

# 356

abril 2013

www.mryt.es



## ESPECIAL RESUMEN:

**MOTORTEC  
AUTOMECHANIKA  
IBÉRICA 2013**

Todo sobre la feria de la posventa celebrada en Madrid

IRIDIUM  
NGK  
PLATINIUM  
SPARK  
PLUG  
(IRIDIUM  
MAR10A)  
PLATINIUM  
LASER  
NGK  
IRIDIUM  
MAR9B-JDs  
PLATINIUM V  
RACING  
IRIDIUM IX  
SPARK PLUG  
LMAR9AI-8  
RACING  
PLATINIUM  
COMPETICION  
IMR9C-9k  
BUJIAS  
IRIDIUM  
NGK  
RACING

# LA BUJIA N° EN EL MUNDO

# Bujías

Mercado, visita, gama

NGK es Equipo Original en:

- Alfa Romeo · Aston Martin · Audi · Bentley · BMW · Bugatti
- Chrysler · Citroën · Daewoo · Daihatsu · Ferrari · Fiat · Ford
- General Motors · Honda · Hyundai · Isuzu · Jaguar · Kawasaki · Kia
- KTM · Lancia · Land Rover · Lexus · Mazda · Mercedes-Benz · Mitsubishi
- Nissan · Opel · Peugeot · Porsche · Renault · Rolls-Royce · Saab · Seat
- Škoda · Smart · Subaru · Suzuki · Toyota · Volkswagen · Volvo · Yamaha



### SUPLEMENTOS



### ADEMÁS

**Yuasa Battery Iberia celebra sus 10 años en España**  
**Sogefi Group, resultados muy interesantes**  
**Autopromotec, 25 años de una feria que sigue creciendo**



# autopromotec

*Homo faber fortunae suae*

25° Fiera Bienal Internazionale de los Equipos y del Aftermarket Automovilístico

BOLONIA, ITALIA 22-26 MAYO 2013



Promotec S.r.l.  
Tel. +39 051.6424000  
Fax +39 051.733008  
info@autopromotec.it

Página interactiva: descarga la app de Autopromotec, apunta a la imagen y accede a los contenidos aumentados



 Bologna Fiere

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



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

**MAQUETACIÓN Y DISEÑO**

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.**

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

abril 2013

## Movimientos que se demuestran andando

Ya se sabe que la primavera es una época activa donde las haya en nuestra posventa.

Tradicionalmente, con el calorcito, empieza la actividad de las compañías, que se desperezan (algo más lentamente que en otras épocas, todo hay que decirlo) del letargo del invierno. Eso sí, a efectos externos, porque en interno se trabaja mucho y seguido. Mucho más y mucho más seguido, diríamos (que hay que hacer tres veces más acciones que antes para conseguir los mismos resultados).

La cuestión es que con la primavera al sector le salen los brotes. Verdes.

Y se inician las reuniones, los Congresos, las Jornadas, y los salones.

En este ejemplar encontrarán el resumen de los que fue la reunión "per se" de este año en nuestro país: Motortec A.I., que cumplió, a nuestro entender (y al de muchos de los que allí fueron exponiendo o visitando). Un salón que tiene ahora ante sí, con su nueva directiva, el reto de convencer al sector de que esa empatía que se demostró está intacta, de que el evento tiene su lugar en el mundo (de la posventa) y que hay que seguir apostando por él.

Ahora, el siguiente movimiento ferial se juega en Italia. Y allí estaremos para darles nuestra visión del tema a partir de nuestra experiencia directa. De ello les hablamos en este mismo número.

Mientras, se están fraguando multitud de acciones expositoras con carácter más reducido, de las que les daremos cuenta en los siguientes números. Encontrarán también el Especial Bujías, un mercado también en movimiento.

Les emplazamos pues, hay mucho que contarles al respecto.





# sumario 356

**Abril 2013**



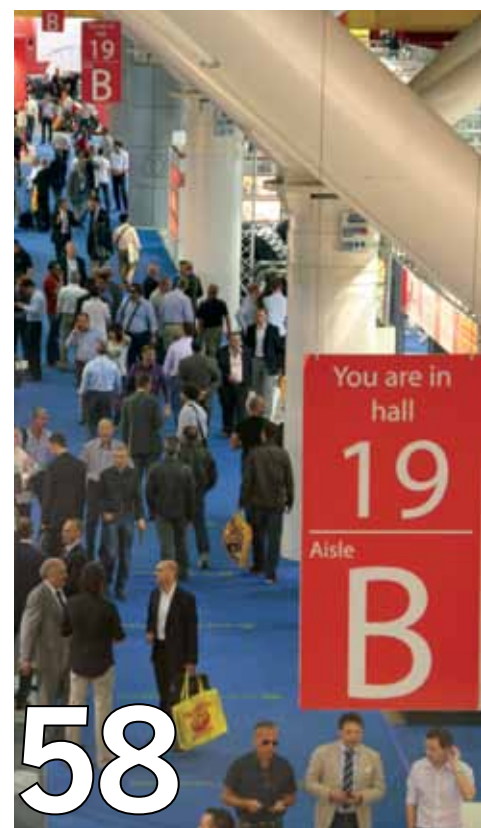
## (a) Actualidad

- 05 NOTICIAS**  
Nuestra selección de primavera de las noticias sectoriales. Mucho más en [www.mryt.es](http://www.mryt.es)
- 08 EVENTOS**  
**Una buena feria**  
Resumen de Motortec Automechanika Ibérica 2013.
- 34 EVENTOS**  
**Por todo lo alto**  
Yuasa Battery Iberia celebró su 10º aniversario en Madrid.
- 57 FABRICANTES**  
**En podio**  
Los datos de mercado de Sogefi Group les sitúan en el podio del mercado.
- 58 EVENTOS**  
**25 Aniversario**  
Autopromotec 2013, calienta motores para una nueva edición.



## (t) TEMA DEL MES

- 35 MERCADO**  
**Un mercado en movimiento**  
La posventa de bujías de encendido e incandescencia.
- 38 FABRICANTES**  
**Las caras del éxito de NGK**  
El equipo de la firma cohesionado, motivado y base sólida para el desarrollo de los resultados.
- 41 FABRICANTES**  
**El encendido también es cosa de Denso**  
Denso Aftermarket Iberia incorpora nuevos productos a su cartera.



## Suplementos





Se celebrará en Valencia del 5 al 7 de junio en Valencia

## El XXVI Congreso de ANCERA: con nueva imagen

**ANCERA**, la patronal de la distribución de nuestro país ya tiene lista la imagen para el **XXVI Congreso** que celebra anualmente y que este 2013 tendrá lugar del 5 al 7 de junio en el **Gran Hotel Balneario Las Arenas** de Valencia.

La imagen del evento, muy limpia en la que un micrófono toma protagonismo, responde al lema **"ANCERA en vivo"**, que hace referencia al concepto de posventa absolutamente en directo, en la que se tiene acceso a lo último del sector.

Pero no es solo la imagen del Congreso lo que se desvela, sino que incorpora el nuevo logotipo de la asociación, puesto que esta será una reunión en el que se dará a conocer el cambio radical de la imagen y los mensajes de la patronal de cara al futuro, dándose a conocer los nuevos slogans que se irán lanzando a partir de ahora.

Debido al éxito de las anteriores ocasiones, el miércoles 5 por la tarde se ha organizado de nuevo un **partido de fútbol triangular** entre todos aquellos que quieran pasar un rato divertido.

La jornada del Congreso como tal, comenzará el jueves 6 por la mañana. En el transcurso de uno de los eventos anuales de referencia para el sector, se darán a conocer **tres nuevos proyectos** para la distribución, en un ambiente que se pretende que sea fresco y creativo, con algunas sorpresas.

Una **mesa de debate** de profesionales presentará 4-5 temas como expertos, y en la sala la figura de los "sabios" en ese tema plantearán cuestiones sobre los mismos.

Durante los espacios del café, almuerzo y cena de clausura, en la que se entregarán las **insignias de oro de ANCERA**, se tendrá ocasión de interactuar con los miembros más relevantes del aftermarket español. ●

www.ancera.org



Operan en 2.0 desde 2010

## Recambios Frain estrenan nueva web

Este mes de abril, **Recambios Frain**, estrenaba una nueva web.

Se trata de un cambio que hace del site de los recambistas, que ya operaban por completo en 2.0 desde hace dos años, un espacio más atractivo y dinámico.

En la nueva página web se pueden conocer los productos y novedades que ofrecen a sus clientes, así como el espacio conocido como "Contacto" pero que ahora figura bajo el encabezamiento de "Equipo" en el que se da a conocer a todo el personal por divisiones.

La web cuenta con el aparatado de proveedores, productos y la tienda on line.

Además, se dispone de un apartado de noticias donde se dan a conocer informaciones relevantes para los clientes como los servicios creados (las tarjetas de identificación de los clientes, que suponen acceso a descuentos), las actualizaciones de software, o las distribuciones de producto, como la exclusiva para Galicia del neumático **Mitas** una marca que inició su actividad en 1933 como fabricantes para Michelin (de ahí su nombre **Michelin Veritas**), que en 1947 se establecen como marca propia, con la extensión a nivel mundial en 1997, adquiriendo, en 2004 la división de neumático agrícola de Continental. **Recambios FRAIN** fue creada en 1992 por **Francisco Dorado** con una experiencia de mas de 35 años en el sector, ya que desde 1975 regentaba otra empresa de iguales características, dispone de un stock que ocupa 15.000 m<sup>2</sup> y una marca propia, **Pezzas**. Hasta diciembre de 2012, y en lo que se refiere a su participación en el negocio Turismo, pertenecían a GECORUSA si bien en la actualidad no se plantean establecer negociaciones con estructura alguna; en cuanto a la línea de Vehículo Industrial, pertenecen a URVI, grupo que mantiene acuerdos con CECAUTO para este sector de negocio. ●

www.recambiosfrain.com



En la península, para las baterías Varta Start&Stop y Optima

## Daisa propone un servicio de suministro urgente 24h

Distribuidora de Acumuladores Importados, **DAISA** dispone de un catálogo amplísimo con las baterías de automoción Varta, las baterías **Óptima** y las **Fórmula Star**.

Para facilitar la comercialización ágil, DAISA presenta a sus clientes un nuevo servicio de entrega urgente en la península; por el mismo, y en 24h, se pueden recibir los pedidos de baterías Varta Start&Stop y Optima, algo muy interesante a la hora de evitar el estocaje de productos con demanda limitada, aunque muy creciente en el tiempo.

Así mismo, en su última Tarifa, informaba a sus clientes del sistema de facturación desglosada, que refiere la separación entre los importes de Precio Base y de Ajuste de Materia Prima. El Ajuste de Materia Prima es una parte del precio que está vinculada al coste del plomo, un concepto muy volátil y cambiante, que se modifica con mucha frecuencia, suponiendo un concepto importante a la hora de calcular el coste de producción de las baterías. Desde Daisa se informa a los clientes de que este precio puede modificarse mensualmente, si la fluctuación de la cotización del plomo lo justifica.

Este precio no se ve alterado por descuentos, ráppeles ni bonificaciones comerciales, financieras o logísticas, unas modificaciones que sí pueden aplicarse al Precio Base.

Según Miguel Timmermans, director comercial de DAISA *"la implantación de este sistema supone un sistema integral de comercialización, en el que la venta de la batería nueva y la recogida usada sean las dos caras de una misma moneda o partes más vinculadas de un mismo negocio"*. ●

www.daisabaterias.es



Especialistas en **filtración y térmico**

# imprefil



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

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

imprefil@imprefil.com • www.imprefil.com



Aunque menor que otros ejercicios, el referente es respecto al mismo período de 2012, el peor año de la crisis


## La demanda en los talleres cae más de un 2% en el primer trimestre de 2013, según CONEPA

El sector de la reparación y mantenimiento de vehículos vuelve a cerrar con tendencia negativa el primer trimestre del año, contabilizando un descenso de la demanda de más del 2 por ciento en relación a los tres primeros meses de 2012, según datos de la Federación Española de Empresarios Profesionales de Automoción, CONEPA.

La entidad alerta de que, aunque la citada cifra supone una caída porcentual menor con respecto a anteriores ejercicios (a estas mismas alturas, el año pasado se reportaba un descenso de casi el 4 por ciento sobre el mismo período de 2011), es importante señalar que la referencia (2012) constituye el peor ejercicio desde que se iniciara una crisis que ha hecho perder a los reparadores más de un 20 por ciento de su actividad. CONEPA diferencia el previsible comportamiento de enero y febrero frente al registrado en marzo. En los dos primeros meses del año la evolución de la demanda se compensó: enero marcó un comienzo de año sensiblemente mejor que en 2012, con una subida de casi el 5 por ciento en la actividad. En febrero, ésta se contrajo algo más de un 4 por ciento. El cómputo de los dos primeros meses del año arrojó un resultado positivo de en torno a seis décimas con respecto a enero-febrero de 2012.

La gran sorpresa para los talleres llegó en marzo, un mes tradicionalmente favorable para el sector de la reparación y el mantenimiento de automóviles. Quizá por las adelantadas fechas de celebración de la Semana Santa, que restó días laborables al período analizado, los talleres reportan una caída superior al 3 por ciento. La evolución global de la demanda en 2013 resulta similar en todo el territorio nacional. Tampoco se producen diferencias sustanciales en cuanto a la trayectoria de las distintas especialidades: Las empresas de electromecánica continúan siendo las que mejor soportan este difícil momento, con la excepción de los especialistas centrados en mecánica rápida, mucho más afectados por los problemas económicos de los consumidores. Se agrava la situación de los talleres de carrocería que soportan las consecuencias de la crisis de una doble manera: menos reparaciones por el descenso de la siniestralidad y del número de pólizas de todo riesgo en el mercado, y grandes presiones por parte de las compañías de seguros para abaratar los costes de las reparaciones realizadas a su cuenta. Además, aumentan los plazos de pago de las aseguradoras a los talleres. Si en los últimos dos años los talleres se venían quejando de la multiplicación de presupuestos que no se concretaban en operaciones, ahora la preocupación de los empresarios del sector aumenta también por los problemas de cobro. Una vez realizadas las reparaciones, las empresas del sector se encuentran con presiones de los usuarios para pagar de manera fraccionada las facturas o retrasar el abono de las mismas.

La economía sumergida en el sector continúa siendo motivo de preocupación, aunque CONEPA considera que se han conseguido avances tanto por la colaboración de las Administraciones públicas competentes como por los propios usuarios, concienciados por la falta de garantías y los riesgos para la seguridad vial. En este sentido, CONEPA anima a los usuarios a comprobar la existencia de la placa oficial que deben tener todos los talleres y en la que aparece el número que avala el preceptivo registro oficial del taller. ●

 [www.conepa.org](http://www.conepa.org)

Presentación en Comvac, la feria comercial de Hanover

## MANN+HUMMEL amplía su gama de productos


MANN+HUMMEL presentó en la feria comercial Comvac, en Hanover, diversos filtros de aire, aceite y el separador de aire/aceite Starbox2.

Los filtros de aire ampliados modulares son los ENTARON XD e IQORON. ENTARON XD dispone de tamaños para caudales nominales desde 7 a 28 m<sup>3</sup>/min. En la segunda mitad de 2013 ENTARON XD también estará disponible para requerimientos de aire hasta 40 m<sup>3</sup>/min. La serie ofrece alto rendimiento para los parámetros más importantes del filtro de aire tales como espacio de instalación, eficiencia de separación, duración útil, flexibilidad, mantenimiento y economía. La familia de filtros de aire IQORON con su forma y diseño

oval, es especialmente adecuada para aplicaciones con espacio de instalación limitado. Las versiones IQORON-S, IQORON-V e IQORON abarcan caudales desde 4 a 14 m<sup>3</sup>/min. Los filtros de la serie IQORON-S están diseñados para aplicaciones en las que se exige una caída de presión mínima tales como en los compresores fijos. Consiguen la mayor relación rendimiento a tamaño para aplicaciones con elevados niveles de polvo. La serie tiene una larga duración útil conseguida mediante un separador previo con bloque multiciclónico que se drena para conseguir una eficiencia de separación previa superior al 95%.

También mostrado en la feria, el **nuevo filtro de aceite** de MANN+HUMMEL permite un cambio limpio del aceite en los compresores. El filtro de aceite está provisto de una salida de vaciado que permite la extracción controlada del aceite desde el filtro y las tuberías antes del mantenimiento. Como resultado, durante el cambio del filtro ya no fluye aceite desde el filtro y las tuberías. El filtro sustituto viene con un útil para permitir el vaciado del aceite.

Por último, se mostró la segunda generación de StarBox, el **Starbox2**. El separador aire/aceite se utiliza en aplicaciones OEM y en el de la posventa de compresores móviles y fijos para eliminar el aceite del aire comprimido. En comparación con los separadores aire/aceite convencionales, la caída de presión en el StarBox2 se ha reducido hasta un 15%, incrementando con ello la eficiencia energética. Los usuarios de compresores que utilicen Starbox2 pueden ahorrar hasta 400 euros en costes de energía a lo largo de la vida útil del elemento. El contenido de aceite residual permanece bajo, a menos de 3 mg/m<sup>3</sup>. Bajo demanda, MANN+HUMMEL ofrece a los clientes la posibilidad de diseños personalizados. ●

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

Se comentaron los resultados 2012 y se informó de los objetivos 2013

## Reunión Anual de Recambios del Olmo, miembro de Grupo Serca Automoción


El pasado sábado, 13 de abril, se celebró la reunión anual de **Recambios del Olmo** en sus instalaciones de Pedro Muñoz (Ciudad Real), con la asistencia de todos los miembros de la plantilla.

El objetivo fundamental de la reunión consistió en focalizar los resultados cualitativos de la compañía para poner en valor los esfuerzos, las inversiones, los nuevos procedimientos y los cambios efectuados en el año, con el fin de dimensionar y trazar los objetivos de 2013. En un ambiente distendido, pero de total motivación y seriedad, se expusieron los diferentes trabajos de los distintos departamentos:

- Nuevas herramientas de gestión interna para el acceso a la toma de decisiones
- Puesta en funcionamiento del nuevo y mejorado CRM comercial
- Incorporación de nuevos productos
- Inversiones en Marketing
- Nuevas filosofías de trabajo en Almacén y Logística
- Aperturas de nuevos centros
- Ampliación de rutas comerciales
- Implantación en el Call Center del nuevo programa de llamadas
- Formación externa hacia clientes
- Nuevas herramientas de atención y fidelización de clientes

Estas y otras cuestiones se debatieron con la participación de los diferentes mandos intermedios de la empresa, para conocer de primera mano, las sensaciones prácticas de la implantación de los nuevos sistemas de trabajo, con el fin último de generar si cabe mayor satisfacción en el cliente y mejor servicio.

Así Recambios del Olmo pretende mejorar el rendimiento interno, aumentar la participación de las personas que forman parte de este extraordinario equipo de trabajo y en definitiva, consolidar los valores humanos como referente empresarial para seguir progresando en futuros ejercicios. ●

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



La nueva red de concesionarios multimarca **FIXCAR**, inauguró en Madrid su primer centro en España de la mano de **Hermanos Alonso**; con 50 años de experiencia en el sector, Hermanos Alonso abre este nuevo taller adaptándose a las necesidades del conductor actual. FIXCAR es la nueva fórmula de concesionario donde el conductor puede encontrar todos los servicios y soluciones para su automóvil, disfrutando de la comodidad de tener todos los servicios en un mismo centro y la tranquilidad de disponer de profesionales que saben lo que necesita su vehículo en cada momento. ●

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



El primer filtro de habitáculo en Europa con propiedades antialérgicas

## Climfilter Supreme de Valeo, Innovación


En abril de 2013, **Valeo** lanza al mercado **ClimFilter Supreme**, el primer filtro de habitáculo en Europa destinado a la protección de los ocupantes del vehículo impidiendo la entrada al habitáculo de partículas, gases nocivos, malos olores y alérgenos respiratorios.

