibles desviaciones que existan para que éstas sean atajadas cuanto antes. Gracias a los informes de rentabilidad - por operación y por cliente, por ejemplo- es posible conocer el punto de equilibrio del negocio. Es una herramienta muy potente y que está funcionando muy bien en el mercado, por-

que tan completa no la tiene nadie. Es una foto de lo realizado al cabo del mes para poder analizarlo, y caso de ser necesario, corregirlo de forma inmediata.

**A.J.-** Todos los departamentos deben estar vivos, ser dinámicos, porque el signo de los tiempos es el cambio y a un ritmo feroz, así que poderse adaptar, sin que el proceso se ralentice, es básico y por ello hay que tener las herramientas y la habilidad para poder dar respuesta a todas las situaciones (aseguradoras, información del propio usuario -que cada vez sabe más cosas sobre una reparación de carrocería- manos de obra). Además hay que dar una calidad que solo la pueden proponer fabricantes del sector que estén invirtiendo.

### ¿Cuál es el siguiente paso de esta colaboración Glasurit/Mont-Rec/Letamendi?

**M.B.-** Hay programada una visita a la fábrica de Guadalajara, (por supuesto nos gustaría recibir a Esteban para que nos conozca), tanto de Enrique como de los pintores (que asistirán a un programa de cursos) porque pese a que han estado los técnicos allí, es importante para realizar la integración total.

**A.J.-** Como desde Mont-Rec visitamos periódicamente a Letamendi y tomamos nota de las inquietudes, iremos exponiéndolas a Glasurit para buscar soluciones conjuntamente. Este es un proyecto vivo, ágil y rápido para ir respondiendo a lo que se necesite. ◀

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

## LETAMENDI

Esta es una compañía que nació hace 44 años en Barcelona. Su nombre proviene de la primera ubicación, de la que se trasladaron a la actual hace ya unos 35, con 5.000 m2 en tres niveles (planta y dos subterráneos). Su gerente es un hombre joven, que empezó hace 10 años en el departamento financiero de otra concesión que cerró y entró en el Departamento de Administración de la actual firma en la que trabaja que, al poco tiempo, dirigía, ya que la anterior gerencia (el propietario) no podía dedicar el 100% de su tiempo al negocio. Desde 2003, al convertirse en *Servicio Oficial* de las tres marcas del *Grupo VW*, la orientación de la concesión se dirige hacia la posventa casi en su totalidad (disponen de una zona de exposición con vehículos para su venta, pero que trabajan de forma mucho más cómoda para su cuenta de explotación), y sus intervenciones se realizan tanto en mecánica (rápida y pesada) como en plancha y pintura. Este último apartado son 400m2 de sección de pintura y 350 m2 de plancha, disponiendo de una cabina de pintura, minibancada, elevador y plano aspirante; dos pintores, en dos turnos, y un operario de enlace entre ambos, para agilizar los procesos, un pintor-preparador -que deja los trabajos como si él mismo los tuviera que pintar- un carrocerero, un pintor-planchista -realiza plancha rápida y llega hasta el proceso de fondeado- y un mecánico para plancha; dos juegos completos de pistolas DeVilbiss y un juego completo de Sagola; equipos, utillajes y secado específicos para reparación de parachoques; Box de Glasurit, equipo completo de balanza y ordenador con el programa Glasmontrec y el ProfitManagerPro, y el software en entorno web de gestión de kpi's (GlasurMIT); el 95% de los vehículos que reparan vienen a través de las compañías de seguros; esperan aumentar la plantilla a finales de este año. En la parte administrativa disponen de una persona que se encarga de peritar (tiene titulación de perito), cerrar la facturación y organizar las tareas y seguimientos de las mismas tanto interna como de cara a los clientes. Han creado una nueva línea de negocio denominada **Letamendi Express**, también en el casco urbano, de 500 m2, la que se hallan promocionando en la actualidad donde atienden reparaciones con un nivel más ágil de intervención y otros estándares, distintos a los de un servicio oficial. ◀

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



# Curso **on line** de

# Organización del Taller

## Dirigido a:

Propietarios, gerentes, directores de postventa, jefes de taller y jefes de sección.