La contaminación, que en el interior del habitáculo puede llegar a ser cinco veces superior a la presente en el exterior del vehículo, y la constante exposición a los alérgenos puede causar alergias a cualquier edad.

Como multiespecialista en calidad del aire, Valeo ha desarrollado un exclusivo filtro de habitáculo con eficacia probada del 92% frente a los principales alérgenos presentes en Europa. ClimFilter Supreme combina las ventajas de la tecnología de carbón activo con una capa de polifenol que ayuda a capturar y neutralizar los alérgenos.

Con las 23 primeras referencias, ClimFilter Supreme cubre las aplicaciones clave del mercado europeo: Volkswagen Golf 7, 6, 5, 4; Audi A2, A3; Skoda Octavia, Superb, Fabia; Seat Alhambra, Leon; Citroën C2, C3, DS3, C4, DS4, C5; Peugeot 207, 307, 308; Renault Clio, Scenic y Megane; Fiat Grande Punto; Toyota Yaris.

Fabricado en Francia, el nuevo ClimFilter Supreme es una innovación patentada por Valeo que viene a completar la ya extensa gama ClimFilter compuesta por *ClimFilter Comfort* (tecnología de partículas) y *ClimFilter Protect* (tecnología de carbón activo). Cada una de ellas fácil de identificar a partir del código de color de la caja: verde para ClimFilter Comfort, azul para ClimFilter Protect y morado para ClimFilter Supreme. Con la referencia e imagen de producto, nombre y pictogramas específicos visibles en tres caras de la caja, el nuevo packaging facilita el trabajo en almacén (almacenamiento, picking) y tienda. ●

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

Tres versiones distintas de la pieza original pueden sustituirse por una única versión con la calidad HD que prolonga la duración

## El nuevo brazo de suspensión MEYLE-HD sustituye a tres piezas originales de BMW



**Wulf Gaertner Autoparts AG** presenta un **nuevo brazo de suspensión MEYLE-HD** para recambio de los tres nuevos modelos 5, 6 y 7 BMW; en estos vehículos termina ahora el periodo de garantía, y los brazos de suspensión originales -sobretudo- comienzan a desgastarse. Los productos MEYLE


y MEYLE-HD están en nuestro país de la mano de su filial **Meycar Automotive**. Para ayudar a los profesionales posventa (distribuidores y reparadores), los ingenieros de la compañía han desarrollado un nuevo brazo de suspensión para el BMW 5, 6 y 7, de manera que con una única versión se pueden reparar tres modelos de BMW.

Gracias a una rótula de suspensión ajustable sin escalonamiento, el brazo de suspensión HD sustituye a tres versiones distintas de la pieza original estando disponible para modelos BMW 5 (F07, F10, F11), 6 (F06, F12, F13) y 7 (F0, F02, F04). Con ello, la creciente demanda de este repuesto puede satisfacerse de forma sencilla y flexible.

A esto se suma un servicio adicional para el mecánico: no sólo la rótula dirección se ha fabricado para ser sustituida individualmente, sino que los casquillos de rodamientos reforzados también pueden sustituirse de forma individual. Para la sustitución adecuada de los casquillos de rodamientos, la compañía recomienda la herramienta 617 68 050 de su socio de cooperación SAUER Spezialwerkzeug.

Para que el brazo de suspensión HD de MEYLE dure más tiempo que la versión original, el fabricante de repuestos de Hamburgo lo ha optimizado técnicamente. Para lograr una larga vida útil, la rótula de dirección del brazo oscilante HD tiene un recubrimiento anticorrosivo de alta calidad y una cubierta esférica de plástico antiabrasivo. El brazo oscilante MEYLE-HD se fabrica con aluminio de alta calidad, para absorber todas las fuerzas que actúan entre la carrocería y las ruedas durante la conducción - incluso con estilos de conducción dinámicos, o al pasar por baches. En los soportes se utilizan rodamientos de goma maciza con sección de perfil agrandada. Las propiedades de amortiguación se adaptan a la pieza original, de modo que no se producen pérdidas de confort de conducción.

Gracias a las mejoras técnicas en comparación con la pieza original, ofrecen una garantía de cuatro años para la nueva pieza MEYLE-HD. ●

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



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

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



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

Power Transmission Group  
Our Drive – Your Success.



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

**Continental**  
**CONTITECH**



LA EDICIÓN 2013 DE MOTORTEC A.I. SIGUE SATISFACIENDO AL SECTOR

Taquillas  
Ticket Office

# Una buena feria

El acontecimiento del año de la posventa, Motortec Automechanika Ibérica, se desarrolló con dinamismo del 13 al 16 de abril.

Después de dos años hablando de la feria y de la multitud de eventos que se iban a concentrar en esas fechas, lo cierto es que estábamos ansiosos por que se abrieran sus puertas.

## Repleto de actividad

Y la maratón esperada no defraudó. Serías dificultades para repartir al equipo de nuestra editorial (con stand propio) entre los actos programados por la feria, los programados por los expositores y los que nosotros mismos nos habíamos programado.

Lo cierto es que cualquier visitante podía asistir a la exposición y tener su centro de interés en las actividades paralelas y la propia muestra. Y fueron muchos los que así o hicieron: según las cifras oficiales de la feria, un total de 41.149 profesionales visitaron los cuatro pabellones de la FERIA DE MADRID (4, 6, 8 y 10), en donde se congregó la oferta de 487 empresas, en una superficie neta de 24.527 m<sup>2</sup>. Unas cifras que suponen crecimientos, en relación con la anterior edición de 2011, del 3% en visitantes; del 10% en expositores y del 5% en superficie expositiva.

Más allá de las cifras, nuestra impresión es muy positiva; si bien los visitantes estuvieron paseando por la moqueta en oleadas (el viernes y sábado, los más concurridos), lo cierto es que la nueva orientación ferial de esta directiva ha supuesto dar con la piedra de toque para que, cada vez más, las empresas decidan a tener su propio espacio o, al menos, no faltar al evento.

Neumáticos, Carrocería, Innovación (con los premios de la Galería), Negocios, Formación, inventos... además de todas las novedades (muchas) de los stands impregnaron las jornadas.



## Presencias, regresos y primeras participaciones

Fue todo un lujo poder ver de nuevo a grandes, pequeñas y medianas compañías en los cuatro pabellones de Motortec A.I. Y asistir al regreso de empresas con enjundia suficiente para hacerlo como Varta-Daisa, Tenneco, Lizarte..., lo que ojalá redunde en una mejor edición 2015 (con más regresos de compañías cuyos colores echamos de menos...).

También muy relevante la apuesta de la Distribución. Pese a notar la ausencia de algunas compañías significativas, la asistencia de las empresas de este eslabón de la cadena que no lo habían hecho antes fue realmente relevante este año: **ADR98, Andel, Cecauto, Recalvi...**, contándose con otras ya presentes en anteriores ediciones: Grovisa, Impormovil, AZ España....

Y las Convenciones: **Bosch**, que dio el do de pecho en su vuelta a la feria con la reunión para los Bosch Car Service y **AutoFit**, la red de Impormovil, que también concitaba a su red de reparación.

Lo mejor, sin duda, fue la satisfacción generalizada (aunque también hubo quien no lo valoró positivamente, los menos, eso sí), in-

cluso entre empresarios tradicionalmente muy críticos.

## Días y noches de sector

Las jornadas en los pabellones, correteando por los pasillos y desgastando moqueta ignífuga, delatora con su polvillo blanco de lo mucho recorrido iban pasando, aunque este año como prelude de otras reuniones en diversas zonas de Madrid, para festejar y celebrar diversas cuestiones: **Lizarte** y su 40 aniversario; Yuasa 10 años en España; **Andel**, reunión de socios y proveedores; **TAB**, éxitos en un año complejo con todo el sector.

Allí nos encontramos de nuevo lo mejorcito de cada casa, copa en mano, en locales de lo más cool de Madrid...

## Internacionalización

Otro dato de la feria ha sido el refuerzo de su dimensión internacional, gracias a la intensa campaña desarrollada en los principales mercados de interés para el sector y al programa de compradores internacionales invitados por la Feria (1.001 de 51 países), un total de más de 3.000 profesionales internacionales, procedentes de 83 países.







Estos esfuerzos se han materializado en la participación como expositores de empresas de 19 países y en que el 11% de los visitantes fueran internacionales. Como Feria de referencia para la industria de componentes de automoción en la Península Ibérica, Portugal volvió a cobrar un especial protagonismo, al aportar 1.569 profesionales, lo que representa el 53% del total de visitantes internacionales. Aparte de los visitantes lusos, destacaron por su número –por este orden– los italianos, franceses, británicos y alemanes. Por lo que se refiere a Hispanoamérica los países con mayor representación de visitantes profesionales fueron México, Argentina, Colombia, Uruguay y Ecuador, y en cuanto al Norte de África y Oriente Medio, Argelia, Marruecos, Túnez y Turquía.

### Novedades en las estructuras de las empresas

Fue una feria con muchas novedades a nivel de compañía: **Denso** con toda la gama de productos posventa posventa y en un stand conjunto con **CTR**; **Magneti Marelli** y **MANN+HUMMEL IBÉRICA**, con nuevos directores generales; **bilstein group** con la presentación oficial como paraguas en el que se engloban sus marcas Premium febi y Blue Print y todo el equipo humano, reorganizado para dar mayor y mejor servicio, y muchos proyectos en su horizonte...; **Continental**, en un stand en el que se veían (casi) todas las divisiones del Grupo con sus espacios y multitudinario personal trabajando sin respiro; **Serca S'Energie** como grupo internacional; la nueva orientación de **Sanzauto**; los acuerdos de **Grovisa** en el terreno de encendido y en juntas, o los de **Hella** en pintura, frenado; **AZ España** con FTE... De todo ello les hablaremos en las siguientes páginas.

## UNA NUEVA EDICIÓN, UNA NUEVA DIRECTIVA

La próxima edición, se celebrará en IFEMA, del 11 al 14 de marzo de 2015. Pero tendrá una nueva dirección; el 19 de abril, recibíamos una carta de **Raúl Calleja** anunciando sus nuevas responsabilidades, que le alejaban (junto a **Alberto Leal**) de Motortec A.I..

Y eso era así porque **Alberto Díaz** era designado por IFEMA al frente de la organización de los salones vinculados a la industria de automoción, sector al que ha dedicado toda su trayectoria profesional, desde su incorporación a IFEMA, en 2006; ahora, asume la dirección del *Salón Internacional del Automóvil de Madrid*; el *Salón del Vehículo de Ocasión*, cuya próxima edición será del 24 de mayo al 2 de junio; la *Feria Internacional del Autobús y del Autocar*, FIAA, y el *Salón Internacional de la Seguridad Vial y el Equipamiento para Carreteras*, TRAFIC, que también se celebra en 2013, del 15 al 18 de octubre y **Motortec A. I.**

Calleja y su equipo seguirán encargándose de ferias como *Fruit Atraction*, *Matelec* o la *Semana Internacional de la Construcción*, a la que se le van a sumar cuatro más, dos de ellas centradas en el mundo del deporte, *Horeq* (equipamiento de hoteles) y *Vendibérica* (máquinas de vending).

En una carta al sector, Calleja se expresaba en estos términos: *“Ha sido todo un honor haber tenido la oportunidad de organizar la gran fiesta comercial del sector. Hemos aprendido a ser posventeros. Hemos tenido la oportunidad de disfrutar de la calidad humana de muchos profesionales. Hemos aprendido con Motortec Automechanika Ibérica la esencia del auténtico significado de una feria. Hemos disfrutado con el sector, en sus eventos, con sus alegrías, del alma posventera, y con las excelentes sensaciones que se han vivido en esta última edición, y que se seguro se volverán a vivir en la siguiente.”*



Alberto Díaz dirigirá la nueva edición de Motortec A.I. a celebrar del 11 al 14 de marzo de 2015.




De izquierda a derecha: Santiago Díez López, Director Comercial del Sector de Estaciones de Servicio y Car Wash y responsable del programa de invitados y actividades de la feria, junto a Raúl Calleja y Alberto Leal.

### Y nuevos productos, como nuestra MotoTaller

Si bien las nuevas tecnologías hacen que las novedades se lancen tan pronto se tienen, es cierto que la feria supone una puesta de largo de los mismos, incluso la plataforma de lanzamiento.

Nuevas referencias, nuevos catálogos, nuevas familias, nuevos proyectos y nuevos medios, porque nosotros también aprovechamos la feria para realizar el lanzamiento del primer número de **MotoTaller**, que tuvo una excelente acogida, como previo al baño sectorial que tuvo el siguiente número en la feria Moto Madrid. ●

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







EN EL MARCO DE LA FERIA,  
CONVENCIONES DE REDES DE TALLERES

# Reunidos en Motortec

El evento supuso una ocasión de concitar a las redes de talleres para dar a conocer novedades y planes de acción. Entre ellas, las de Robert Bosch, un despliegue importante en su regreso, y Autofit, red de Impormovil, muy asentada en nuestro país.

## Las Convenciones Bosch Service

Bosch celebró en el marco de Motortec Automechanika Ibérica 2013 sus **Convenciones Bosch Service**, que se componen del concepto de servicio completo **Bosch Car Service** y los especialistas **Bosch Diesel Center** y **Bosch Diesel Service**, y que cuenta con más de 15.000 talleres en 150 países. Celebradas por todo lo alto, en ella intervinieron destacados directivos de posventa de la firma alemana.

Mención especial merece la intervención de **Marián Luño**, la nueva directora de recambios de posventa de Robert Bosch España, la cual aprovechó el acto para presentarse en sociedad. Luño explicó que **Bosch** tuvo un **crecimiento global** en el último ejercicio de un **1,5 por ciento** gracias, sobre todo, al crecimiento que está teniendo en Asia. La **división Automotive** es clave en este resultado positivo ya que genera el **69 por ciento del total de la facturación**. Ello se debe a que está creciendo el mercado posventa como consecuencia del paulatino envejecimiento del parque que está provocando la caída de ventas de vehículos nuevos. Subrayó la extensa oferta que Bosch propone a los talleres ya que puede copar el 23 por ciento de sus necesidades de recambios. Tomó el testigo de Luño **María Dolores Vicedo**, la directora mundial de conceptos de taller Bosch, quien aportó datos de lo más interesantes. Así, pronosticó que en 2018 habrán desaparecido el 15 por ciento de los concesionarios y que también está cayendo significativamente el número de talleres independientes. Obviamente, recordó que Bosch es un socio ideal para aquellos interesados en adherirse a una red y destacó que **Bosch tiene tantos talleres como tiendas McDonalds o Vodafone**.

El director de marketing de Bosch en España y



Marián Luño, directora de recambios de posventa de Robert Bosch España.

Portugal, **Sinforiano Gallo**, centró su intervención en el contexto económico actual. Afirmó que, dentro del complejo panorama económico actual, el sector de la reparación es de los menos afectados ya que le beneficia el envejecimiento del parque, que ha pasado de una media de 7,1 años en 2007 a 8,8 años en 2012. Ello ha provocado un aumento del ratio de averías por falta de mantenimiento preventivo. Y es que, explicó Gallo, **el usuario entra menos en el taller** (1,7 veces en 2012 frente a 2,5 veces en 2007) **pero su factura media es mayor** por lo que el gasto medio es prácticamente el mismo desde 2003, año de plena bonanza económica.

**Juan Carlos Alcaide**, experto en marketing, lanzó un mensaje muy claro: **la marca es importante pero más importante aún es la relación personal con el cliente**.

Se habló también de la App **"Bosch Car Service Racing"** para smartphones que tiene integrada una búsqueda de talleres de la red Bosch Car Service, ofreciendo muchas opciones de conducción virtual bajo condiciones reales de carreras de coches.

Los conceptos de taller de Bosch, desde 2009, tiene a **Auto Crew** como opción; estos talleres tienen acceso directo a las informaciones técnicas más actuales y una amplia oferta de

repuestos y de servicios de diagnóstico de Bosch y deben cumplir los mismos elevados estándares que los talleres Bosch Car Service. Actualmente hay unos 500 talleres Auto Crew en diez países europeos, así como en Suráfrica. Bosch, además, ofrece un concepto detallado para talleres **"Bosch Commercial Vehicles"**, ("Tecnología para vehículos industriales") que se está introduciendo en Europa y está dirigido específicamente a talleres de camiones y vehículos industriales apoyándoles con una diagnosis profesional y el equipamiento correspondiente para sus talleres, así como formación práctica, informaciones técnicas actualizadas, hotline, diagnosis remota y repuestos Bosch para vehículos industriales en calidad de primer equipo



María Dolores Vicedo, directora mundial de conceptos de taller Bosch



Juan Carlos Alcaide, experto en marketing, durante su intervención



Sinforiano Gallo, director de marketing de Bosch en España y Portugal.



Paula Vázquez, presentadora del evento.



repuestos y de servicios de diagnóstico de Bosch y deben cumplir los mismos elevados estándares que los talleres Bosch Car Service. Actualmente hay unos 500 talleres Auto Crew en diez países europeos, así como en Suráfrica. Bosch, además, ofrece un concepto detallado para talleres **"Bosch Commercial Vehicles"**, ("Tecnología para vehículos industriales") que se está introduciendo en Europa y está dirigido específicamente a talleres de camiones y vehículos industriales apoyándoles con una diagnosis profesional y el equipamiento correspondiente para sus talleres, así como formación práctica, informaciones técnicas actualizadas, hotline, diagnosis remota y repuestos Bosch para vehículos industriales en calidad de primer equipo



# Filtros Bosch.

## La mejor protección del automóvil



Con la misma tecnología punta que Bosch aplica a la gestión del motor, desarrolla su amplio Programa de Filtros. Para ofrecer la mejor capacidad filtrante al motor, a los sistemas de inyección y al habitáculo del vehículo.

Programa de Filtros Bosch:

- Filtros de aire, aceite, combustible y para el habitáculo. Calidad original.

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



# BOSCH

Innovación para tu vida





## Autofit, la red de talleres de Impormóvil

La convención anual Autofit se desarrolló también en el marco de Motortec A.I.. La red de talleres de

**Impormóvil** escogió para la celebración de su reunión la *Sala Retiro* de las instalaciones de IFEMA y centró la jornada de trabajo bajo el lema **"Rumbo al Futuro"**, a la que asistieron casi 100 personas (equipo del distribuidor, parte del personal humano de los 106 puntos de servicio de la red, entre otros profesionales). En la jornada, se comentó el desarrollo de la red, una intervención a cargo de **Juan Carlos García**, responsable comercial del concepto en la que se habló de su actual envergadura, cuyos últimos puntos de servicio abiertos fueron en Algeciras (Cádiz), Málaga, Granada, Sevilla, Albacete, Valencia, Zaragoza, Barcelona, Santander (Cantabria), Asturias,

León, Ourense, Toledo y Madrid. Autofit tiene previsto llegar a nuevas regiones como País Vasco, Murcia y ciudades como Gijón (Asturias), Ciudad Real, Alicante o Badajoz. **Sergio Martínez**, responsable de informática estuvo explicando los programas a disposición de los reparadores de la enseña y las novedades de este apartado. **Ángel Velasco**, responsable de operaciones explicó los programas de formación, reuniones regionales y la evolución del servicio GLP en la red, una alternativa a la gasolina con 11.000 vehículos operativos en España, y a los que 19 talleres de la red pueden dar este servicio.

Importante fue la intervención de **Ricardo Crespo**, director de marketing y responsable nacional de la red, ya que, tras hablar de mercado, cliente, competencia, bases de datos, etc. se lanzó el programa **"Revisión Oficial Autofit"** una iniciativa para trabajar a lo largo de este año cuyo objetivo es captar nuevos clientes, entre los conductores con vehículo en periodo de garantía. La oferta de este servicio será visible en la fachada del taller mediante una placa que les acreditará como centro autorizado para realizar revisiones oficiales.

También hubo un espacio para los reconocimientos a los talleres por la mejor imagen de la red, uso de programas y espíritu de la marca que fueron entregados por **Julio Arroyo**, director general de Impormóvil, y el director de marketing y responsable nacional de la red. Los proveedores también fueron reconocidos con el premio al *Mejor Proveedor del Año 2012* un galardón que sobre la trayectoria de 2012 recayó en **Motul**, recogiendo el trofeo **Juan José Piélagos**.

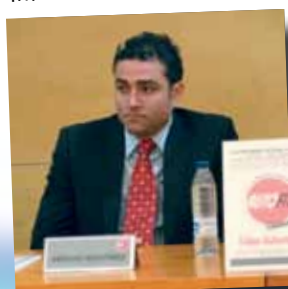
Como complemento al programa de exposición, los asistentes tomaron contacto con los productos de los proveedores, ya que se dispuso, como en la anterior convención, una zona con espacios de exposición para cada uno de ellos.

Tras el cóctel de cierre, los talleres realizaron una visita a los pabellones de la feria.

Ricardo Crespo dio a conocer el interesante programa Revisión Oficial Autofit.



Sergio Martínez expuso los programas informáticos para la red.



La formación fue cosa de Ángel Velasco, quien expuso además la evolución del servicio GLP en la red.



Juan Carlos García comentaba la notable expansión que experimentará la red este año en zonas en las que aún no está presente.



La red llega ya a los 106 puntos de asistencia, casi todos presentes en la convención.



LA POSVENTA ESPAÑOLA, SACANDO PECHO

# Extractando la feria

En las siguientes páginas, un reportaje fotográfico que selecciona buena parte de lo que pudimos contemplar en la edición de Motortec A.I. de este año.



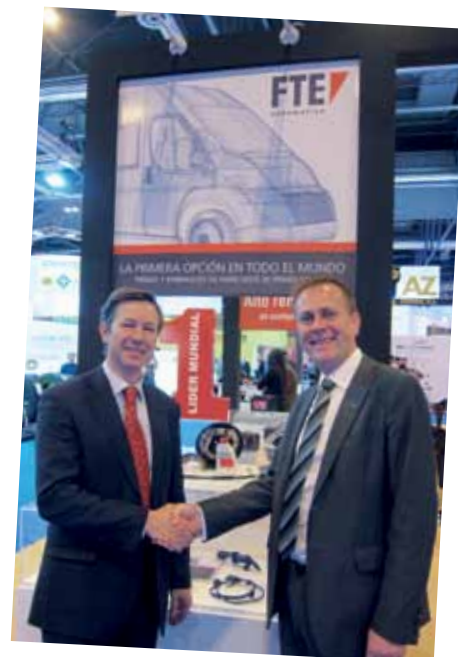
**ADR** (ahora dentro de **C.G.A.**) acudió a Motortec A.I. con la colaboración de sus proveedores para mostrar su potencial en vehículo industrial, junto a su marca propia, con productos como las pastillas de freno, fuelles o discos. En la imagen, de izquierda a derecha, **Pedro Martínez**, de *Eumasa*, socio del Grupo, posa con su gerente, **Manuel Gutiérrez**.



**Agerauto**, Grupo de Distribución especialista en electricidad y electrónica que ahora ha iniciado un preacuerdo con **CECAUTO**, acudió a la feria.



Los esfuerzos de **CAPA** en la lucha contra la piratería se unen a los tradicionales de *Automechanika* con su iniciativa "Against Copying".



**AZ España** anunciaba el acuerdo con **FTE**, (antes de la mano de la extinta *QH*) por el que tienen la exclusiva en España de hidráulica de frenos y embragues para turismo y V.I.; así como la distribución de productos **Wix** y su segunda marca de baterías **B-Power**, junto con la conocida gama de equipos limpiaparabrisas de turismo y VI de **SWF**. En la imagen, **José Luís de Cabo**, director general de *AZ* con **Bo Marcussen** director comercial posventa de *FTE*



Brillante retorno de **Berton** a Motortec A.I. La compañía está reforzando su estructura comercial con un nuevo director comercial, **José Manuel Ros**, además de apostar por el cliente fortaleciendo el departamento de I+D, mejorando el servicio de atención al cliente con la puesta en servicio de un teléfono gratuito (ha prescindido del 902 de pago), manteniendo las tarifas de precios y ofreciendo facilidades de financiación para impulsar la renovación de los equipos de diagnóstico en los talleres. Sus planes contemplan también la internacionalización y, a nivel de producto, destacó el **OBD\_Check**, su herramienta para la comprobación del estado eléctrico del conector OBDII.



**bilstein group**, el paraguas que engloba las marcas **febi**, **Blue Print** y **Swag** liderado en nuestro mercado por **Juan Lanaja** (en la imagen), mostraba las zonas febi, (destacando el programa *febiPlus* de piezas cautivas), y **Blue Print**, (destacando su programa *Blue Print Solutions* creado a partir de la detección de la demanda del mercado). En su equipo humano (**Ignacio Martínez** pasa a desempeñar la labor de product manager de las tres marcas en nuestro mercado) el grupo sigue potenciando la figura de las *Consultoras del Taller* (**María de Liñán** y **Azucena Gainza**) que dan continuidad a la relación con el usuario del producto, interactuando con el reparador a partir de las tablets.



**Cecauro** no se perdió esta edición en un potente stand donde se mostraban sus propuestas para el taller en turismo y VI, además de su pertenencia al grupo internacional **Temot**.





Espacio de los componentes VDO dentro del stand de **Continental Automotive Spain**. Los visitantes que se pasaron por este stand pudieron conocer, además, la gama **ATE** que cuenta con un catálogo que reúne más de 8.500 referencias, el concepto de taller **Best Drive**, la extensa gama de neumáticos **Continental**, o la solución de diagnóstico **Contisys Scan II**.



**Denso Aftermarket** se ocupa, desde primeros de este año, de la comercialización de todos los productos de esa marca para el mercado de la posventa. Con nuevo almacén en Turín, se crece en producto diésel (creándose **Denso Diesel Repair**, una red de talleres de 19 centros por el momento, gestionados por dos profesionales), se presentaban las **escobillas híbridas** para los vehículos japoneses o el Opel Insignia (equipado en las cadenas de montaje por Denso). Otro punto fuerte es el **encendido**, con bujías, calentadores y sondas lambda, anunciándose nuevas incorporaciones como los **sistemas de gestión de motor**. En la feria se pudo ver el stand conjunto con **CTR** (parte del Grupo). **Pablo Rodríguez**, director de marketing y **Miguel Portolés**, responsable de la filial en España, muy contentos con los resultados de estos dos años de trabajo en España.

ANTONIO OSUNA, DIRECTOR GENERAL IBERIA, MIGUEL SÁNCHEZ, DIRECTOR DE MARKETING Y EDUARDO RUBIANES, COORDINADOS DE MARKETING CHARLARON CON NOSOTROS EN LA FERIA SOBRE LO QUE SU ALIANZA CON MITCHELL VA A SUPONER

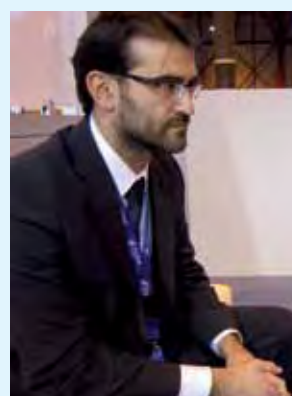
## Sinergias y beneficios para todos

Muy activos en los distintos mercados (talleres, aseguradoras y renting), a los que se aproximan con estrategias diversificadas en herramientas y sistemas de trabajo, siempre respondiendo a los valores en los que se sustenta la compañía, se unieron a quienes van a aportarles un nuevo impulso que trasladarán al mercado.

Esta aproximación personalizada ha supuesto la necesidad de plantearse algunos cambios. Y sus directivos nos hablan de ellos.

### ¿Qué aportará el acuerdo de GT con Mitchell?

**Antonio Osuna:** Llevamos trabajando más de un año y hemos llegado, al final del trayecto, a unirnos dos actores compatibles y con una gran representatividad en el sector: Mitchell y GT Motive, liderando un despliegue en toda Europa, no solo en España bajo una misma filosofía: aportar valor pero para que todos ganemos; conocimiento, eficacia y rentabilidad, volviendo a colocar al conductor en la situación anterior al siniestro con el menor



tiempo, para que se despreocupe y pueda seguir con su vida.

Para ello, intentamos aportar al sector de la posventa y sus actores herramientas y soluciones más globales que permitan, de una manera muy modular, estar mejor comunicados y ser más eficientes en la dinámica de la gestión del siniestro, pero el que las reciba tiene que tener la voluntad de evolucionar. Hasta ahora estábamos especializados en el mundo de la valoración (solo hay dos-tres grandes a nivel mundial), disponiendo de la confianza del usuario del producto para retroalimentar nuestra herramienta y mejorarla, lo que nos ha llevado a ser líderes en el taller, el renting y el mundo asegurador (de la tercera en el ranking, hacia abajo), y ha sido posible gracias al lenguaje común. Pero hoy el mundo global exige ampliación.

Y esa ampliación pasa por considerar al Taller como clave de la gestión y reparación del siniestro. Supone que esté totalmente conectado y dotarle de herramientas oportunas para hacerlo bien, así que no vale solo con una valoración, sino tener conectividad para que la aseguradora lo pueda integrar como un depar-

tamento interno y darle la confianza de la gestión del siniestro; nuestra propuesta es ampliarle herramientas manteniendo nuestra cercanía con él, manteniendo nuestra relación con aseguradoras y compañías de renting; la herramienta que permite esa conexión global tiene como nombre **Work Center** y la que se instala en el taller que permite o conectarse o a través de módulos aportarles herramientas se llama **Repair Center**.

### ¿Y qué se deriva de esa orientación?

**A.O.:** La primera propuesta para este año es generar una serie de módulos con el núcleo central de nuestro **GT Estimate** en los que el taller, de una manera eficaz, pueda trabajar con las aseguradoras como taller de confianza; el taller podrá pedir a la aseguradora lo que necesita para ganarse la vida, pero ofreciendo una eficacia máxima de tiempos, con un ahorro importante de recursos y con un *expertise* máximo.

**¿Los talleres, cómo lo han recibido, porque los desencuentros entre talleres y aseguradoras hace que su relación sea muy delicada?**

**A.O.:** Estamos empezando a explicarlo.



**Diesel Technic Iberia**, compañía especializada en repuestos de VI, trailers y autobuses acudían a la feria, mostrando la **ampliación de piezas** para *Iveco* y *Mercedes-Benz*, dentro del espacio *Truck Competence* de la feria. Recientemente, inauguraron la nueva sede central en Madrid, abriéndose el mercado lusitano desde inicios de este año.



En el stand de **Brugarolas** se podía conocer el **nuevo catálogo general Dynamic** además del lubricante sintético **Faster Protection FE 5W30** para vehículos ligeros, y la grasa **CSC 1/2 Plus**, de alto rendimiento. Por otra parte, también se mostraban las marcas **Pentosin**, de origen alemán y la estadounidense **Dyno-TAB**, de la que son distribuidores exclusivos para España.



**Marc Marin**, director comercial de **Enganches Aragón**, nos mostraba las barras de transporte y portabicicletas **TowCar**, **TowTank**, un depósito de gasoil que no requiere permiso especial y las soluciones de transporte **TowBox**, en el que destacaba el sistema de transporte de mascotas **TowBox Dog**.

En el mundo del renting empezamos este mismo camino pero con medios propios (ya que para el taller viene de la mano de nuestra relación con Mitchell) y lanzamos un programa que es un sistema de servicios denominado **GT Global**, que integra a las redes de talleres en las compañías de *renting* (y es un preámbulo de nuestra nueva propuesta modular); tenemos a 1500 talleres trabajando en este entorno. Los talleres están encantados con la herramienta porque les permite reducir a un minuto preliminares de media hora antes de empezar a trabajar, sin necesidad de contactar con compañías o hacer que venga un perito: identifican el vehículo, valoran, realizan un presupuesto, lo envían y, si cumple con las reglas pactadas, en minutos recibe la autorización y puede trabajar sabiendo que tiene la factura pagada.

#### ¿Podrían solucionarse muchas de las fricciones históricas taller-aseguradora?

**A.O.:** El taller es la clave, tiene que generar servicio y reparación y debe darle satisfacción máxima al conductor; la compañía necesita al taller y también que trabaje de manera estandarizada y eficaz; esta herramienta globalizada puede solucionar resquemores, dudas o sospechas, porque es un programa transparente que se maneja en partenariat. En EEUU (mercado del que ahora formamos parte, con la alianza con Mitchell, y donde hay 1800 empleados, que se suman a los 200 que estamos en Europa) los talleres suponen que trabajan así hace mucho tiempo.

A los talleres, una mala compañía no le interesa, pero tampoco les interesa otro mal taller. Los buenos talleres españoles van a verse fortalecidos, pudiendo exigir a las compañías lo que vale su mano de obra diferenciándose y ganándole la partida a otros que no tengan su misma eficiencia.

#### ¿Cuándo lo veremos cristalizarse para los talleres multimarca del sector posventa en general?

**A.O.:** Este mismo año; nuestra planificación dice que el primer semestre tendríamos el producto para enseñarlo e implantado a finales de año.

Estamos vendiendo ilusión (nuestras ganas), tecnicidad (el 80% de nuestros empleados son ingenieros) y tecnología (que con este nuevo paso se amplía ya que integra a todos los actores y requiere mimo para que funcione).

#### ¿Se realizarán pruebas piloto para que el propio sector pueda aportar ajustes?

**A.O.:** Sí, nuestra herramienta es la de todos los usuarios. Desde siempre hemos preparado los productos con los ojos de nuestros clientes; hemos dejado atrás la etapa de los *workshop* con nuestros clientes (seguros, peritos, talleres), estamos ya en la etapa del *feedback* por su parte para que cuando la herramienta funcione, incorpore todo lo que nos han señalado; para ello, tenemos más *workshops* con talleres ya elegidos para que vean las modificaciones y saber si son las adecuadas a sus necesidades.

**Miguel Sánchez:** Es que no se puede copiar y pegar de una herramienta a otra, hay que adaptarla, así que nuestros socios Mitchell han decidido aliarse con quien tiene la experiencia en el mercado y sabe adaptarse a él, le hemos aportado el apartado global que siempre hemos tenido y lo cierto es que nuestras misión y visión son muy similares. Los productos son modulares y configurables, no es un producto cerrado, se venderán por partes así que cada cliente, en función de su tratamiento del siniestro, decidirá qué módulos le interesan.

Personalizaremos. Eso nos cambia nuestra forma de acudir al mercado, con un nuevo logo, pero con una nueva fuerza dentro de

nuestro modo de hacer que queda recogido con el lema "The GT Motive way".

**A.O.:** El taller lo que puede esperar de esta tecnología es, exigiéndonos que no perdamos la cercanía con él que siempre hemos tenido, que le podamos dar herramientas para que de manera rápida pueda integrar en el día a día de su taller un módulo para hacer más rápido un proceso concreto, con ello reducir tiempos en la reparación y ser más eficientes, tendrá un coste razonable, pero a día de hoy no está cerrado aún.

En cualquier caso, aunque los costes de la adquisición de herramientas se observan con lupa, es más caro hacer las cosas con menos rentabilidad que tener unos buenos números en el cómputo general del taller, gracias a unas nuevas herramientas que ajustarán en cada OR los costes de la reparación.

Como es de una modularidad completamente abierta, se puede usar sin necesidad de trabajar con GT Estimate, aunque intentemos convencerle de que utilizarla es mejor para ellos.

Se trata de garantizar la eficacia y la rentabilidad, que es lo importante para mantenerse en el mercado.

**M. S.:** Sin olvidar la satisfacción de los usuarios finales, los conductores, porque si alguien no garantiza una reparación en tiempo y forma, está fuera de la renovación. Y porque se le podrá ofrecer cuanta información requiera sobre el estado de la reparación.

**Eduardo Rubianes:** Y el cliente tiene la seguridad de que su reparación va a ser económica (algo importante ahora) y fiable y generará fidelización porque constatará que su taller es un taller de confianza, controlando el proceso desde que lo deja hasta que se lo entregan, porque el proceso adquiere transparencia total. ●

www.gtmotive.com





FAE presentaba, el **nuevo catálogo de Componentes de Gestión del Motor** con 254 referencias nuevas, llegando a cubrir en algunas familias el 90% del parque europeo; en él se incorpora una nueva familia de productos, denominada: *Sensor presión gases de escape*, que se encarga de avisar de la necesidad de limpiar el filtro de partículas en las motorizaciones Diésel.



Joan Ferret, de **Ferve** mostraba a Ernest y Glòria Viñals su nuevo **Catálogo 2013** en el que se incluyen equipos como el original *cargador F-2912*, o la línea de equipos *FERVE TEN*.



La "zona asiática" en Motortec A.I.



JAVIER SANZ, NUEVO DIRECTOR GENERAL DE MANN+HUMMEL IBÉRICA

## “Tenemos un gran contacto con el cliente”

**Se incorpora a MANN+HUMMEL IBÉRICA, pero sigue en el sector posventa, ¿Qué percepción ha tenido a la horade entrar en la compañía?**

Venía de un grupo como es Valeo en el que la estructura de ventas es muy distinta a la que tiene MANN+HUMMEL IBÉRICA; tenemos un gran contacto con los clientes para vender “MANN-FILTER” una estructura de ventas importantes, ocho delegaciones en toda España; todo ello implica que la relación es mucho más enriquecedora y nos permite conocer mejor cuál es el mercado, cuáles son las inquietudes y las necesidades.

Esta es la gran diferencia que en este tiempo percibo desde mi vivencia sectorial anterior a la que tengo actualmente.

**La labor estratégica de sus predecesores estaba definida, pero ¿cuál es la nueva impronta que espera darle con su incorporación a la compañía?**

Ha habido una evolución muy importante en lo que es la gestión de operaciones de la fábrica en Zaragoza y en el resto del Grupo MANN+HUMMEL. Es cierto que la experiencia en el Grupo del que provengo, con una determinada metodología, va a ser útil a la hora de darle impulso a lo realizado con anterioridad, va a tener una repercusión: no solo en lo que es operativa sino en el enfoque de cara al cliente para resolver (y ahora estoy pensando fundamentalmente en primer equipo) los problemas de los clientes, su gestión.

Por supuesto quiero seguir impulsando el aspecto logístico y, desde luego, el servicio al cliente, últi-

mo apartado este que, en el actual contexto, en el que hay un exceso de oferta y menos demanda, se demuestra fundamental; tal como está el mercado, el que primero llega se lleva el gato al agua, con lo que hay que estar empujando para que nuestros productos estén siempre a disposición del cliente, ser muy flexibles para fabricar todas las referencias y reducirles el stock, que es cash; para las empresas eso es muy importante, porque suponen inmovilizados que, en estos tiempos, pesa mucho.

El que nosotros mejoremos nuestros stocks internos y incrementemos el servicio de atención al cliente son dos líneas maestras fundamentales.

**Uno de los argumentos de la compañía es la importancia de ser proveedor de primer equipo, en su intervención en el salón mencionaba la multitud de plataformas que montan sus filtros y los muchos proyectos que están en camino ¿Es bien percibido como una ventaja diferencial competitiva?**

Suministrar en primer equipo nos proporciona ampliar nuestra cobertura de mercado en posventa; y ello con productos de alta tecnología, que ese es el otro aspecto importante: el hecho de desarrollar los productos para los últimos desarrollos de mercado, además de que son desarrollos creados desde Zaragoza, cosa que no es tan habitual en nuestro país.

Somos una multinacional con Centro de Ingeniería en España.

**Centrándonos en la posventa, la situación es complicada pese que sus resultados no siguen la curva descendente del mercado...**

Las cifras globales de la planta de Zaragoza muestran crecimiento en primer equipo y un ligero decrecimiento en posventa, debido al contexto económico: los mantenimientos se alargan, existe un menor kilometraje, además de un incremento en la oferta todo ello propicia que las sustituciones de filtros se reduzcan, unido a que hay más actores que aspiran a una parcela en las cuotas de mercado.