## Objetivos:

- Mejorar los recursos del taller de carrocería y pintura e incrementar su rentabilidad.
- Garantizar que el taller de carrocería se adapte a los nuevos procesos de reparación y sistemas de gestión económica.
- Integrar a todos los miembros de la empresa en torno a objetivos comunes.
- Mejorar la distribución de los espacios, los flujos de trabajo y el equipamiento.

## Contenidos:

- Distribución del taller y criterios de implantación.
- Áreas operativas del taller.
- Movilización de equipos.
- Gestión.

**75 horas lectivas**  
(tres meses)

 **CESVIMAP**

Jorge de Santayana 18 - 05004 Ávila  
Telf.: 920 206 300 • Fax: 920 206 319  
cursos@cesvimap.com  
www.cesvimap.com • www.cpfol.com



**cpfol**



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

TAMBIÉN HA ABIERTO UN NUEVO CENTRO DE FORMACIÓN EN ESPAÑA

## TOYOTA, EN PLENA CAMPAÑA POSVENTA

→ Durante estos días **Toyota España** tiene en marcha la **Campaña Posventa de Invierno y Pre Semana Santa**. A través de ella, ofrece **revisiones gratuitas de veinte puntos del vehículo claves en la conducción invernal** (escobillas, neumáticos, frenos, amortiguadores, etc.) y facilidades de financiación en operaciones de mantenimiento o reparación igual o superiores a 200 euros. A través de **Toyota Financial Services** pueden financiar el coste a seis meses sin intereses hasta el 30 de abril. Otra iniciativa ligada a esta promoción es el sorteo de una consola PSP entre los clientes que participen en un juego de conducción invernal interactivo creado para la promoción.

La firma nipona está de actualidad porque hace pocos días también inauguró su nuevo **Centro de Formación** en la localidad madrileña de **San Agustín de Guadalix**. Estas instalaciones cuentan con una superficie construida de más de 900 metros cuadrados repartidos en dos plantas con sendos almacenes anexos de 50 metros cuadrados cada uno. Mención especial merece su equipamiento, las tres aulas de formación práctica se dotan de elevadores, equipo de alineación, una línea completa de extracción de gases y hasta simuladores parciales y completos que permiten reproducir el funcionamiento de los modelos Toyota y Lexus, piezas seleccionadas, maquetas, equipos de diagnóstico



**63 Noticias:** Toyota, Peugeot, Volkswagen, SEAT

**64 Actualidad:** Toyota inaugura su nuevo Centro Logístico de Recambios en Illescas (Toledo)

**65 Actualidad:** Barcelona acogió la presentación internacional de la nueva Clase E de Mercedes-Benz

**66 Contacto:** Škoda Rapid 1.4 TSI 122 CV DSG y Kia Cee'd GDI 135 CV

LA MARCA DEL LEÓN TAMBIÉN HA LANZADO UN SEGURO DE AVERÍAS GRAVES

## REVISIONES A PRECIOS ESPECIALES EN PEUGEOT

→ El área de posventa de **Peugeot** ha lanzado una nueva idea para fidelizar a sus clientes. **Peugeot Tranquilidad** es el nombre del nuevo **seguro de averías graves** que ofrece la marca francesa a los vehículos particulares de entre dos y siete años de antigüedad. Para impulsar este lanzamiento, ha puesto en marcha una promoción a través de la cual regala un año de este seguro a todos los clientes que lleven a cabo esta revisión.

Esta **campana** va ligada a otra, **de invierno**, consisten en una **revisión** del vehículo, que incluye el cambio de aceite y filtro, por solo **110 euros**. Esta campaña se está realizando en todos los Servicios Oficiales Peugeot.

La apuesta de Peugeot por la posventa es clara y decidida. Prueba de ello son los precios ajustados y cerrados de sus revisiones o propuestas de servicios complementarios como el seguro de averías graves, que garantiza a sus clientes una mayor tranquilidad ante la posibilidad de que se produzca un problema importante en el vehículo en un contexto económico tan difícil como el actual. **C**

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



así como una amplia gama de componentes y recambios. Toyota España tiene previsto impartir una media de 85 cursos anuales sobre las áreas comercial, técnica y habilidades y formar a unos 800 alumnos en estas instalaciones. **C**  
[www.toyota.es](http://www.toyota.es)