Aún así, nuestro decrecimiento en posventa es una cifra menor al que muestra el mercado, y seguimos realizando esfuerzos para ampliar nuestra gama, intensificando la calidad e invirtiendo en tecnología. Esos son los valores diferenciales de la compañía: calidad, gama y servicio.

**¿Qué esperan para estos próximos ejercicios?**

MANN+HUMMEL tiene una estrategia marcada hasta 2018. Este año y el que viene se va a trabajar en la estrategia hasta 2022; en ese sentido, y en primeros equipos tenemos unas buenas expectativas, que esperamos se traduzcan en unas buenas perspectivas para posventa; es evidente que no podemos predecir qué va a pasar con la situación económica, pero nuestro objetivo no es conservados (es decir, solo es mantenernos) sino crecer, captando más cuota de mercado basándonos en una buena gama, una calidad impecable y un servicio a la altura de lo que nuestros clientes necesitan, para seguir siendo una marca de referencia en el mercado español de la filtración. ●

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





# MANN FILTER

## Somos uno



**Miguel**  
*Departamento de desarrollo  
de MANN-FILTER*

**Ángel**  
*Jefe de Taller Multimarca*



Porque no nos la jugamos y elegimos la calidad como única alternativa. Tú, como nosotros, conoces la importancia de utilizar filtros que ayudan a cuidar la vida del motor. Por eso, en los trabajos de mantenimiento dile a tus clientes que confíen en productos de garantía, como MANN-FILTER. Porque llevamos más de 70 años siendo líderes mundiales en preocuparnos por tu negocio, **somos uno.**





**François Passaga y Fernando López** atienden a sus visitas en el stand que **GiPA**, la compañía de estudios posventa, mantuvo en la feria.

**Grovisa** presentó en sociedad las nuevas marcas que ha incorporado a su cartera de productos: **Hidria, Brisk, Bremi y Denso**. Con ellas propone una de las ofertas de encendido que será un referente en el mercado posventa español. Y lo hizo con la ayuda de **Luis Moya**, copiloto bicampeón del mundo de rallies quien posa con **Pablo y Carlos Via**.



Para conmemorar el 50 aniversario de **Hella** en España, la se realizó un gran despliegue en el stand, con varios espacios para las diferentes divisiones de la compañía: presentó oficialmente la línea de frenos **Hella-Pagid** los equipos de diagnóstico **mega macs PC** y **mega macs 42 SE**, su **nueva gama de bombas de agua** o las estaciones de carga del aire acondicionado fruto de la joint-venture **Hella Nussbaum Solutions**.



La feria es un foro de encuentro con los profesionales del sector, desplazados para visitar a sus clientes y conocer de primera mano la realidad ferial de la edición.





# 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







**IADA** ampliaban el espacio de exposición para acoger los productos incluidos en el **nuevo catálogo**, en el que se van a incorporar un **nuevo aceite de motor** que completará la gama 530CZ, además del **fluido hidráulico ATF**.



**Icer** se presentaba de nuevo en una feria que considera un interesante punto de encuentro de la posventa. Los productos y capacidades de la compañía se exponían en un vídeo corporativo (que ya pudimos ver en Automechanika Frankfurt) para los profesionales del sector.

CHARLAMOS CON SALVATORE BRUZZESE, NUEVO DIRECTOR GENERAL DE MAGNETI MARELLI AFTERMARKET IBÉRICA

## Más velocidad

Incorporado a pocos días de la celebración de la feria, quisimos que este profesional "de la casa" nos aportara su visión y misión a los mandos de la filial española de los fabricantes de origen italiano.



**Salvatore Bruzzese** se incorporó a **Magneti Marelli** en el año 1998 como Director de Logística y Aprovisionamiento; después fue responsable del mercado Posventa en Grecia y, finalmente, fue Export Manager, teniendo bajo su responsabilidad 55 países distribuidos por todo el mundo. El pasado marzo asumió responsabilidad del mercado de España y Portugal, sustituyendo a **Andrea Anfossi**, que se vuelve a su tierra para gestionar el mercado italiano. Quisimos que nos contaran, junto con **Joan Miró**, director de marketing, qué se va a hacer en la filial ibérica.

**¿Qué ha encontrado en la compañía y cuáles son los primeros pasos que dará en ella?**

**Salvatore Bruzzese:** Antes que nada debo dar las gracias a Andrea Anfossi por el legado que me deja tras 4 años de trabajo, mucho mejor que la que tenía antes de su incorporación. Por mi parte, estoy muy contento con involucrarme en este mercado tan importante para Magneti Marelli, ya que es el segundo o tercero en Europa; obviamente, cada persona tiene un modo particular de gestionar, así que habrá algunos cambios, no tanto de tipo organizativo (porque la compañía tiene un estupendo equipo que sabe lo que debe hacer en cada momento) sino de cómo interpretar el mercado, ya que está cambiando de una forma muy veloz y en un contexto económico no de los más idóneos, porque España, como tantos otros países de Europa, está sufriendo mucho la situación de crisis mundial; ello quiere decir que hay que reaccionar mucho más velozmente que lo que se hacía hasta ahora.

Partiré del análisis del mercado para luego trazar las medidas correctoras que nos permi-

tan, como compañía, tener los resultados previstos para este año.

Es un gran desafío personal; soy una persona que trabaja con pasión, decisión y me gusta compartir tanto éxitos como problemas con el equipo, algo que siento como esencial, ya que considero que las empresas deben conseguir que cada uno de los integrantes consigan sus objetivos personales, y que se consigan los objetivos como grupo (marketing, asistencia técnica, logística o ventas).

Considero que cualquier cambio organizativo debe ser visto de forma positiva para el mercado porque por una parte, continuaré el buen trabajo realizado por Andrea, y por otro aportaré lo que, en mi experiencia, pueda sumar.

**¿En qué campo aplicará las medidas correctoras?**

**S.B.:** Debemos ser una compañía veloz y concentrada en su negocio, y con mejoras en la parte burocrática y de gestión en interno: estamos en un mercado con numerosos competidores (fabricantes multiproducto y monoproducción) y debemos averiguar cómo combatirlos, solucionando con más celeridad los problemas con los que nos encontremos.

También deberemos individualizar en el interior de la compañía una serie de acciones, definiendo un *timing* para su implementación y monitorizarlas diariamente.

En el largo plazo, y una vez resuelta la crisis económica, Magneti Marelli debe crecer; creo que estamos ya en el final del túnel y que debemos aprovechar la oportunidad de crecer.

**Una de las acciones más visibles en el mercado son la creación de las redes de talleres, ¿Qué hará al respecto?**

**S.B.:** El tema del salón es el taller. Trabajamos para conseguir una red de talleres muy fidelizada ya que, si se crea la demanda desde abajo, obviamente se podrán abrir nuevas oportunidades de crecimiento, tanto en facturación como producto. La red **Checkstar** es una red visible y el mercado las reconoce como una red líder entre las que existen en España; trataremos de mejorarla creando el **Checkstar Sales Network** y aumentando la calidad a través de la exigencia al asociado; de los 300 puntos actuales, los que que quieran permanecer deberán responder a una serie de requisitos en diversos aspectos y se les seleccionará mediante visitas de nuestros delegados, de manera que en un año se haya aumentado la calidad de la red. Ello nos permitirá poder homogeneizarla y ofrecerla a *partners* como los flotas, aseguradoras, asociaciones con supermercados (con programas de puntos a cambiar en los talleres), en una alianza de co-sharing, como en Italia. También lanzaremos con un proyecto de carrocería en el que estamos trabajando y que se presentará, lo más seguro, en el último trimestre de este año.

**¿En qué fase está este proyecto?**

**S.B.:** En el inicio: estamos perfilándolo con el partner especialista que nos ayuda a desarrollarlo; si vemos el hecho de tener una red de mecánicos y electromecánicos con el potencial de tener una red de carrocería, será una novedad importante en el mercado y nos permitirá crecer en términos de visibilidad y aumentará la imagen de una red que se mueve rápido ante las exigencias del mercado.

Tenemos una ventaja y es que ya se ha iniciado en Italia y podemos aprovechar la experiencia adaptándola al mercado español, incluso en lo que a requisitos mínimos necesarios para afiliarse.

**Andrea Anfossi:** En Italia estamos trabajando con el Grupo Basf, y tenemos más de 20 talleres con la enseña **Checkstar Body Parts Network**. Aquí no es oficial de momento pero existe el interés por ambas partes de desarrollar el concepto en otros países del mundo.

**¿Acompañará al concepto electromecánico o podrá ser un taller solo de carrocería?**





**Ricardo Crespo** director de marketing de **Impormóvil** posaba frente al **mapa de delegaciones** de su stand (con nuevos puntos en Ponferrada, Coruña, Elche, Salamanca, Oviedo, además de llegar a acuerdos con distribuidores locales en Pamplona, Segovia y Pontevedra) ampliado y con zona específica para el programa **VDP** y su red **Autofit** (que celebró la convención anual); también daban a conocer el **refuerzo de su producto para vehículo asiático**.



**ANCERA**, patronal de la distribución, ejerciendo de "paraguas" de estructuras del sector como, **ECAR, AECAR, AEACA, ARPA, AERVI, APTA, CAPA o FENACOR**.

**S.B.:** Podrá ser un taller de carrocería pura. Construiremos servicios, productos y documentación técnica referente al negocio de carrocería. **La formación técnica siempre ha sido una máxima de la compañía, ¿qué se va a hacer en este aspecto en el apartado de carrocería?**

**S.B.:** Ya se ha definido un programa y tendremos posibilidad de hacer formación de forma itinerante o en Llinars; que los talleres de la red asistan supone mejorarán su nivel no solo en el apartado técnico, que lo haremos porque es fundamental, sino de recepción del cliente, etc. Supondrá darles una mejor capacitación de gestión. Que tengan definitivamente una mentalidad de empresario, y ya no de artesano.

**Joan Miró:** Además organizaremos Call Centers y demás herramientas que en la actualidad necesitan, junto con el soporte en la diagnosis ya que cualquier reparación (faros, etc.) maneja elementos de electrónica que deben ser analizados con esas herramientas.

**¿Cómo ve el sector español?**

**S.B.:** Aún es pronto para percibir las diferencias, pero sí puedo decir que esas diferencias son las claves para poder intervenir con acierto y cambiar (desde el punto de vista de la compañía) lo que se considere necesario para adaptarse a lo que la especificidad del mercado exige. El mercado en cuanto organizativo es similar al italiano, aunque aquí los Grupos de Compra tienen más incidencia; percibo que es necesario estar muy cerca del cliente, algo que me gusta mucho, puesto que para nosotros como directivos debe ser fundamental escuchar directamente sus necesidades, con humildad, y luego en el interior de la compañía actuar para darles respuesta.

Es algo que suelo hacer en todos los mercados en los que he operado, y al principio no hago grandes promesas, porque es difícil cambiar de forma radical los comportamientos de la compañía, pero creo que si se percibe que somos una

compañía que se interesa por el cliente, supone una ventaja ya que, por una parte, genera confianza y, por otra, se muestra innovadora al hacer cambios, modificar el tipo de colaboración. Y suele generar resultados en el medio plazo en cuanto a facturación.

Para llegar al éxito, el cliente debe ser un partner. Más allá de las meras relaciones comerciales. Debe ser una relación a largo plazo. Y ello pensando tanto en los recambistas como en los talleres.

**Respecto a la gama de productos, y más con la entrada de la red de talleres de carrocería ¿habrá una ampliación de productos de ese mercado?**

**S.B.:** Tenemos ya una gama de productos de carrocería amplia y seguiremos incorporando referencias, como siempre ha hecho la compañía, adecuándolas al parque español. Incluso mediante acuerdos con productores de elementos que ya están en catálogo, para /tras los estudios/ ofrecer todos los elementos para cubrir las necesidades del parque español.

**A.A.:** No habrá piezas de plancha, químicos y cristal, pero el resto lo tenemos casi todo para la reparación del golpe (incluso paragolpes).

**J.M.:** No vamos a hacer un catálogo específico para el carrocerero, sino a ofrecerle todos los productos de la compañía, incluso los de mantenimiento, porque igual puede hacer alguna operación de esas características; o diagnosis; otra cosa sería limitarle, y lo que queremos es ofrecerle muchas oportunidades de negocio. ●

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



**FERVE**  
THE BATTERY LIFE

**FERVE**  
HYBRID  
F-9200

**CARGADOR**  
**AUTOMÁTICO**  
12 V = 30 A

+

**BOOSTER**  
**AUTÓNOMO**  
12 V = 600 A



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





**Imprefil**, una vez más en la feria, acogiendo a sus clientes y demás público profesional interesado en su completa gama de productos.

El espectacular despliegue de **Launch Ibérica** en **Motortec A.I.** donde se podía conocer el **nuevo catálogo** en el que figuran novedades como el **X-431 Pad**, el **DBS Car** o la séptima generación del **CReader**.

**Magneti Marelli**, con **Salvatore Bruzese** como nuevo director general, expuso el **Tester Flex** una nuevo concepto de diagnóstico cuyo potente software permite disponer en una sola herramienta de un equipo de diagnóstico, un osciloscopio y un multímetro en un stand donde el reclamo principal fue el mítico Lancia Delta S4.



ENRIQUE JUNQUERA, GERENTE DE ANDEL AUTOMOCIÓN

## Cohesión

Se presentaron en Motortec A.I. para potenciar su imagen de grupo y presentar su estrategia.

### ¿Cuál es el motivo de su presencia en la feria?

Estamos llevando a cabo una reestructuración de zonas, porque nuestra idiosincrasia funciona así e intentamos que, con las incorporaciones no haya competencia entre socios; somos conscientes de que, pasado el tiempo, quizá se produzca un techo en las zonas y haya que volver a valorar y delimitar las zonas.

*Aprovechando Motortec A.I.*, pensamos que era un buen marco para dar a conocer ese trabajo de reestructuración a medio plazo, definiendo las oportunidades que se puedan abrir.

La feria también sirve para que nuestros socios atiendan (bajo el paraguas del grupo) a sus clientes los talleres.

**Tras un periodo algo conflictivo, quizá también es un momento de mostrarse cohesionados y con una directriz clara...**

Sí; en Andalucía somos conocidos, pero si es cierto que, con el cambio de directiva, desde una perspectiva nacional, era un buen momento de mostrar quienes somos, cuál es nuestra filosofía; la esencia de nuestro negocio es que la mayor parte de nuestros clientes son accionistas de la compañía y entendemos que ese grado de compromiso es el que está funcionando.

Empezamos con 30 socios, y hemos aumentado en clientes del grupo que esperamos que al paso del tiempo pasen a ser también accionistas.

Hay que señalar que tenemos un apoyo total por parte de nuestros proveedores, están muy involucrados, así que es una satisfacción en común socio-proveedor que creemos que es la que funciona y supone que sigamos cumpliendo nuestros objetivos.

El hecho de que estemos aquí en Madrid, en unos momentos en los que la situación es convulsa, también es una manera de significar nuestro compromiso de futuro con nuestros socios, clientes y talleres.

De todas formas, somos de los que pensamos que nuestro sector es un privilegiado si tenemos en cuenta otros sectores económicos: estamos hablando de reducciones de negocio del 8-10%, cifras que ya quisieran para sí otros sectores, que están experimentando porcentajes de 40 hasta 70%, que difícilmente se recuperarán a corto e incluso medio plazo, provocando que, por desgracia, en nuestro entorno todos tenemos a alguien que está pasando por una situación de desempleo. Creo que debemos ser optimistas ya que esta situación no es la mejor, pero tampoco el peor escenario posible. ¿Qué habrá que ajustar nues-


tras estructuras? Pues no creo que sea tan problemático, aunque nos exija que estemos más pendientes de nuestros negocios y cómo los llevamos adelante.

**Dado que la distribución está organizando pequeñas ferias para mostrarse antes sus clientes en zona, ¿se ha pensado en hacer algún evento de este tipo tras la incorporación de los nuevos socios?**

En principio no tenemos pensado hacerlo. Es cierto que en Andalucía otros colegas sí organizan muestras, pero nosotros de momento no lo hemos decidido así: en breve tendremos unas nuevas instalaciones para el grupo, en el verano del 2014 en Sevilla, más amplias; entonces sí habrá espacio para pensar en algo de ese tipo.

**¿Cómo ha sido su experiencia en la feria?**

Para nosotros es la primera vez como expositores, pero sabemos que ha habido compañías que han vuelto, además de empresas que participan por vez primera (y de la distribución), lo cual ya de por sí es una muestra de confianza y de fe en el futuro de esta propuesta y del sector, es una buena noticia para todos. ●

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







**Meycar Automotive** presentó varias novedades **Meyle**: un **sopORTE de goma HD** para el grupo Volkswagen, un **brazo de suspensión HD** para BMW y Honda, la **ampliación del programa Asia Line** de componentes para vehículo japonés y coreano o el **nuevo catálogo Meyle de componentes de chasis y suspensión**.



**CONEPA** (y **ASETRA**), una de las patronales del taller, muy activas antes, durante y después de la feria.



Siempre espectacular, en esta ocasión el stand de **MANN+HUMMEL IBÉRICA** acogió novedades como los **filtros de aire con recubrimiento de nanofibra**, el **filtro ecológico para el camión Mercedes-Benz Actros** o nuevas referencias para posventa como los **prefiltros de combustible para sistemas de inyección** diésel PreLine 270 y 420.



**Montcada** con sede central en Parets, Barcelona, daban a conocer el acuerdo con **Koni** para BTT, las suspensiones neumáticas para vehículos de alta gama así como su programa de resortes de gas para turismo **Airtech**.

## (a) Publireportaje

# Grupo Zhirex/ Transmisiones Ascacibar

Su asistencia a **Motortec Automechanika Ibérica** acostumbra a ser esperado, por el programa profesional que propone y por los espectáculos de animación que siempre sorprenden.

**Transmisiones Ascacibar, Grupo Zhirex**, es uno de los mayores especialistas en **juntas homocinéticas** y **transmisiones**, con el almacén más grande de Europa (400.000 referencias), y sus productos también se hallan presentes en mercados americanos como Cuba o República Dominicana.

En la feria presentaban la extensión de su catálogo, disponible en pendrive, además de realizar ofertas

especiales: packs de producto con pedidos concertados a precios especiales.

Así mismo, organizaron visitas futuras a sus instalaciones, además de entrar en contacto con posibles nuevos distribuidores.

En cuanto al espectáculo, este año contaron con la presencia de **Jorge Astyaro**, hipnólogo y mentalista, que cautivó a los asistentes que disfrutaron de sus sorprendentes evoluciones.







**NTN-SNR** se presentaban para reforzar su posición en el mercado español, lanzando su **nueva gama de correas de accesorios** con 400 referencias que llegará a 700 a finales de este año, y el **nuevo catálogo de rodamientos de rueda**. **Bruno Gauthier** director comercial posventa a nivel mundial posa junto a la responsable española **Marianne Guillot**.



**Optimal** acudía a la feria para dar a conocer el nuevo kit pre-montado de amortiguador **MaxxTrut**, además de sus otros productos como kits de cojinetes de rueda, piezas de dirección y suspensión, sistemas de renos, piezas de caucho metal, bombas de agua y kits de distribución.

**Parrot** mostraban su gama **Asteroid** equipos multimedia de manos libres, música e internet con múltiples aplicaciones disponibles en Asteroid Market.



**RTS**, fabricantes españoles de productos de dirección y suspensión están de celebración: **30 años en activo**, y esa efemérides se mostraba en la zona central de su stand de Madrid.