CON LA AMPLIA COLECCIÓN DE ACCESORIOS PARA EL COMPACTO ALEMÁN

## EL NUEVO GOLF, AL GUSTO DE SU PROPIETARIO

→ **Volkswagen** ha presentado recientemente la nueva **colección de accesorios** para la séptima generación del **Golf**. Y ésta es muy amplia al incluir los siguientes artículos: sistema de sonido **Plug&Play**, alfombrillas textiles delante y detrás en negro y con inscripción **Premium**, listón de acceso en acero inoxidable para las cuatro puertas, alerón de bordes de techo, umbrales laterales, alerón delantero, faldón trasero, porta-

cargas básico con ranura en T, portabicicletas para el dispositivo de remolque para dos bicicletas, batería portátil de reserva para móviles, reloj de pulsera LED o un brazalete de mujer trenzado disponible en colores antracita o beige.

Toda esta gama de accesorios cuenta con la garantía de Volkswagen Accesorios Originales y dentro de ella se espera que tengan especial aceptación el portabicicletas, por su practicidad o el equipo de sonido **Plug&Play**, por sus prestaciones. **C**

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



La **fábrica de SEAT en Martorell (Barcelona)** ha cumplido **20 años**. Inaugurada el 22 de febrero de 1993, en ella se han fabricado modelos como la segunda generación del Ibiza y el Córdoba, la primera generación del Toledo, la furgoneta Inca, el Arosa, el Altea o el Exeo. Actualmente se están produciendo las tres versiones del Ibiza, el nuevo León, la familia completa del Altea, el Exeo, el Exeo ST y el Audi Q3 ya que también fabrica modelos de otras marcas del **Grupo Volkswagen**. La presencia de esta planta ha generado mucha actividad a la **industria auxiliar** de la zona. El **60 por ciento de los proveedores** de la planta son **españoles** con todo lo que ello significa: creación de puestos de trabajo, tejido industrial, desarrollo económico y social, etc. **C**  
[www.seat.es](http://www.seat.es)

DUPLICA LA CAPACIDAD DEL ANTERIOR CON UN 97% DE DISPONIBILIDAD DE SUS REFERENCIAS



## Nuevo centro logístico de recambios de Toyota en Toledo

Toyota Motor Europe (TME) celebró el pasado 31 de enero la ceremonia de inauguración oficial de su nuevo centro logístico de recambios y accesorios en Illescas (Toledo).

➔ **Toyota Motor Europe (TME)** ha invertido un total de 23,2 millones de euros en la construcción de este nuevo centro, más grande, y nueva ubicación de Toyota Parts Centre España (TPCES). El nuevo centro de 19.600 m<sup>2</sup> mejora el suministro de recambios y accesorios Toyota en España..

Asistieron a la inauguración autoridades estatales y locales, destacando la presencia de **María Dolores de Cospedal**, Presidenta de la Junta de Comunidades de Castilla-la Mancha y **José Manuel Soría**, Ministro de Industria, Energía y Turismo. Toyota estuvo representada por **Didier Leroy**, Presidente y Consejero Delegado de TME y **Jacques Pieraerts**, Presidente y Consejero Delegado de Toyota España.



### Inversión que apuesta por España

El nuevo almacén de repuestos en Illescas, a 40 kilómetros al sur de Madrid, en Castilla-La Mancha, se ha construido en un terreno de 48.800 m<sup>2</sup> adquirido por Toyota Motor Europe para desarrollar un centro de distribución de recambios y accesorios más grande, seguro y eficiente para los concesionarios españoles. El abanico de referencias que se suministran actualmente ha ascendido a 52.500, frente a las 44.500 del Centro anterior, situado en San Agustín de Guadalix, al norte de Madrid. "Es para mí un motivo de gran orgullo representar hoy a Toyota para celebrar la culminación de este gran proyecto de expansión. Es una noticia muy positiva para España y para Castilla-La Mancha", dijo Didier Leroy. *"Esta inversión resalta nuestra apuesta por el mercado Europeo y por España en particular. El nuevo centro de recambios inaugurado oficialmente hoy es una piedra angular para prestar un mejor servicio a nuestros clientes mejorando nuestra competitividad en el mercado español"*.

### Mayor eficiencia en entregas

Gracias a esta nueva inversión, también se ha mejorado aún más el plazo de entrega de recambios y accesorios Toyota en España. Ahora, el 97% de los recambios y accesorios estarán disponibles para su entrega inmediata cuando sean solicitados, lo que



Autoridades estatales, locales junto a la alta dirección de Toyota Europa y Toyota España

Las instalaciones de 16.600 m<sup>2</sup> han supuesto una inversión para ser más eficientes con las referencias que se suministran actualmente, 52.500, y que estarán disponibles para su entrega inmediata en un 97%.

garantiza que los concesionarios españoles puedan prestar un servicio de primer nivel a sus clientes. Con el proyecto de expansión y traslado, la plantilla directa de TPCES en Illescas también ha crecido un 17%, hasta 35 empleados.

### Instalaciones "verdes"

Como parte de la continua labor de Toyota para reducir al mínimo el impacto medioambiental de sus operaciones y reforzar su liderazgo en esta área, las nuevas instalaciones han sido diseñadas, construidas y operan con alternativas 'verdes', el máximo nivel de sostenibilidad de todos los Centros Logísticos de Recambios Europeos. La seguridad ha sido otro factor clave desde el inicio del diseño del centro, con un objetivo de cero accidentes.

### Toyota España, hoy

Toyota España (TES) distribuye, comercializa y da servicio Posventa a los vehículos de las marcas Toyota y Lexus, desde su sede central en Alcobendas (Madrid), contando con una red de 79 concesionarios Toyota, presentes en 171 puntos de venta Toyota y 177 puntos de asistencia Toyota. La distribución de vehículos se realiza desde el Centro logístico de Sagunto (Valencia) y la de recambios desde el Almacén central de Illescas (Toledo). En 2012, Toyota vendió en España 36.034 vehículos Toyota y 2.000 Lexus, con una cuota de mercado conjunta del 5,6%, un 0,3% más que el año anterior. El 22% de los vehículos Toyota y el 80% de los Lexus vendidos en el mercado son híbridos, y el 75% de los vehículos Toyota vendidos han sido fabricados en Europa. 

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

El nuevo Mercedes Clase E puede tener un aspecto más deportivo si se elige la variante *Avantgarde*.



## PRESENTADA EN BARCELONA LA NUEVA CLASE E DE MERCEDES-BENZ

Mercedes-Benz quiere mantener a raya a la feroz competencia, que la tiene en su propio país, y para ello está llevando a cabo una amplia y extensa renovación de su gama. Ahora le ha tocado el turno a su berlina de mayor lujo y distinción, la Clase E. Diseño más atrevido, nuevos motores e innovadores sistemas de asistencia a la conducción son sus grandes apuestas.

## Premium entre los premium

→ La marca de la estrella eligió Barcelona para la presentación internacional del nuevo **Clase E**, una notable renovación de la generación lanzada en 2009. Un diseño más moderno, nuevos motores más eficientes entre los que se incluye una variante híbrida y dispositivos de asistencia a la conducción como el Collision Prevention Assist, el DISTRONIC Plus o el servofreno de emergencia *Bas Plus* serán las armas para mantener su hegemonía como vehículo de lujo y de representación al más alto nivel. Y es que la seguridad, el confort y el espacio al máximo nivel ya se le presuponen.



Las ópticas traseras y los paragolpes son nuevos. La zaga es ahora más robusta.

### Dos frontales a elegir

Una particularidad del nuevo Clase E de **Mercedes-Benz** es que permite al comprador escoger entre **dos configuraciones de frontal diferentes**. La versión más clásica, enmarcada en la línea de equipamiento *Elegance* recurre al radiador clásico tridimensional de las berlinas de la marca, con tres lamas y la estrella de Mercedes sobre el capó. La otra variante es la *Avantgarde*, su frontal es mucho más deportivo y la estrella está integrada en la parte central. El nuevo Clase E mide 4,88 metros de largo por 1,85 de ancho por lo que no hay problemas de espacio aunque cuatro es el número ideal de pasajeros por el diseño de la plaza central. Para los que quieran más espacio y, sobre todo, más maletero, está la variante familiar *Estate*. Exteriormente, los cambios son más notables que en el interior, que es más continuista.