Todas las soluciones de inyección diésel en equipos nuevos y remanufacturados de su compañía es lo que la directora de marketing de **Rufre**, **Susana Rúbies** explicaba a Glòria Viñals: son **reconstructores oficiales de Denso** para España en inyectores common rail, y uno de los **9 centros homologados por Bosch**. En **Delphi** mostraban los **inyectores bomba**, así como determinadas referencias de **inyectores reconstruidos de VDO** y los **sistemas de inyección diesel remanufacturados de Stanadyne**.



José Luis Ortega, director general de **Sanzauto**, miembro de **C.G.A.**, le explicaba a Glòria Viñals los distintos aspectos a destacar de su stand, como el nuevo **abanderamiento de Castrol**, el **Service Plus**, los conceptos de taller de Bosch y Delphi, y su **nueva web** para lo que habían dispuesto una zona amplísima en su stand con el fin de que el taller navegara y conociera sus ventajas. Para fomentar esa acción, se habían dispuesto diferentes **regalos** a los que así lo hicieron.

La iniciativa "**Elige calidad, elige confianza**" impulsada por los principales proveedores de primer equipo, y apoyada los principales Grupos distribuidores de recambios, en la feria.





# Autotecnic reescribe las reglas del juego de la asistencia técnica



**Autotecnic** se presentaban en **Motortec Automechanika** Ibérica con su nueva imagen para dar a conocer su concepto **R.A.C. (Reparación Asistida y Capacitación)**, un innovador servicio en el que se le ofrece al taller la posibilidad de contratar un equipo tecnológico que le acompañe durante todo el proceso de intervención, basado en la asistencia técnica y formación más avanzada y profesional, junto con **DataTecnic**, una plataforma de información técnica on line, en la que se almacenan miles de averías resueltas y contrastadas con los procesos de intervención directa para su resolución.

## Más que un Call Center convencional

Tal como explicaba **Francesc Creus**, gerente de la compañía, el tipo de intervenciones que exigen las nuevas tecnologías del automóvil, requiere conocer y aplicar correctamente una sistemática precisa en las reparaciones que el taller debe conocer al detalle. Para ello, el proyecto RAC propone al taller la contratación de un servicio de Reparación Asistida que orientará al profesional en sus intervenciones, a la vez que le formará a través de una innovadora fórmula formativa para capacitarlo en la ejecución de procesos de intervención y diagnóstico directo. De este modo, podremos garantizar que el taller aplica correctamente las directrices que se emiten como repuesta a su petición desde el servicio de Asistencia a la Reparación de Autotecnic.

## Inversión y continuo desarrollo: DataTecnic

No es un proyecto que se haya realizado de la noche a la mañana; para ello, Autotecnic ha

invertido en el desarrollo de una plataforma informática interna que recopila toda la información, contenida en las extensas bases de datos de la compañía, para dar asistencia a una demanda concreta hecha por un cliente, generando una solución que se valida por un profesional especializado, creándose una documentación que se vuelca a la plataforma **DataTecnic** donde los talleres que contratan la licencia de acceso pueden consultar los miles de procedimientos de reparación ya validados y contrastados (entre 12 y 14.000 documentos a finales de año, multimarca, multimodelo).

## Respuesta global

La experiencia de Autotecnic ha permitido elaborar para el taller profesional esta res-

puesta global inmediata, profesional, avanzada, eficaz que ahorra tiempos y acota los procesos de intervención, y que ayuda a extraer el máximo rendimiento de los instrumentos tecnológicos que posee el reparador (herramientas de diagnosis, bases de datos, equipos de medición), gestionándolos conjuntamente durante todo el recorrido de reparación, suponiendo un incremento de la competitividad del centro. No es una mera base de datos a partir de las averías frecuentes del constructor, ni una consultoría técnica al uso, sino la elaboración en miles de protocolos definidos y contrastados de principio a final, de las correctas intervenciones y resoluciones de un problema técnico, la capacitación en la práctica de esos protocolos, y el acompañamiento durante todo el proceso del servicio.



**AUTOTECNIC**

**AUTOTECNIC**  
c/ Segre, 57-69, Local 2  
08030 Barcelona  
[www.autotecnic2000.com](http://www.autotecnic2000.com)





**SDR Automotive**, la compañía se presentó para dar a conocer sus nuevas baterías **Silver**. Con seis referencias en catálogo, estas baterías tienen como ventaja su mayor poder de arranque, que superan en un 30% a las convencionales. Así mismo, se ha incorporado **ANCERA** como su representante en el acuerdo voluntario para la gestión de baterías plomo-ácido.



Las distintas líneas de productos y servicios del **Grupo Serca-S'Energy International Distribution Aftermarket Parts** fueron motivo de consulta en un stand siempre abarrotado. La red de talleres **SPG, Professional Plus** o el programa para el taller **Serca Gestión**, fueron de los que más interés despertó.



**PATXI GOÑI**, NUEVO DIRECTOR GENERAL DE AS SL, JUNTO CON SU DIRECTOR COMERCIAL, **ENKO UJUÉ** Y SU DIRECTOR DE MARKETING, **KIKE IRIARTE**, CHARLARON CON NOSOTROS EN LA FERIA

## “AS va a pelear por cada catalizador que hay en el mercado”

Pese a no ser expositores, no se quisieron perder la última edición de **Motortec A.I.** como parte del sector que son, y nos vinieron a encontrar para contarnos cómo se plantean el futuro tras los cambios de directiva.

### ¿Cómo ven la feria?

**Patxi Goñi:** Pues la vemos bastante bien. La última edición recuperó un poco el pulso, ya que las anteriores habían ido en franca decadencia. De todas formas, debemos decir que no es un problema exclusivo de **Motortec**, sino que el concepto ferial está en revisión desde hace tiempo: en París, Roma, Turín, etc. y más en estos momentos en los que las compañías están reduciendo los presupuestos para acciones de este tipo.

**Eneko Ujué:** Hemos visto la internacionalización como un aspecto algo más trabajado en esta edición. Lo que anima al expositor porque se consigue ampliar su campo de negocio.

**Y, ¿cómo está AS? ¿asentada en lo que a cambios de directiva se refiere?**

**P.G.:** Pues después de 20 años completamente estable, en un año han coincidido en el tiempo todos los movimientos que conocemos. No ha habido

inestabilidad de la empresa, aunque se haya podido pensar; en la reunión con los representantes, lo que les decía es que el vivo ejemplo de que la situación no es problemática soy yo mismo: llevaba 10 años trabajando en el apartado de exportación en Icer, si he dado el paso, es que estos cambios ha sido una coincidencia en el tiempo; tras un periodo de adaptación, lo que está claro es que el equipo está reforzado: Alejandro ha entrado para exportación, Eneko sigue en el mercado nacional y algunos del Sur de Europa y yo, por mi parte, espero poder volcar la experiencia de mi anterior puesto y expandirnos en nuevos mercados.

**Porque AS sigue poniendo el acento en exportación...**

**Kike Iriarte:** Sí, es el 90%.

**P.G.:** Pero estamos manteniendo el mercado español; en ningún momento nos hemos planteado recortar al equipo que lo atiende como



han hecho otras compañías, sino al contrario, hemos incorporado más equipo siendo en total 18. El mercado español interesa, aunque siendo líderes del mercado se trata más bien de mantenerlo: nuestro mensaje es que AS va a pelear por cada catalizador que hay en el mercado.

De hecho, la compañía ha ampliado su capacidad productiva y ahora AS está a un 50% de su potencial en fabricación; estar a plena capacidad es nuestro objetivo.

**¿Cuáles son los mercados en los que están pensando para expansionarse?**

**P.G.:** El primer problema es que es un producto acotado por las legislaciones medioambientales, no es un producto de desgaste, así que en los países donde esta legislación no existe la entrada es minoritaria porque no hay producto homologado sino productos universales, reparaciones, o incluso nada.

Tenemos una gran presencia en Francia, Reino Unido, Alemania, pero aún queda mucho por hacer, mucho recorrido en Europa occidental.

**K.I.:** También en países del Este de Europa que pertenecen a la comunidad, y que tienen la



**Tenneco** regresó a la feria con un tráiler. Era el utilizado en la campaña **Tenneco on Tour** a través de la cual esta multinacional difunde la oferta (componentes de dirección, suspensión, escapes, etc.) y las herramientas (comerciales, de marketing, promocionales...) que proporciona a sus clientes de posventa.



**Volkswagen-Audi España** eran los únicos representantes de la posventa del canal constructor en la feria. Informaban a los profesionales sobre su gama de recambios oficial y de intercambio (baterías, discos y pastillas de freno, parabrisas, piezas de carrocería, o filtros de habitáculo) que comercializa su red de concesionarios y servicios oficiales de cada una de las marcas, a través **Nora**, el canal de venta externa en la red.



**Webasto Thermo & Comfort** potenciaban su presencia en el mercado de automoción tras la integración de las líneas de productos **Webasto** y **Diavia**, destacando las sinergias que ofrecen al taller y usuario final en el campo de la climatización, calefacción y aire acondicionado, cada una líder en sus segmentos y daban a conocer el interesante **equipo de aire acondicionado autónomo Cool Top Vario 10E**.



misma legislación pese a que haya moratorias, aplazamientos etc. Es una realidad que vendrá, y por ello son mercados emergentes a futuro para los catalizadores homologados.

**P.G.:** De hecho, ya tenemos abiertas algunas operaciones, aunque no sean de grandes volúmenes, ya que hay que empezar por algún lado, y estar preparados para que, cuando esos mercados hayan madurado para el catalizador, estar allí y crecer con ellos. son "emergentes" para esos productos, "maduros" para productos de mantenimiento.

**E.U.:** Otro de los problemas que teníamos en esos mercados es que el parque era muy antiguo y las marcas europeas no habían entrado con fuerza; ahora hay una renovación del parque automovilístico y el catalizador está contemplado dentro de las piezas a tener en cuenta en la posventa de esos países.

**¿Favorece, perjudica o da igual la situación de Klarius en esa política en el mercado español?**

**P.G.:** Favorece a todos que operamos en escape silenciador y catalizador, porque ahora todos vamos a querer hacernos con esa parte. Dando por hecho una demanda más-menos estable, la salida de un actor siempre supone reposicionamiento de cuotas, sin contar con el tema de los reparadores, que debería contemplarse como un problema cuyo impacto se debería minimizar entre fabricantes y distribuidores. Aunque creo que los movimientos han sido rápidos y ya se han producido, aunque queda por ver que se materialicen.

**K.I.:** Quizá en escape y catalizador tampoco tenía una gran presencia, aunque es una parte

que está ahí, y habrá que ver si al final es lo que cada uno esperaba.

**E.U.:** Nunca es una buena noticia que un fabricante desaparezca del mercado porque implica que algo no deseable está pasando; la crisis no solo es un problema con las cifras de renovación del parque, sino que afecta a las empresas de componentes. Cuando ha habido un problema, si en el mercado estamos cuatro marcas, las otras tres se han movido rápido.

**K.I.:** De todas maneras, nuestro principal competidor no es ninguna de las marcas de componentes, aunque estemos atentos a lo que hagan, sino el repuesto OES ya que es el que mayor cuota tiene; para nosotros es mucho más relevante lo que haga origen.

**Productos de calidad dudosa...un tema que estaría muy cerca de los "reparadores" que ha mencionado, ¿Qué opina al respecto, siendo una compañía que invierte en I+D, en servicio y en homologaciones?**

**P.G.:** Efectivamente, es un tema en el que deberíamos ir todos de la mano para evitar la entrada de producto de calidad u homologación dudosa o inexistente.

**K.I.:** Pero es que es un tema que depende de las entidades y administraciones u organismos, quizá en las ITV, consumo, etc.; a los fabricantes que cum-

plimentamos normativas es más fácil hacernos un buen seguimiento, pero a los que no la siguen, eso es difícil. Siempre va a haber clientes potenciales para estos productos (y más como está la economía) todos buscamos productos más económicos cuando somos consumidores.

**P.G.:** También la propia Distribución debería involucrarse en esa problemática. Aunque la Administración es quien debe medir a todos con el mismo rasero. No puede ser que a quien ha demostrado tener una apuesta clara por la calidad, la inversión en homologación, sea a quien más se controle, siendo muy laxos con los demás.

En cualquier caso, AS sigue teniendo su mirada puesta en la calidad y la homologación, aunque suponga perder una parte de la cuota (entendiendo, también, que quizá esa cuota no es el tipo de mercado que nos interesa). ●

**i** [www.as-sl.com](http://www.as-sl.com)







**LAS  
CELEBRACIONES  
NOCTURNAS,  
COMO  
COMPLEMENTO  
A LAS JORNADAS  
DIURNAS**

# Sector de día y de noche

Tras las intensas jornadas de los pabellones, este año pudimos relajarnos en los mejores locales de Madrid, de la mano de los expositores.

Y ello para asistir a los eventos que querían compartir con el sector.

## TAB: unos resultados de lujo

TAB Spain, la delegación española de la eslovena TAB Batteries, quiso compartir los éxitos del pasado ejercicio con todos aquellos que han aportado su esfuerzo en la consecución de su actual posición en el mercado.

Para ello, organizó una fiesta el viernes 15 de marzo a las 21h (tras el tercer día de **Motortec A.I.**, en la que exponía) en uno de los actuales clubes de referencia de la noche madrileña, la sala **MOMA**.

A la misma, se dieron cita un grupo selecto de profesionales vinculados con la empresa y su devenir en el mercado, entre los que se encontraban los representantes de los Grupos de Compra, Distribuidores y Representantes, directivos de la central eslovena, y el equipo de la filial, encabezados por su director general, **Joan Alcaraz**, además de la directiva de la feria y miembros de la prensa especializada de anfitriones de la velada.

La firma especialista en soluciones para baterías, cerró un buen ejercicio 2012. **Joan Alcaraz**, en su intervención, comentaba aspectos como el aumento sus ventas en un 12% y su facturación en un 15%. Parte de este logro se debe al hecho de haber potenciado su presencia en los Grupos de Compra, con los que ya venían trabajando en años anteriores, dotándoles de una política comercial bien definida y un plan de formación sólido.

Tras sus palabras, los asistentes pudimos contemplar las evoluciones del mago **Luis Boyano**, un artista con diversos premios; entre ellos, el Premio Mundial de Magia por la Federación Internacional de Sociedades Mágicas (Lisboa 2000).

Y es que la compañía realizó un gran esfuerzo productivo que ha completado la nueva gama de baterías de automóvil con NANO-tecnología y la gama **STOP&GO** gracias a toda la red de distribución. Además, la gama de baterías de moto se

ha consolidado con un incremento en las ventas superior al 200% con respecto a 2011, lo que ha requerido la apertura del almacén de Barcelona que se encarga de la distribución de estas baterías al mercado de dos ruedas en toda Europa. Todo ello se daba a conocer de forma "oficial" en su stand, donde se podía ver la prestación real de sus baterías viendo en funcionamiento una unidad de su gama *Magic* encerrada en un bloque de hielo a -18°C

Su intervención en el stand refería el sistema *Ecomotion*, con el que se cierra el círculo de la fabricación hasta el transporte del producto usado a las recicladoras (tiene dos una en Eslovenia y otra en Macedonia), ahorrándole un problema al cliente y dando fe de su posición como proveedor global.



## 40 aniversario de Lizarte

**Lizarte** celebraba su 40 aniversario regresando a Motortec A.I. tras 7 años sin asistir como expositor. Los fabricantes organizaron una fiesta **sala Ramsés** para más de 100 invitados, con toda su red comercial y clientes más importantes con motivo de la efemérides. En la intervención del gerente, **Oscar Huarte**, se hizo una valoración de toda la trayectoria empresarial y se rindió un pequeño homenaje a su padre, fundador de la empresa, y a tres de sus representantes que se jubilaban este año.

La compañía volvía a la feria con novedades: las líneas de producto *diesel* y *mecatronics*, una tecnología propia de verificación para productos electrónicos gobernados por CanBus, el Smartcan, y un nuevo producto, la *bomba de aceite* para el grupo VAG.







El Grupo de empresas **Recalvi**, con sede central en Vigo, se presentó por vez primera en **Motortec Automechanika Ibérica** para contactar con sus clientes en un amplísimo stand que aglutinaba todo el potencial que despliegan en el sector de la automoción.



# Recalvi, desembarco de lujo en Motortec A.I.

Un stand repleto a lo largo de los cuatro días de exposición, en la que el numerosísimo equipo humano desplazado a la feria madrileña, de los 300 que conforman el grupo Recalvi, atendían sin respiro a los profesionales que acudieron a visitarles.

Y es que sus líneas de negocio abarcan los ámbitos más diversos y aglutinan todo lo que la automoción pueda necesitar. Desde su nacimiento, en 1984, hasta la actualidad la entidad que dirige **Chema Rodríguez** ha crecido progresivamente, con la idea de ofrecer un servicio completo a los clientes y ha pasado, de ser una pequeña empresa de distribución de piezas de repuesto, a convertirse en un importante grupo especializado en el sector del automóvil.

La red del **Grupo Recalvi** se extiende por toda España y por países de Centroamérica como Cuba, Panamá, Costa Rica y República Dominicana.

La compañía ha ido incrementando sus sociedades hasta conformar un aglomerado que participa en la práctica totalidad de los negocios del sector de la automoción:

- **Recalvi** es una cadena con 32 centros de distribución de recambios, y componentes.
- **Recalvi Origin** especializada en recambios originales de automoción diversas marcas.
- **Moviauto Diva** especializada en recambios originales de automoción, componentes eléctricos y de refrigeración del automóvil e industria.
- **Mundo Quad** es la división de ventas de motos, quads, accesorios y es un concesionario Suzuki-Minelli.
- **Recalvi Color** constituye la división de pintura y anexos, complementada con **Refinish**, como especialistas en el área de chapa y pintura del taller de automóvil y/o industria.

● **Recalvi Store** se especializa en venta de ropa y complementos de competición, accesorios de marcas de motociclismo y automovilismo: son Distribuidores Oficiales del merchandising F1 de Mercedes, BMW, Ducati y en exclusiva para España, Andorra y Portugal, de Ferrari y Fernando Alonso.

● **Recalvi Sport** da cobertura a la venta de accesorios del automóvil y merchandising en su vertiente de competición.

● **Rec Asistencia Técnica** supone la aportación del Grupo a los profesionales para ayudar en asistencia telefónica y online, e información técnica.

● **G.R. Informática** atiende las necesidades de programación de software y aplicaciones informáticas.

Y entre las divisiones más novedosas se hallan **Recalvi Viajes Tour Operador**, una agencia de viajes, y la participación en la sociedad que presenta un vehículo eléctrico, **el Little 4**.







EL PROGRAMA DE ACTOS PARALELOS,  
ABULTADÍSIMO

#Posvenforo

# Eventos a espuertas

Además de la superficie de exposición, la feria contó con un denso programa de ponencias, reuniones de las entidades sectoriales, muestras, premios, etc.

El programa de actos paralelos con los que complementar la manifestación expositiva suponía un abultado grueso en las agendas. Si ya se había iniciado previo a la celebración de Motortec con la **Carrera del Taller**, una vez iniciada la feria y en los **Boxes** emplazados en los pabellones feriales, o en la zona creada específicamente para tal efecto, denominada **Posvenforo**, se pudo asistir a más de 120 actividades y ponencias, además de concursos y premios, que venían a sumarse a las demos o reuniones informativas que los expositores organizaban en sus stands.

## CONEPA: Carrera y Junta Directiva

La Federación Española de Empresarios Profesionales de Automoción, **CONEPA**, calificaba como muy positiva su experiencia en Motortec Automechanika Ibérica: *"La fiesta del sector fue eso: una gran fiesta, en la que se habló mucho menos de la omnipresente crisis que de la necesaria puesta al día de las empresas del sector para seguir manteniendo y reparando los vehículos actuales y cumplir con la función social del taller: contribuir a un parque de vehículos en las mejores condiciones como garantía para la seguridad vial"*, señalaba **Ramón Marcos**, presidente de CONEPA.