### Tecnología a raudales

En materia de **motores de gasolina**, el Clase E puede montar un nuevo propulsor perteneciente a la familia *BlueDirect* que técnicamente es innovador ya que combina el procedimiento de combustión con mezcla pobre con la sobrealimentación por turbocompresor y una recirculación de gases de escape externa de alta presión. El resultado es un consumo de combustible muy contenido, solo 5,8 l/100 km en ci-

clo combinado. Otra novedad técnica de este cuatro cilindros es que monta el primer sistema de equilibrado de masas para un motor de gasolina equipado con rodamientos y una bomba de agua conmutable. La familia **diésel** la conforman los de seis cilindros *BlueTec* con tecnología SCR (reducción catalítica selectiva) que les permite cumplir con la norma Euro 6. El capítulo de motores se completa con la llegada de un **sistema de propulsión híbrido** que combina un motor diésel de 204 CV con un motor eléctrico de 27. Es la variante *E 300 BlueTec Hybrid* y consume 4,1 l/100 km y solo genera 107 gramos de CO<sub>2</sub> por kilómetro recorrido.

El nuevo Clase A proporciona al conductor numerosos e inéditos **sistemas de asistencia al conductor**. El punto de partida de estos sistemas es la combinación de nuevos sensores con tecnología avanzada y los algoritmos de cálculo correspondientes así como la incorporación de elementos como la cámara estereoscópica multiuso o la versión mejorada de los sensores de radar. La combinación e integración de estas tecnologías da lugar a sistemas de asistencia como el *Collision Prevention Assist*, el *Attention Assist*, el *DISTRONIC Plus* o el *Bas Plus*. El *Collision Prevention Assist* es un dispositivo de advertencia de colisión basado en un radar con servofreno de emergencia que reduce el riesgo de sufrir accidentes por alcance. El *Attention Assist* advierte al conductor cuando le detecta síntomas de cansancio y falta de

atención. El *DISTRONIC Plus* con servodirección inteligente ayuda al conductor a mantener el vehículo en su carril y permite una conducción semiautomática en retenciones y el servofreno de emergencia *Bas Plus* con asistente para cruces puede reconocer por primera vez vehículos y peatones que se mueven en dirección transversal en aras de reforzar la acción de frenado del conductor. Otros sistemas de asistencia con los que se puede equipar el Clase E es el freno *Pre-Safe*, el *Pre-Safe Plus*, el detector activo de cambio de carril, las luces de carretera automáticas, el sistema de ayuda al aparcamiento o el reconocimiento automático de las señales de tráfico.

La gama Clase E es muy amplia permitiendo elegir entre doce variantes gasolina (cambio automático y manual, tracción trasera y total y horquilla de potencia entre 184 y 585 CV), siete diésel (cambio automático y manual, tracción trasera y total y potencias de entre 136 y 252 CV) y una híbrida de tracción trasera y 230 CV. Por último, apuntar que por primera vez habrá **versiones AMG** en el Clase E. Estas variantes más deportivas se presentan con tracción total y dos niveles de potencia, **557 y 585 CV**. Tuvimos ocasión de probar esta última y quedamos fascinados por las sensaciones que transmite en términos de fuerza, empuje y plenitud. Vamos, que es más para circuitos que para carreteras abiertas al tráfico. 

[www.mercedes-benz.es](http://www.mercedes-benz.es)



El interior es típicamente Mercedes: un perfecto acabado y materiales de la más alta calidad.



## EL ŠKODA RAPID OFRECE ESPACIO A BUEN PRECIO Baja el metro cuadrado

➔ Salvando las distancias, con los coches está pasando como con los pisos, está bajando el metro cuadrado. Y es que varias marcas están lanzando al mercado coches de tres cuerpos, notable tamaño (por encima de los 4,45 metros) y con maleteros en torno a los 500 litros a precios asequibles. Ejemplos de ello son el Citroën Elysee, el SEAT Toledo, el recientemente renovado Fiat Línea o el que nos ocupa, el **Škoda Rapid**. No nos sorprende que la marca checa proponga un coche espacioso. Todo lo que tienen sus diseños de discretos lo tienen de prácticos y el Rapid no es una excepción. Sus 4,48 metros de largo y 1,70 de ancho se traducen en un buen espacio, tanto delante como detrás, destacando en espacio para las piernas y en altura, no tanto en anchura. El maletero es *made in Škoda*, es decir, muy grande, nada menos que 530 litros y con una boca de carga voraz ya que emplea un portón el lugar de una tapa a pesar de tratarse de un vehículo de tres cuerpos. En definitiva, por tamaño y espacio, estamos ante un vehículo más que capaz para una familia media de cuatro miembros.