La Junta Directiva de CONEPA celebró su segunda reunión de 2013, en la que uno de los puntos del orden del día fue la valoración de las acciones puestas en marcha con motivo de la **"Semana del Taller"**, en la que la federación se implicó a fondo:

En ese sentido, **"La Carrera del Taller"**, celebrada el domingo 10 de marzo, fue una iniciativa nacional destinada a llamar la atención de los conductores sobre la importancia del mantenimiento responsable del vehículo contó con 1500 personas inscritas ayer que iniciaron



Mulafest, un complemento para la personalización.

el calentamiento a ritmos de Zumba, antes de tomar la salida.

Mientras los corredores completaban el circuito (en las opciones de 5 o 10 kilómetros), un grupo de jóvenes estudiantes de FP Automoción, coordinados por el responsable del Área Técnica de ASETRA, realizaban revisiones visuales gratuitas a los vehículos aparcados en las inmediaciones del Parque Juan Carlos I de Madrid, lugar donde se celebró la prueba. En total fueron analizados 350 vehículos.

A destacar que la expedición de **MANN+HUMMEL IBÉRICA**, una de las firmas patrocinadoras del evento, contaba con un nutridísimo equipo de 50 empleados y amigos cuyo autocar salía el mismo domingo a las 6 desde la sede de los fabricantes y que consiguió posicionarse como ganadora por equipos en las dos distancias.

Marcos, entregó a los patrocinadores un trofeo de reconocimiento como "empresas responsables" y aprovechó para dar las gracias una vez más a los que apoyaron la campaña **"Ponte a Punto. Cuidar tu coche es cuidar de ti"**.

Durante la carrera se recogieron unos 250 kilos de alimentos en apoyo de la iniciativa **"kmsxalimentos"**. El material estaba destinado al Banco de Alimentos de Madrid.

*"Entendemos que, con acciones de este tipo, estamos consiguiendo que los talleres sean conscientes de que tienen mensajes interesantes que hacer llegar a los usuarios y el del necesario mantenimiento responsable cala hondo en los automovilistas, como se ha puesto de manifiesto en las repercusiones mediáticas de la iniciativa"*, decía Marcos.

Respecto a la feria, y de una encuesta rápida realizada entre los talleres que visitaron el stand de CONEPA durante los cuatro días del certamen, destacaban que el principal motivo para acudir a la feria fue el interés por conocer la oferta más actualizada en maquinaria y equipos de taller con vistas a realizar inversiones. Le sigue en este ranking la obtención de información sobre novedades en piezas y componentes y, en tercera posición de nuestro particular podio, el conocimiento de herramientas de acceso a información técnica y gestión.

Otra conclusión interesante recogida por CONEPA fue el 'rejuvenecimiento' de los visitantes: *"No podemos basarlo en datos concretos y comparativos, pero sí tenemos la impresión de que el visitante de Motortec Automechanika Ibérica 2013 ha rebajado su edad media con respecto a anteriores ediciones"*, indicaba el máximo responsable de CONEPA.



## II Encuentro de Redes de Talleres

Dentro del programa de conferencias y debates *Posventa Plural* se celebró el **II Encuentro de Redes de Talleres** que abordó tres grandes temas: las **nuevas tecnologías en los talleres**, el **cliente corporativo** y el **cliente on line**. Sobre la primera cuestión, **Enrique Gómez**, de la consultora **The Hub Automotive**, presentó el “**Estudio sobre implantación, uso, función fidelizadora de las nuevas tecnologías (de diagnóstico de averías y de gestión del negocio) en los talleres de reparación de vehículos adheridos a redes**”. Algunas de las conclusiones más interesantes fueron que los talleres más grandes y los que pertenecen a alguna red tienen mayor facilidad de acceso a las herramientas de información técnica así como a las herramientas de valoración de siniestros. Posteriormente, directivos como **Ricardo Crespo (Autofit)**, **Joan Rubí (Magneti Marelli-Checkstar)**, **Álvaro Muñoz (Servicios Asociados Hella)**, **Juan Carlos Rico (SPG Talleres)** o **Eduardo Fernández (Red Denso)** debatieron sobre las redes de talleres como catalizadores de la evolución tecnológica en el taller de reparación.

Sobre el **cliente corporativo** debatieron **Joaquín Gómez-Barquero (Arval)**, **Miguel Ángel Gavilanes (Bosch Service)**, **David Álvarez (Eurorepar)**, **Vicente Pascual (Midas España)** y **Victoria Ortega (Repanet)**. El **cliente on line** fue abordado exponiéndose un caso práctico, las **Road Stories** de Euromaster, ejemplo de marketing on line y social media para redes de talleres.

La principal conclusión de este Encuentro fue que pertenecer a una red de talleres aporta un mayor y más fácil acceso a las nuevas tecnologías, redes sociales o herramientas de gestión y permite una más rápida adaptación a los cambios por parte de los talleres.

### Contra la piratería

**CAPA**, Asociación Antipiratería para el Automóvil, organizó una mesa redonda durante los días de **MOTORTEC**, en ella se puso a debate la problemática de la piratería en el software y equipos de diagnóstico.

La mesa formada por Carlos Sánchez de MIAC



El posvenfórico acogió diversas reuniones temáticas en las que reflexionar y conocer datos sobre las cuestiones de interés del sector.

(representa a AUTOCOM); Agustí Valls, abogado contratado por CAPA; Francesc Sesé de ETAL IBÉRICA (representa a AUTODATA) y Miguel Ángel Cuerno, Presidente de CAPA, debatió sobre el tema de la piratería y como afecta al sector.

“*Es imprescindible proteger la propiedad intelectual e industrial en todos los ámbitos*” recalzó **Miguel Ángel Cuerno** en sucesivas ocasiones, así como luchar contra la piratería tanto en el software como en los equipos de diagnosis.

**Francesc Sesé** comentó que el AUTODATA es uno de los software más copiados y que comprar un software ilegal perjudica al taller porque la última versión de AUTODATA es on-line y el que actualmente se piratea es para instalar ya que la versión on-line es imposible piratearla. Cuando un taller compra un AUTODATA pirata está comprando una versión antigua, motivo por el cual no incluye todas las actualizaciones, novedades, etc. Francesc Sesé quiso dejar claro que todo lo que comentaba también vale para otras marcas.

“**Los perjudicados ante equipos y software piratas no solo son las empresas a las que se piratea, sino que también perjudican al resto de las empresas que tienen equipos en el mercado y al usuario final**”, comentó **Carlos Sánchez**.

Algunos de los asistentes plantearon como posibilidad **el hacer públicos los nombres de las empresas que utilizan equipos o software piratas**.

### ANECRA y CETRAA: IV Convención Ibérica de Reparación del Automóvil

El encuentro entre las dos instituciones reparadoras de la península ibérica sirvió, para estudiar en conjunto los principales problemas del sector permitiendo fortalecer una relación de trabajo que seguirá desarrollándose en el futuro.

El primer tema tratado fue el de la **formación del sector**. Se valoró positivamente la iniciativa puesta ahora en marcha en España de la *Formación Dual* que permite a los jóvenes desempeñar su primera experiencia laboral dentro del

proceso formativo. El aprendiz recibe en la empresa una formación práctica. En la escuela se complementan los conocimientos prácticos con bases teóricas. De este modo se adecua la formación a las necesidades de la empresa.

A este respecto tanto ANECRA como CETRAA coincidieron en subrayar que la disminución de las ayudas estatales a unos mínimos dificulta en gran medida que las asociaciones puedan desarrollar sus planes formativos por lo que se deberán buscar otras vías de financiación ya que el reciclaje profesional y la formación en las nuevas tecnologías y técnicas de reparación es fundamental para el futuro de los talleres.

Con el objetivo de la mejora de la formación se planteó estudiar la posibilidad de que alumnos españoles y portugueses puedan realizar intercambios escolares a través de programas con fondos comunitarios.

El papel y la actuación de las **aseguradoras** fue otro de los puntos clave en el orden del día. La confederación expuso que en nuestro país este colectivo no siempre actúa de forma ética, sometiendo cada vez a más presión a los talleres con sus políticas de tasación, imposición de precios de reparación y desvío de reparaciones a otros talleres. Frente a este dilema, ANECRA aportó una posible solución basada en su propia experiencia. Al enfrentarse al mismo problema, la asociación portuguesa optó por redactar un protocolo de actuación que fue firmado por APS (Asociación Portuguesa de Aseguradoras) representando así un paso importante en el acercamiento entre las compañías de seguros y los talleres asociados de ANECRA. Según el escrito, el último responsable del vehículo es el propietario de dicho vehículo. De esta forma se establecen algunas máximas como la libre elección del taller sin ningún tipo de presión por parte de la aseguradora, o el seguimiento de la reparación por parte de técnicos (designados por la compañía de seguros) desde el comienzo de la reparación hasta su finalización.

En el caso de que algunas reparaciones presenten circunstancias particulares y no se llegue a un entendimiento, se ha establecido un Centro de



Una de las ponencias del II Encuentro sobre Gestión en el Taller de Carrocería





Foto oficial con todos los premiados en la Galería de la Innovación 2013.



Arbitraje del Sector del Automóvil, completamente objetivo, para lidiar entre las dos entidades y llegar a un consenso.

El protocolo no sólo alivia notablemente las fricciones entre los dos gremios interesados, sino que también permite simplificar los mecanismos y trámites que afectan a los conductores, los talleres y las aseguradoras. La coyuntura económica en ambos países ha fomentado la proliferación de **talleres ilegales** y, si bien en España se habla de un 20% de talleres clandestinos, en Portugal la cifra asciende al 50%. Estos talleres representan un claro problema por distintos motivos: favorecen la economía sumergida e incurrir en un significativo fraude fiscal, generan una competencia desleal de cara a los talleres legales que sí cumplen con las regulaciones, suponen un peligro de cara a la seguridad vial al utilizar recambios, herramientas y maquinaria insuficiente y/o inadecuada e incrementan el impacto de los vehículos en el medioambiente al no cumplir con la normativa de recuperación y reciclaje.

Para tratar de paliar esta situación con tendencia al alza así como otros asuntos actuales propios del sector de la reparación del automóvil, ANECRA ha redactado un manifiesto que ha sido presentado a la mayoría de los órganos institucionales portugueses. El documento oficial pretende hacer un llamamiento indicando 14 peticiones como la concesión de créditos bancarios, la modificación o implementación de algunos puntos en la legislación sobre el proceso de reciclaje o la adopción de nuevas medidas contundentes que permitan combatir a los talleres ilegales.

El documento, traducido y puesto a disposición de los allí presentes, fue acogido con sumo interés por la confederación como apoyo a las futuras acciones que se emprenderán.

Por su parte CETRAA propuso algunas medidas prácticas para la persecución de talleres fraudulentos. Una de ellas proponía que un vehículo rechazado por la ITV debería presentar una factura de reparación en la siguiente inspección para poder darla por válida.

## Galería de la Innovación: cuadro de honor

Uno de las iniciativas con mayor tradición en Motortec Automechanika Ibérica son los **Premios de la Galería de la Innovación**, que reconocen las innovaciones más destacadas para la posventa del automóvil. Durante los tres días del certamen se pudo contemplar en el pabellón 10 los productos ganadores y finalistas. En la imagen pueden ver la foto de familia de la entrega de premios.

Los galardonados en esta edición 2013, en cada categoría, fueron los siguientes:

**Accesorios: Ecomatricula**, por su Ecomatricula, una placa de matrícula acrílica.

**Servicios o plataformas de gestión: GT Motive**, por su versión on line de la herramienta de información técnica para el taller Gt Estimate.

**Equipos y soluciones de diagnóstico: Hella**, por su equipo Hella Gutmann Mega Macs PC.

**Lavado: Istobal**, por su nuevo equipo de lavado con Laser Control.

**Vehículo Industrial: Mann+Hummel Ibérica**, por su gama de filtros GST (tecnología *Glue String*) de aplicaciones industriales y de obra pública.

**Estaciones de Servicio: Medición y Transporte**, por su nuevo surtidor E30 con calculador EAS2.

**Carrocería y Pintura: Retocar Express**, por el Shim-Mask.

**Componentes Eléctricos y Electrónicos: Robert Bosch**, por su sistema de inyección directa de gasolina GDI de segunda generación.

**Equipamiento y Herramienta para Taller: Xenum NV**, por su limpiador del colector de admisión y válvula EGR Xenum lflux 100.

El neumático reciclado

La **exposición "Recicla y Sonríe"** de TNU, el Sistema Integrado de Gestión de Neumáticos Fuera de Uso, estuvo en Motortec A.I., después de ser visitada por más de 5 millones de personas en 25 ciudades.

Esta exposición itinerante, formada por paneles interactivos, difunde la importancia que tiene en nuestra sociedad el reciclaje de neumáticos usados, ya que si no se reciclan correctamente, tardarían más de 1.000 años en desaparecer de la naturaleza.

La exposición explicaba también los más novedosos usos que se les da a estos neumáticos, como convertirlos en guardarrailes con base de caucho, más seguros para los motoristas; vías de metro más silenciosas y seguras; obtención de biogás a partir de este residuo; carreteras más seguras y adherentes, así como los destinos más habituales como pistas de atletismo, césped artificial, aceros de 1ª calidad, etc. y sobre todo lo más ecológico, renovarlos para convertirlos otra vez en neumáticos listos para circular.

En España cada año se consumen más de 35 millones de neumáticos nuevos que posteriormente habrá que reciclar y la cantidad va en aumento, ya que cada año se desechan más de 200.000 toneladas de este producto petroquímico.



Exposición Recicla y Sonríe de TNU



**motortec**  
**automechanika**  
IBÉRICA

Feria Internacional de Componentes, Equipos  
y Servicios para la Automoción

PRÓXIMA EDICIÓN  
**Marzo**  
**2015**  
**Madrid**

**GRACIAS** por haber hecho posible la  
**GRAN FIESTA DEL SECTOR**  
**¡Nos vemos en 2015!**

### En 2013...

- 487 expositores directos de 19 países.
- 24.527m<sup>2</sup> netos de exposición.
- 41.149 participantes profesionales de 84 países.
- 1.001 invitados de 51 países a través del Programa de Invitados.
- + de 120 actividades, ponencias y demostraciones en vivo.



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

Con Licencia de:



messe frankfurt

ORGANIZA



IFEMA  
Feria de  
Madrid





**SE CELEBRÓ EL 10º ANIVERSARIO DE YUASA BATTERY IBERIA EN MADRID**



Y por fin la fiesta. La noche del 14 de marzo, para sacarse el polvillo blanco de las moquetas feriales, se convocaba a distribuidores, representantes, personalidades del sector posventa, además de la prensa, a la celebración del aniversario del fabricante de baterías.

# Por todo lo alto



Juan Ignacio Egea, director general de Yuasa Battery Iberia, con Miguel Menéndez, responsable de CECAUTO Distribución.



Miguel Ángel Cuerno, presidente de ANCERA y las distintas entidades a las que hace de paraguas (AECAR, ARPA, etc.), y Benito Tesier presidente del Clúster de Automoción de Aragón y director general de Brembo España, con Egea.



Alejandro Vicario, gerente de CGA, acudía a la cita con Yuasa.



La vicepresidente de CGA, Lourdes San Emeterio, participando en la celebración de sus proveedores.



El cómico Leo Harlem fue el encargado de sacar sonrisas a los más de 200 invitados.



Harlem, presentando a Juan Ignacio Egea, quien dirigió unas palabras de agradecimiento a los invitados.



Pascal Marciano, director comercial de Yuasa Europa y Presidente de Yuasa Iberia, en su intervención.



La prensa participó en la celebración. El equipo de nuestra editorial acudió a la convocatoria.



Entre la agenda de eventos que iban a tener lugar en Madrid durante las fechas de la segunda quincena de marzo, una que no quisimos perdernos: la celebración por todo lo alto del 10º aniversario de **Yuasa Battery Iberia**.

Para ello, se convocó a casi 200 invitados a asistir a una velada en la conocida y selecta discoteca Gabana, donde pudimos encontrarnos con nombres propios del sector (distribuidores, directiva de grupos, miembros de las asociaciones de la posventa, proveedores, prensa y demás amigos) que acompañaron a un plétórico **Juan Ignacio Egea** director general de la compañía y el resto de su equipo. Egea, en su intervención, agradeció el apoyo de los más de 200 asistentes asistentes a una empresa que partió de ser un solo miembro (el propio Egea, su portátil y su vehículo) a constituir un cohesionado y entusiasta grupo de 12 profesionales en las oficinas, más los 4 agentes comerciales, que, a base de tesón y seriedad, han conseguido posicionarse en el podio de los fabricantes de baterías de automoción presentes en el mercado, gracias a la confianza que los clientes "con quienes hemos logrado formar equipo en unos momentos de crisis económica, además de moral". La compañía es, a día de hoy, el líder de ventas en nuestro país, en Europa y en el mundo, de su gama de motocicletas "gracias a que equipamos en origen a la mayoría de motos de todas las marcas", como comentaba Egea, y una de las más reconocidas compañías proveedoras en el área de industria.

Egea lanzaba el reto de seguir creciendo a base de defender los valores y una forma de actuar en la que creen.

Como amenización, el conocido cómico **Leo Harlem** estuvo sacando sonrisas, cuando no abiertas risas, entre los asistentes. ●

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



## Bujías de encendido e incandescencia

# un mercado en movimiento

**El mercado de reposición de bujías de encendido e incandescencia se ha mostrado muy activo en los últimos meses. Muchos proveedores han introducido nuevas marcas a su cartera de productos, se han producido trasvases de marcas de unos proveedores a otros, numerosas han sido las novedades presentadas.... Esta vitalidad es una buena noticia dentro de la apatía general.**

La **bujía** es un producto atractivo para la distribución de recambios. El hecho de ser una **pieza de obligada reposición** le permite mantener el tipo en cuanto a ventas, lo que no pasa desapercibido. Y a las pruebas nos remitimos, en los últimos meses este **mercado posventa** ha tenido una **gran actividad** con varios movimientos y operaciones comerciales de gran calado: **Federal-Mogul** ha asumido la distribución de Beru, hasta ahora en manos de **Grovisa**; ésta ha presentado un nuevo y potente programa de encendido que incluye la oferta en bujías de las marcas **Hidria, Brisk y Denso**; **Bosch** ha lanzado las avanzadas bujías *pin-to-pin*, **Magneti Marelli**, nuevo catálogo, NGK nuevos calentadores, etc. El mercado se mueve, síntoma de que está vivo y activo en unos tiempos que no invitan a ello.

### El día a día

El mercado posventa de las bujías de encendido e incandescencia también acusa la situación que llevamos describiendo desde hace muchos (demasiados) meses: menor kilometraje de los vehículos, aumento del intervalo entre revisiones, menos visitas al taller, etc. Sin embargo, es un componente imprescindible en el funcionamiento y el mantenimiento del vehículo lo que obliga a su reposición, factor que compensa a los anteriormente descritos. Además, el envejecimiento del parque implica que estos vehículos tengan que acudir con más asiduidad al taller. El resultado final es que se detecta una **caída en las ventas** (también duran cada vez más) **pero su situación es estable** dentro del marco general de la posventa.

Con todo, la **falta de mantenimiento** de muchos vehículos afecta a las ventas tal como describe un destacado fabricante: *"el prolongado decrecimiento de ventas de vehículos nuevos está provocando un envejecimiento del parque. Actualmente, casi el 40 por ciento de los vehículos tiene más de diez años y, al contrario que los vehículos nuevos, los antiguos tienen una mayor necesidad de mantenimiento. Sin embargo, sus propietarios buscan invertir lo menos posible y suelen prestar más atención a los recambios de bajo precio ya que el valor comercial del vehículo es menor. Debido a la situación económica actual, la necesidad de mantenimiento de los componentes del coche, entre los que se encuentran las bujías, se ve afectada por una serie de factores. Además,*

*del ya mencionado más arriba, los vehículos recorren menos kilómetros y cada vez se realizan menos mantenimientos preventivos. Esto supone que se dejan de cumplir los intervalos de servicio ideales prescritos por el fabricante del vehículo y solo se realizan reparaciones en casos estrictamente necesarios". Esta situación se prolongará según otra fuente consultada: "en los vehículos actuales el aumento de kilómetros entre revisiones provoca que el cliente espere más a cambiar las bujías y en estos tiempos de crisis, en general se demoran más las visitas al taller y, en consecuencia, la reposición de bujías. Por tanto, este doble efecto, mayor intervalo de cambio y menor predisposición a "pisar" el taller, provocará una disminución de cambios de bujías".*

Veamos cuáles han sido los principales movimientos y novedades de los últimos meses en este mercado:

### BOSCH

La gigante alemana conmemora este año sus 111 años como proveedor de bujías lo que da una idea del *savoir faire* acumulado en el desarrollo de este componente del automóvil. Ejemplo de ello es su último lanzamiento, las bujías *"pin-to-pin"* que fueron protagonistas en el stand de **Bosch** en Motortec Automechanika Ibérica. Estas bujías de alto rendimiento y han sido diseñadas para cubrir las necesidades específicas de los motores de inyección directa de gasolina. Tecnológicamente son avanzadas, dos electrodos especialmente delgados, a pesar de la menor distancia entre ellos, proporcionan un alto grado de transmisión de la energía por lo que alcanzan una elevada tensión de encendido, necesaria en los motores sobrealimentados. También merecen especial mención por su tecnología las bujías de incandescencia **DuraSpeed**, capaces de alcanzar temperaturas extremadamente elevadas y con rapidez por lo que están especialmente indicadas para los vehículos dotados con el sistema de parada y arranque Start/Stop. La protección del medio ambiente es otro de sus puntos fuertes gracias a su ajuste de la temperatura de incandescencia al estado de funcionamiento del motor por lo que se reducen las emisiones contaminantes. La gama de bujías Bosch es amplia y cubre todo tipo de necesidades. Para los motores gasolina propone los programas **Bosch Super**, **Super**



# Informe **Bujías de encendido e incandescencia**

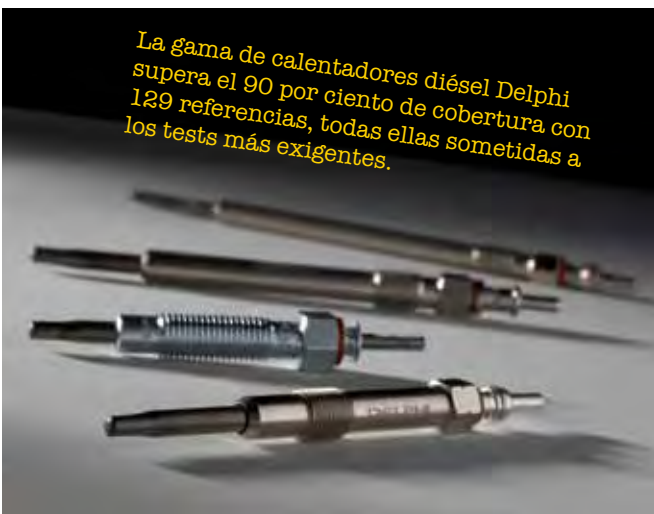


Bujías de encendido Bosch, variantes como las Super, Super Plus, las de platino-iridio o las nuevas "pin-to-pin" hacen de esta gama una de las más destacadas del mercado.

Plus y las bujías de platino-iridio. Las primeras son las más asequibles pero con calidad de primer equipo; las segundas dan cobertura y fiabilidad a los vehículos más populares y las de platino-iridio aportan fiabilidad y suavidad y son ideales para el funcionamiento con gas. Para los motores diésel dispone de las *Bosch Duraterm 11V*, *Duraterm High Speed* y las mencionadas *DuraSpeed*. Las primeras son las de acceso a la gama pero ofrecen una larga vida útil y un arranque en menos de 4 segundos y las *High Speed* arrancan con más de 1.000°C en menos de 3 segundos.

## DELPHI PRODUCT & SERVICE SOLUTIONS

Opera en el mercado posventa con una gama de calentadores diésel **Delphi** que ya alcanza las 129 referencias con las que cubre las necesidades de más del 90 por ciento del parque europeo de vehículos. La calidad es la seña de identidad de esta familia de producto, las bujías Delphi son sometidas a varias pruebas funcionales, pruebas de choque de temperatura, de ciclo de vida y de velocidad de calentamiento con sobrecargas eléctricas que hacen de ellas un producto fiable y de alto rendimiento. Por otra parte, y relacionado con este producto, Delphi ha desarrollado un terminal de conexión Easy-Fit que asegura una conexión segura y cómoda de la unidad de control de bujías para el circuito de encendido. Un anillo de aislamiento ayuda a proteger a la bujía frente a cortocircuitos, separando positivos y negativos mientras que el cuerpo del enchufe está recubierto de níquel para protegerla contra la corrosión además de facilitar la sustitución. Trabajando junto con el serpentín de calentamiento, la bobina reguladora controla las temperaturas en el motor lo que ayuda al motor a funcionar suavemente y a reducir emisiones. La bobina de calefacción funciona en paralelo con la bobina reguladora para alcanzar temperaturas de base de hasta 850°C en menos de 4 segundos asegurándose así un rápido encendido.



La gama de calentadores diésel Delphi supera el 90 por ciento de cobertura con 129 referencias, todas ellas sometidas a los tests más exigentes.

## DENSO AFTERMARKET IBERIA

Desde el pasado 1 de enero comercializa en España y Portugal las bujías de encendido **Denso**, programa compuesto por 658 referencias y que alcanza el 99 por ciento de cobertura del parque. Pueden conocer a fondo esta oferta en las páginas 41 y 42.



Bujías Iridium Power de Denso. Una exitosa línea por su relación cobertura-precio-prestaciones.

## FEDERAL-MOGUL

La multinacional de origen estadounidense ha marcado la actualidad de este mercado al anunciar la compra de la división de bujías de encendido de **Beru** el pasado mes de julio y la distribución en exclusiva en España de los productos de encendido Beru el pasado mes de noviembre. Desde febrero esta distribución es ya una realidad. Toda la gestión comercial y la solicitud de pedidos para los productos Beru se realiza de la misma manera que el resto de marcas y gamas que Federal-Mogul distribuye en la actualidad. Los productos Beru distribuidos por Federal-Mogul son los pertenecientes a la división de encendido abarcando bujías de encendido y de precalentamiento, módulos de control de calentamiento, conectores, cables, sensores y bobinas, sondas lambda, ventiladores y acoplamientos viscosos. La gama de bujías Beru incluye líneas como las *Ultra*, que alcanza, una elevada cobertura con pocas referencias; las *Ultra X*, de elevadas prestaciones o las *Heavy Duty* para vehículo industrial. La gama de bujías de incandescencia propone líneas como las GE y GN con tecnología de dos espirales que aportan duración y fiabilidad. La GE es muy avanzada técnicamente. Pensada para su aplicación en motores de última generación, cuenta con un microcontrolador programable en la unidad de control del tiempo de incandescencia que proporciona un rápido calentamiento de la bujía así como un óptimo funcionamiento. Una cuestión importante, Federal-Mogul sigue comercializando la gama de bujías Champion por lo que pondrá a disposición del mercado posventa dos marcas de referencia.



Desde febrero Federal-Mogul distribuye los productos de encendido Beru, entre ellos sus bujías de encendido e incandescencia.

## GROVISA

La firma distribuidora con cuartel general en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona), almacenes en Bilbao, Madrid, Málaga y Valencia y delegación en Murcia ha sido noticia por haber reestructurado totalmente su oferta en encendido que se presentó en sociedad el pasado mes de marzo en Motortec Automechanika Ibérica. Con la citada reestructuración, Grovisa pone a disposición del mercado posventa la oferta en encendido de cuatro marcas: Hidria, Brisk, Bremi y Denso. Todas ellas están presentes en equipo original por lo que su calidad está más que avalada, disponen de amplias gamas y de un stock



**grovisa**  
S.p.A.



Línea de encendido



Grovisa ha potenciado su oferta en componentes de encendido. Ahora distribuye los calentadores Hidria, las bujías de encendido Brisk y la gama Denso de bujías de encendido e incandescencia.

completo para cubrir las necesidades de los clientes posventa y están incluidas en Tec-Doc. Tres de ellas proporcionan bujías de encendido y/o calentadores diésel. **Hidria** es una marca eslovena de calentadores diésel cuya oferta suma 175 referencias para turismo y vehículo industrial ligero con las que alcanza el 89 por ciento de cobertura del parque de gasóleo. Entre ellas encontramos calentadores con sensor de presión que proporciona información a la unidad de control para optimizar la combustión y reducir emisiones. Este calentador lo fabrica Hidria en una líneas de producción totalmente automatizadas y está disponible en material metálico y cerámico. Por su parte, **Brisk** es una marca checa que proporciona bujías de encendido, concretamente más de 200 referencias que cubren las demandas de más del 80 por ciento del parque de turismos y vehículos industriales ligeros. Su bujía "estrella" es la DOX15-LE1, presente en el equipamiento original de Volkswagen cuyo diseño innovador y el empleo del itrio mejora el arranque y el rendimiento del motor. Con la distribución de la japonesa **Denso** Grovisa ofrece un amplio programa cercano a las 700 referencias entre bujías de encendido y calentadores diésel (133 referencias), entre ellas los bujías con electrodo de masa de platino Iridium Tough o la línea de calentadores cerámicos (ver páginas 41 y 42).

## MAGNETI MARELLI AFTERMARKET

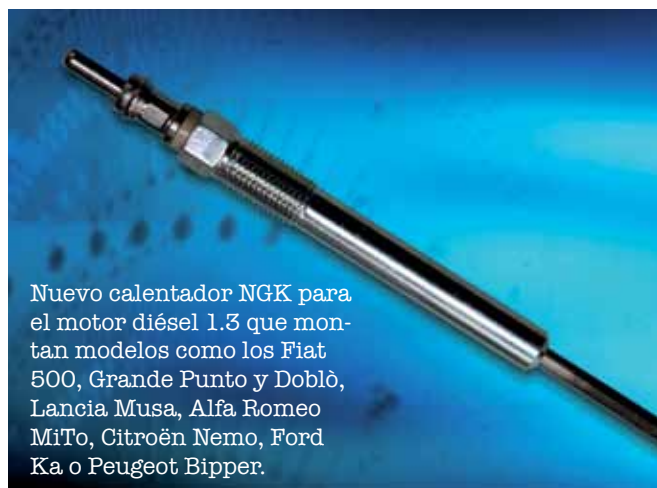
El nuevo catálogo de calentadores Magneti Marelli 2013-14 incorpora referencias de última generación en variantes cerámicas, con punta de 4 milímetros y superrápidas de tensión variable.



La división posventa del proveedor de origen italiano ha puesto al día su gama de bujías de precalentamiento diésel con el lanzamiento del nuevo catálogo **Magneti Marelli** de calentadores 2013-14. Esta nueva edición recopila variantes de un filamento, doble filamento, bujías de precalentamiento de rápidas, ultrarrápidas y de largo posarranque y nuevas referencias de bujías de última generación con punta de 4 milímetros, cerámicas y superrápidas de tensión variable. Las cerámicas marcan la pauta en prestaciones: alcanzan los 850°C en un máximo de 3-4 segundos, alcanzan temperaturas de más de 1.200°C, permanecen encendidas hasta 10 minutos después de la puesta en marcha (las metálicas duran encendidas, como mucho, 3 minutos) y absorben menos potencia, 40W en la poscalefacción frente a los 70-80W de las metálicas. Fabricada con calidad equivalente a la de primer equipo la gama de calentadores Magneti Marelli alcanza el 95 por ciento de cobertura del parque.

## NGK SPARK PLUG EUROPE

La marca japonesa **NGK** es un referente de este mercado, tanto en bujías de encendido (más de 6.200 aplicaciones) con líneas como las *V-Line*, las *LPG LaserLine* o las *Iridium IX* para motores de altas prestaciones como en calentadores diésel (más de 2.200 aplicaciones) con la gama de alta rotación *D-Power* y con un programa permanentemente actualizado. Prueba de esta actualización constante de su gama de bujías de encendido y de incandescencia es el lanzamiento reciente de dos nuevos calentadores diésel con sistema de encendido rápido *Advanced Quick Glow System*. Uno de ellos, desarrollado inicialmente para los vehículos con motor diésel SDE 1.3 Multijet Euro 5 de Fiat, ahora también está disponible en el mercado de reposición siendo la referencia Y9001AS de aplicación en los modelos Fiat 500 (1.3 70 kW), Grande Punto (1.3 63 kW) y Doblò (1.3 66 kW), Lancia Musa (1.3 51, 66 y 70 kW), Alfa Romeo MiTo (1.3 62 kW), Citroën Nemo (1.3 55 kW), Ford Ka (1.3 55 kW) y Peugeot Bipper (1.3 55 kW). El segundo calentador recientemente introducido en la posventa es el Y8008AS o *D-Power 74* y presta servicio a más de cuarenta modelos de la gama Volvo como, por ejemplo, los Volvo C30 (2.4 120 y 132 kW), C70 (2.0 110, 130 y 132 kW), S60 (2.4 93, 120 y 136 kW), V70 (2.4 158 kW) y XC90 (2.4 147 kW). Ambos calentadores son técnicamente innovadores, cuentan con un tubo de calentamiento con un diámetro mucho menor que el de los calentadores estándar mientras que el sistema de encendido rápido *Advanced Quick Glow System* les permite alcanzar los 1.000°C en menos de dos segundos y calentar la cámara de combustión rápidamente para garantizar un arranque en frío fiable, eficiente y con el máximo respeto mediambiental, incluso en las temperaturas ambientales más bajas. La capacidad tecnológica de NGK es muy elevada, prueba de ello es que desde 1996 es el proveedor oficial de bujías de la Escudería Ferrari de Fórmula 1. ●



Nuevo calentador NGK para el motor diésel 1.3 que montan modelos como los Fiat 500, Grande Punto y Doblò, Lancia Musa, Alfa Romeo MiTo, Citroën Nemo, Ford Ka o Peugeot Bipper.

[www.adparts.com](http://www.adparts.com)  
[www.adr98.com](http://www.adr98.com)  
[www.agerauto.es](http://www.agerauto.es)  
[www.bermi.com](http://www.bermi.com)  
[www.bosch-automotive.es](http://www.bosch-automotive.es)  
[www.cecauto.com](http://www.cecauto.com)  
[www.davasa.es](http://www.davasa.es)  
[www.delphi.com](http://www.delphi.com)  
[www.denso-am.eu](http://www.denso-am.eu)

[www.denso-am.eu/catalogue.asp](http://www.denso-am.eu/catalogue.asp)  
[www.dipart.es](http://www.dipart.es)  
[www.exclusivasbcn.com](http://www.exclusivasbcn.com)  
[www.fae.es](http://www.fae.es)  
[www.federalmogul.com](http://www.federalmogul.com)  
[www.gecorusa.com](http://www.gecorusa.com)  
[www.ghibaudiespanasa.es](http://www.ghibaudiespanasa.es)  
[www.groupautounion.com](http://www.groupautounion.com)  
[www.grovisa.com](http://www.grovisa.com)

[www.grupauto.es](http://www.grupauto.es)  
[www.grupocga.com](http://www.grupocga.com)  
[www.holyauto.com](http://www.holyauto.com)  
[www.impormovil.es](http://www.impormovil.es)  
[www.magnetimarelli-checkstar.es](http://www.magnetimarelli-checkstar.es)  
[www.ngk.de](http://www.ngk.de)  
[www.radsa.es](http://www.radsa.es)  
[www.replautotrading.com](http://www.replautotrading.com)  
[www.sunray.es](http://www.sunray.es)

Proveedores  
en la red





## NGK Aftermarket Ibérica, la labor de un equipo motivado puertas adentro, la clave del éxito puertas afuera

# Las caras del

No se trata de que todos los días sean fáciles en las oficinas de la filial ibérica de fabricante, sino de que el equipo consigue hacerlos fáciles, allanando con su trabajo, cohesión y empatía, todos los obstáculos del día a día.

Quien conozca a **Josep Maria Freixes**, el director general de **NGK Aftermarket Ibérica** sabe de su talante particular: un humor muy sutil y algo socarrón, una profunda humanidad, un conocimiento inmediato y acertado del carácter de las personas, y una pasión sin fisuras por las motos, a la que se le une una dilatadísima experiencia en el sector ("a los 17 años ya le vendía a **Josep Bosch**, que se dice pronto"). Andaba organizando mentalmente temas a tratar con su equipo, cuando visualizó lo importante que éste es (empezando por **Carmen Alcoy**, su alter ego en las oficinas y su brazo derecho, y terminando por el último integrante) para la consecución con éxito de lo que él, como *frontman* de la empresa en España, organiza, y la tranquilidad que para él supone estar fuera sabiendo que *back office* las cosas funcionarán.

El equipo que comanda Freixes está compuesto por Carmen Alcoy, secretaria de dirección y responsable de logística, administración y relación con el cliente, que tiene a **Sonia Carles**, como apoyo a su labor; **Mónica González**, coordinadora de logística del almacén, **Jordi Pons**, director comercial y responsable de ventas de Levante, Baleares y Canarias a quienes reportan **Iago Vázquez**, delegado de ventas zona Noroeste, Iván González, delegado de ventas de la zona Norte, **José Ignacio Martín**, delegado de ventas de la zona Centro y **José Manuel Jurado**, delegado de ventas de la zona Sur. Nos fuimos a sus oficinas, y les sentamos alrededor de la mesa donde se reúnen para que nos dieran sus impresiones sobre lo que es para ellos su labor y cómo la viven, qué es lo más importante, lo más complejo, lo más estimulante... porque este equipo destila armonía, y cuando se trabaja así en interno, lo más fácil es que las cosas funcionen externamente como es el caso. Y empieza la charla con muchas anécdotas y risas...

Este es el reportaje que explica quiénes son el equipo humano de NGK, que fue modelado pieza a pieza por Freixes, cómo trabajan y cómo viven esa labor.



El "jefe" del cotarro. **Josep María Freixes** se ha sabido rodear de un equipo capaz, entusiasta, motivado, cohesionado, resolutivo, y que no solo "trabaja" sino que aporta.



**Jordi Pons** es polivalente; a las funciones de director comercial se le añaden la responsabilidad directa de las ventas de Levante, Baleares y Canarias. En su opinión NGK es "Tenaz".

### Carmen Alcoy: "NGK es Cordial"

Carmen es la pieza fundamental del equipo "en la sombra" de NGK; la que lleva 17 años en la empresa; la mano derecha de Freixes, que la fichó porque ya desde el momento de la selección le pareció de un gran dinamismo, y con una personalidad muy afín, pero con mucho criterio.

Para Carmen, NGK queda definida con la palabra "Cordial" y tal como nos dice, lo mejor de las reuniones para que todo funcione "es que partimos de una base en la que nos conocemos bastante bien los unos a los otros; sabemos cuando hay que dejar cuerda y cuando dar un tirón, cuándo plantear las cuestiones y cuando no, para encontrar un mejor momento. Es una cuestión de convivencia, y nos facilita la labor operativa."





Las reuniones de equipo (aunque en esta ocasión faltaban los cuatro delegados de zona) suelen ser un momento de mucha energía...

# éxito de NGK



**Carmen Alcoy** mira sonriente a su "jefe", del que es, tal como reconoce el director de NGK, "su mano derecha". Es la pieza fundamental en la labor back office de NGK Aftermarket Ibérica. Para Carmen NGK se definiría como "Cordial".



**Mònica González**, un lustro ya en NGK, y un apoyo perfecto en la estructura interna. Define la empresa como "Dinámica".



**Sonia Carles** es la incorporación más reciente y una nueva pieza importante del engranaje de NGK. Y define NGK con la palabra "Ágil".

Para ella, entenderse con Freixes es realmente fácil porque tienen un talante muy parecido, transparente, accesible, modelados ambos por su origen de una ciudad pequeña; va a trabajar con ilusión, y lo que más le gusta es que el trabajo no es monótono, que se le plantean diversas cosas que abordar; esos son sentimientos que todos comparten.