El espacio es su gran virtud y seña de identidad junto con el precio. La tarifa del Rapid es ajustada, la versión de acceso no llega a los 14.000 euros y la tope de gama, la 1.4 TSI 122 CV DSG *Elegance*, supera por poco los 20.500 euros. Además, Škoda ha mejorado la relación precio-equipamiento; el Rapid cuenta de serie con todo lo imprescindible (aire acondicionado, seis airbags, etc.) y la dotación mejora de forma proporcional en las variantes más caras (ordenador de a bordo, mandos en el volante, climatizador, retrovisores exteriores térmicos...). Probamos la variante 1.4 TSI de 122 CV con cambio DSG y nos causó una grata impresión. Efectivamente, es un coche muy espacioso y confortable, es fácil de conseguir una cómoda postura al volante y de conducir porque tiene un comportamiento muy noble aunque claramente orientado al confort. La visibilidad es buena desde todos los ángulos, la dirección tiene un buen tacto, el cambio DSG es rápido y el motor, suficiente para una conducción tranquila. Además,



como prescinde de pantallas táctiles multifunción, complejos ordenadores de a bordo o excesivos botones, la sencillez es otra de sus virtudes. Y es que con el Rapid, Škoda lo vuelve a bordar en términos de practicidad. **C**

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

## EL KIA CEE'D LO TIENE TODO PARA TRIUNFAR, HASTA UNA ESTÉTICA LLAMATIVA

### Eficacia probada



nimo, no dejará indiferente a sus potenciales compradores. Y con el aval de que mantiene sus puntos fuertes. Constatamos que su estampa es ahora más llamativa. Delante, con un agresivo frontal con unos faros que se adentran en los extremos del capó y una prolongada línea descendente que va del techo al parachoques y que le da un efecto muy aerodinámico. Detrás, con más chapa que le aporta sensación de robustez. Una vez dentro, ofrece uno de los habitáculos mejor aprovechados de su categoría y un maletero por encima de la media con 380 litros aunque con una boca de carga más



➔ Hasta la llegada de esta última generación lanzada en abril de 2012, el compacto **Cee'd** de **Kia** tenía un amplio elenco de virtudes: espacio, unos acabados de calidad, un correcto equipamiento, versátiles motores, una óptima relación calidad-precio, etc. Sin embargo, y en especial la variante de cinco puertas, carecía de carisma, fruto de una imagen demasiado discreta, que ha lastrado el nivel de ventas que por las virtudes mencionadas debería haber obtenido. La marca coreana ha aprendido la lección y ha dotado al nuevo Cee'd de una estética más deportiva y rompedora que, como mi-

pequeña y menos práctica que la de su predecesor. Bien acabado, el nuevo Cee'd sigue empleando materiales de buena calidad cuyo tacto es más bien suave pero satisfactorio. Lo mismo podemos decir de la postura de conducción, fácil de encontrar para conductores de todas las tallas. El cambio manual es preciso y la dirección puede resultar demasiado blanda en circulación por ciudad, al hilo de la prioridad a la suavidad que le ha dado Kia a este Cee'd. Lo más decepcionante de la versión probada fue su moderno motor 1.6 GDI de inyección directa y 135 CV. Esta es la cifra oficial pero, por la lentitud de sus

recuperaciones y sensación de poca aceleración, parece que sean menos los que entrega. **C**

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

# MUCHO MÁS QUE UN FILTRO



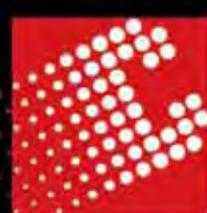
[www.clean.it](http://www.clean.it)  
[www.italians-doitbetter.com](http://www.italians-doitbetter.com)



- Fabricando filtros desde 1951, más de 60 años de experiencia.
- Cada filtro es fruto del trabajo de todo un equipo, que garantiza un producto de alta calidad.
- Nuestro compromiso constante nos permite ofrecer un producto fiable y garantizado, que satisface las exigencias del primer equipo, del recambio original y de los profesionales del recambio multimarca del automóvil.



Engineered & Made in Italy

 **clean**  
filters®

Value for Your Business

**Dayco.**  
The original **power** in motion



**DAYCO**<sup>®</sup>

MARKIV  
Automotive

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

®