Nos cuenta que la rigidez y frialdad de los japoneses es un tópico: "cuando entré a trabajar en NGK, unos años en los que Josep Maria y Jordi estaban casi siempre fuera trabajando, y me quedaba muchas horas sola, mis compañeros japoneses o alemanes consiguieron que me sintiera acompañada, asistida; encontré en los japoneses una gran calidez y preocupación por las personas."

Para Carmen, el momento más duro fue cuando, con la apertura del almacén en 2008 y la necesidad de integrar a los Grupos de Compra en la dinámica comercial, no pudo hacerse cargo ella sola de toda la gestión interna: "modificamos nuestra operativa comercial y se pasó a ampliar la cartera de clientes, hasta llegar a los 300 con que contamos en la actualidad; iba incorporando cada vez más gestión, con la consigna de avisar cuando la envergadura fuese inabarcable; pero, de repente, tras el periodo vacacional, me encontré con una situación absolutamente distinta, porque se había puesto en marcha el almacén: material que recibir, pedidos que gestionar, clientes que atender, etc. Por suerte encontré un apoyo inmenso en mis compañeros alemanes, porque me sinceré y les dije que iba al límite y lo entendieron perfectamente.



# Fabricantes



Josep María es de Valls, donde la tradición catalana de los castellers tiene su corazón con la “colla” “Els Xiquets de Valls”. Imposible levantar una torre humana sin la “piña”: la fuerza de todas las manos trabajando a la vez y con un mismo objetivo. Y eso se traslada a la operativa de la empresa.



Shodo, el arte de la caligrafía japonesa, y el concepto “armonía” (‘wa’) presente en las oficinas. Josep Maria no la mandó colocar por casualidad.

**Una vez más, un equipo**. La incorporación de Sonia, en febrero de 2009 palió la situación, aunque la empresa seguía (y sigue) su ritmo de crecimiento, con lo que *“el ritmo de trabajo sigue siendo alto”*, comenta Freixes.

Y nos explica que está encantada porque su trabajo le permite explorar la creatividad: *“lo que me estimula más es ver que hay una nueva necesidad y crear una herramienta que le dé respuesta. La herramienta de gestión la he creado yo”*.

Carmen vive como momento de mayor ilusión en el trabajo aquel en el que se consigue un nuevo cliente, aunque su satisfacción también radica en contar con clientes con una larga trayectoria en la compañía, y pensando en ello, nos habla de Jordi: *“su labor es increíble; es cierto que tenemos un buen producto, y que está reconocido, pero es que los clientes le aprecian de verdad”*. Y también cuando percibe un entendimiento tal con los clientes que, aunque su labor sea relacionada con la tesorería, recibe sus llamadas para *“hacerme notar que no les he llamado para recordarles que paguen: ‘Carmen que no me has llamado para que pague, ‘yo tengo que pagar!’ les hago un poco de secretaría, soy su extracto.”*

## El equipo de NGK: armonía con los clientes, históricamente

Respecto al aprecio que los clientes sienten por el equipo humano de NGK en España, Freixes puntualiza: *“es cierto que, incluso con las personas que llevan menos tiempo en la compañía, el trato que tiene los clientes es como si se conocieran de toda la vida, realmente muy cordial, porque éstos me lo manifiestan; sin olvidar el equipo de ventas, que también es magnífico: Lo cierto es que todos tienen una facilidad de comunicación estupenda con los clientes; si funciona la comunicación, funciona todo; uno de los grandes problemas de estos tiempos es la falta de comunicación.”*



Jordi es todo corazón, donde caben los productos de la empresa. Y un marino avezado con barco propio, que se conoce cada recodo de las costas del Mediterráneo.

Mónica es muy polifacética: dibuja, de cine, se le da de perlas la decoración de interiores y todo lo que tenga que ver con las manualidades más diversas y las artes visuales



Carmen nos explica la evolución y la forma de trabajar del equipo y su vivencia en el mismo: *“voy contenta al trabajo cada día.”*



Y entonces le preguntamos si es así en todas las NGK's de Europa y del Mundo y nos contesta: *“Es cierto que en España hay una manera particular de hacer las cosas que responde a mi propio talante, porque si estuviera otra personas las cosas tendrían un tono distinto, pero NGK se ha distinguido históricamente por su buena relación con los clientes; la armonía y el trabajo en equipo es una de las constantes en todo el mundo. De hecho, la caligrafía kanji que tenemos enmarcada para decorar la oficina, ‘wa’, quiere decir ‘armonía’; no nos lo trajeron los japoneses: lo puse yo.”*

Su equipo nos comenta sobre él que es cercano, coherente, espontáneo, transparente.

## El equipo comercial

Los delegados comerciales se han ido integrando en los últimos diez años; la selección de personal, a cargo del director general de NGK España trataba de localizar profesionales que encajaran en el perfecto engranaje de la empresa de forma paulatina, tras consolidar las nuevas incorporaciones. Así, los cuatro delegados, que reportan al director comercial (al frente también de las ventas de determinadas zonas) están integrados perfectamente en el personal de las oficinas. ●

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

Carmen es una artista, pero también en la interpretación: actuaciones teatrales en Catalunya con compañías estables y reconocidas así lo atestiguan.



Sonia tiene una voz preciosa y llena de matices. Canta regularmente diversos estilos. ¡Y nos regaló una actuación en directo!







## Denso Aftermarket Iberia lanza el programa de Bujías de Encendido Denso en España y Portugal

# El encendido también es cosa de Denso

Coincidiendo con la pasada edición de la feria de Motortec Automechanika Ibérica y bajo el lema, "Ahora 100% Posventa", Denso Aftermarket Iberia presentó las nuevas líneas de producto que la multinacional japonesa ofrece para el sector de la Posventa Independiente y que desde el pasado 1 de enero su comercialización en España y Portugal queda bajo su responsabilidad.

Después de dos años de su implantación en el mercado ibérico, coincidiendo con la edición de **Motortec Automechanika Ibérica** de 2011, en los que se han desarrollado las líneas de *Térmico Motor* y *Climatización*, durante la siguiente edición de la feria, este pasado marzo, se produjo el lanzamiento del resto de programas que **Denso** dispone para la Posventa Independiente: *Motores de Arranque y Alternadores*, *Escobillas Limpiaparabrisas*, *Sondas Lambda*, *Gestión de Motor* (Caudalímetros, Bobinas de Encendido, Bombas de Combustible y Válvulas EGR) y *Bujías de Incandescencia*; aunque, sin duda, uno de los productos que más interés despertó entre los asistentes fue el programa de Bujías de Encendido Denso.





# Fabricantes

## Bujías de Encendido Denso

El programa de Bujías de Encendido que Denso pone a disposición de la Posventa Independiente consta de 658 referencias y ofrece una cobertura del 99% del parque automovilístico incorporando numerosas innovaciones mundiales exclusivas de Denso. Las bujías de encendido Denso ofrecen al automovilista una optimización del encendido, una mejor respuesta del motor y mayores prestaciones, reduciendo además el consumo de combustible (hasta un 5% dependiendo de la tecnología), las emisiones del vehículo y una duración excepcional (hasta 100.000 km en alguna de sus gamas).

Las gamas/tecnologías que el programa Denso de bujías de encendido incluye son:

- **Gama Standard:** Una bujía de tecnología de Níquel de altas prestaciones gracias a la tecnología U-groove patentada por Denso (ver fotografía que se adjunta dentro de standard - product).

- **Gama Platinum:** Bujía con electrodo central de Platino que reduce significativamente el diámetro del electrodo central con el correspondiente aumento de prestaciones.

- **Gama Iridium:** Bujía con electrodo central de Iridio, tecnología patentada por Denso en 1997 y que se ha convertido en el estándar mundial de las bujías de encendido de altas prestaciones siendo Denso el único fabricante capaz de conseguir un electrodo central de tan solo 0,4 mm. Dentro de esta gama se incluyen:

- **Denso Iridium Power:** Bujía de Iridio que incorpora también la tecnología U-groove y que es sin duda la bujía más conocida y valorada dentro del programa Denso.

- **Denso Iridium Tough:** Bujía que añade a las prestaciones de la Bujía Iridium Power una mayor duración que puede llegar hasta los 100.000 km y específicamente indicada para los vehículos GLP.

- **Denso Iridium Racing:** Bujía destinada únicamente a los coches de competición que incorpora un electrodo de masa de platino.



Denso Iridium Power es un bujía de Iridio que incorpora la tecnología U-groove.

- **Gama SIP (Super Ignition Plug):** Tecnología de Denso que ofrece una reducción del consumo del 5%. Gama exclusiva de Denso montada en primer equipo en aplicaciones Toyota, Volvo, Nissan, Honda, Lexus y Subaru.

- **Gama TT (Twin Tip):** Denso ha desarrollado un programa de bujías de níquel de altas prestaciones con un electrodo central de tan solo 1,5 mm, manteniendo la competitividad de las bujías de níquel. Gama de 13 referencias con una cobertura superior al 90% del parque, lo que la convierte en la alternativa ideal para expositores de mostrador de los distribuidores.


Todo este programa se recoge en el catálogo conjunto de Bujías de Encendido y Bujías de Incandescencia que la marca ha lanzado hace solo unos meses. El catálogo permite una rápida identificación de las distintas bujías (de cada una de las gamas que hemos comentado) disponible para cada aplicación. Esto facilita enormemente el trabajo del distribuidor además de permitirle ofrecer a sus clientes las distintas alternativas que Denso ofrece con una sola búsqueda. Denso dispone además de un catálogo

específico para motocicletas, náutica y pequeños motores, productos en los que Denso tiene una importante presencia y en la que en muchos casos el fabricante exige que la sustitución de las bujías se realice con bujías de la marca Denso.

Existe además un catálogo online totalmente actualizado donde se puede consultar todo el programa de Bujías de Encendido ([www.denso-am.eu/catalogue.asp](http://www.denso-am.eu/catalogue.asp)) también disponible en español.

Este programa ha despertado un gran interés en la distribución, habiendo alcanzado en tan solo tres meses importantes acuerdos con alguno de los principales actores de la posventa española, que han sabido identificar en este programa la oportunidad de diferenciarse de sus competidores con una marca como Denso a la vanguardia tecnológica mundial en este producto.

Denso continuará en los próximos meses consolidando su red de distribuidores para lo que está manteniendo reuniones de presentación de este y del resto del programa Denso para la Posventa independiente con el fin de llegar a nuevos acuerdos de distribución con aquellos clientes que se identifiquen con la marca y la filosofía de la compañía. ●

 [www.denso-ts.com](http://www.denso-ts.com)



Denso ha desarrollado un programa de bujías de níquel de altas prestaciones con un electrodo central de tan solo 1,5 mm.

Denso Iridium Racing es una bujía destinada a la competición e incorpora un electrodo de masa de platino







# ancera en vivo

**XXVI  
CONGRESO  
NACIONAL  
2013  
VALENCIA  
6 DE JUNIO**



ASOCIACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES  
DE EQUIPOS, RECAMBIOS, NEUMÁTICOS  
Y ACCESORIOS PARA AUTOMOCIÓN





44  
Noticias

46  
Eventos:  
Resumen Motortec sector carroce-  
ría y pintura.

50  
Actualidad:  
Concurso Best Painter R-M

54  
Actualidad:  
Audatex presenta su Ire para es-  
tandarizar procesos

NOTICIAS

EL PRIMER TALLER DE ORENSE Y EL SEGUNDO EN GALICIA  
**LASO ASISTENCIA CHAPA Y PINTURA EN LA  
RED FIVE STAR DE DUPONT REFINISH**

Laso Asistencia, ubicado en Ourense, se ha incorporado a la red Five Star de DuPont Refinish con su nueva división de Chapa y Pintura. Esta aventura profesional supone para Laso Asistencia "la diversificación de nuestro negocio para dar a nuestros clientes un servicio completo y de calidad que suponga un valor añadido", explica Luis Laso, uno de los tres socios de Laso Asistencia Chapa y Pintura.

"Decidimos llevar a cabo esta iniciativa asociándonos a la red Five Star de DuPont Refinish porque creemos en su filosofía y porque uno de los socios, Hugo Calvo, ha trabajado con los productos de DuPont Refinish durante 10 años, por lo que nos pareció conveniente apostar por la calidad de producto que conocíamos", continúa Laso. Laso Asistencia se unió a la red Five Star de DuPont Refinish hace 8 meses, convirtiéndose en el primer taller Five Star de Ourense y el segundo de Galicia, ya que la red cuenta con un asociado en Vigo.

Las nuevas instalaciones se inauguraron a finales de Febrero y al evento acudieron clientes, representantes de diversas ramas del sector del automóvil como fabricantes y aseguradoras.

"Laso Asistencia tuvo un magnífico poder de convocatoria para la inauguración de sus instalaciones de Chapa y Pintura, desde DuPont Refinish les felicitamos por el éxito del evento", señala Emilio Santomé Castro, key account manager de DuPont. Estrella Ibarra, responsable de Marketing de DuPont Refinish, señala "este excepcional evento de inauguración refleja la importancia que Laso Asistencia da al marketing y comunicación para estrechar la relación con sus clientes".

Por su parte, Julio Hernández, coordinador de la red Five Star de DuPont Refinish, explica "nos orgullece contar con profesionales como Laso Asistencia para expandir la red Five Star a zonas que todavía no están cubiertas por nuestra red". Francesc Altés, director de DuPont Refinish España, destaca "Five Star es la red de talleres de referencia en España, ya que nuestros 154 socios ofrecen un servicio de reparación de extremada calidad."

Laso Asistencia ofrece sus servicios de 9 de la mañana a 19 horas, sin cerrar al medio día para



dar una mayor flexibilidad horaria a sus clientes. Entre otros servicios, Laso Asistencia Chapa y Pintura también ofrece recogida y entrega del vehículo a reparar, presupuesto sin compromiso, coche de sustitución y reparación exprés. Además, Laso Asistencia será suministrado por el distribuidor de DuPont Refinish Comercial Durán. Laso Asistencia Chapa y Pintura está ilusionado con esta nueva andadura y están trabajando en estrechar su relación con diferentes aseguradoras y concesionarios de compra - venta de vehículos para continuar ampliando los servicios que pueden ofrecer a sus clientes. ◀

www.lasoasistencia.com  
www.dupontrefinish.es

BAJO EL LEMA "ENTRE EN LA PROFIT ZONE!", EL CAMIÓN DEL FABRICANTE ALEMÁN HARÁ PARADA EN PEDROLA, ALCAÑIZ Y ALICANTE DURANTE LA TERCERA SEMANA DE ABRIL

**PROFIT ZONE: LA GIRA PROMOCIONAL DE FESTOOL AUTOMOTIVE SYSTEMS VUELVE A ESPAÑA**

Una vez más, se ofrece a los talleres invitados demostraciones y explicaciones de los procesos y sistemas Festool, para la optimización de la preparación de superficies. Se celebrarán dos eventos en Centro Zaragoza de Pedrola (15 y 16 de abril) y un evento en las instalaciones del Centro Zaragoza en Motorland, Alcañiz (17 de abril). Finalmente, el viernes 19 de abril se organiza un evento en Alicante (en las instalaciones de FEMPA), en colaboración con Comercial Beyser. Un total de 12 distribuidores Festool colaboran en la organización de la gira y se prevé la asistencia de aproximadamente 250 talleres de chapa y pintura en los cuatro eventos.

Con esta exposición itinerante, Festool automotive systems desea cuidar el contacto personal entre el fabricante, el distribuidor y el usuario final. El mensaje principal que se quiere transmitir es que los procesos optimizados de la marca ayudan el taller a ser más rentable: entrando en la PROFIT ZONE.

Entre las novedades de producto más destacadas, está la Generación LEX 3, la nueva gama de Festool para el lijado neumático, disponibles en varios tamaños y ofrecen considerables mejoras con respecto a las máquinas neumáticas tradicionales. Lo más llamativo es su reducido consumo de aire (hasta un 30% menos que otras lijadoras en el mercado), su óptima ergonomía y el hecho que no necesita lubricación para su mantenimiento. Los asistentes al evento también recibirán información sobre las últimas tendencias en reparaciones rápidas (Spot Repair) y nuevas maneras de generar más negocio a través de la promoción activa de estos servicios. ◀

www.festool.es







COMO PARTE DE LA CAMPAÑA DE PRESENTACIÓN DEL BICAPA BASE AGUA PROPONE EL JUEGO "PLAY&SPRAY" EN SU WEB INVITANDO PRIMERO A PINTAR Y LUEGO A PILOTAR UN COCHE DE GRAND PRIX EN UN ENTORNO VIRTUAL

## SIKKENS LANZA AUTOWAVE 2.0

AkzoNobel Automotive and Aerospace Coatings (A&AC) lanza **Sikkens Autowave 2.0** un nuevo estándar en los bicapa base agua por sus grandes avances tecnológicos en las resinas y pigmentos. Gracias a su facilidad de uso y su fiabilidad a la hora de lograr resultados perfectos a la primera, así como a la reducción del tiempo de proceso, Sikkens "pone el turbo" a su sistema de reparación, compuesto por Autowave 2.0, Autosurfacier UV y Autoclear LV Superior. El nuevo Autowave mejorado se irá lanzando de forma progresiva en la región EMEA y su introducción en los mercados de América y del Pacífico Asiático tendrá lugar en 2014.

Autowave 2.0 es el último producto presentado como parte de la campaña *The Painters Campaign*, la cual se engloba dentro de la campaña promocional *Creating Together*. Esta campaña se lanzó el año pasado con el fin de destacar el valor añadido que los productos Sikkens pueden aportar a los profesionales de la reparación. En la página web de Sikkens y en el material promocional, los técnicos de pintura del Centro Tecnológico de McLaren muestran su satisfacción con Autowave 2.0.

Como parte de la campaña de lanzamiento, A&AC también desafía a los visitantes de su página web a jugar a "Play&Spray", invitándoles primero a pintar y luego a pilotar un coche de Grand Prix en un entorno virtual, con uno de los juegos más populares de internet: Mobil 1 Racing Academy. El ganador de la competición tendrá la oportunidad de viajar al Centro Tecnológico de McLaren en Woking, Inglaterra, y unirse al equipo de pintores de McLaren encargado de preparar un McLaren MP4-28 para una carrera de F1. ◀

[www.akzonobel.com/aac](http://www.akzonobel.com/aac)



SE ANALIZÓ LA EVOLUCIÓN DEL GRUPO, QUE ESTÁ INCORPORANDO NUEVOS ASOCIADOS

## PRO&CAR CELEBRA SU VI CONVENCIÓN PRESENTANDO NUEVA IMAGEN CORPORATIVA

Los primeros días de este mes de abril, **PRO&CAR** celebró, bajo el slogan "Juntos Somos Más" su VI Convención en el Hotel Las Arenas Balneario Resort \*\*\*\* GL, de Valencia.

La Convención reunió a prácticamente la totalidad de los distribuidores asociados a la marca, que una vez más se dieron cita en este evento anual, organizado con la intención de exponer las últimas novedades e informaciones de mayor interés sobre el grupo y el mercado del repintado del automóvil en general.

La primera jornada se inició con la bienvenida inicial, presentación de los nuevos asociados (como SAVALPA o Frenos Alcasan), exposición de cifras y explicación de la situación actual del grupo, analizando la evolución del 2011 al 2012 a cargo del director general, **Sergio Salinas**.

Posteriormente, el responsable comercial y de marketing, José Gomar, presentó la nueva imagen corporativa de PRO&CAR, mostrando a todos los asistentes el nuevo logotipo y diferentes elementos con la nueva imagen, como la tarifa o el nuevo packaging de los productos de marca propia. Para finalizar la presentación se proyectó un video que muestra la transición de la actual a la nueva imagen del grupo.

La jornada finalizó con una ponencia del Presidente de A.R.P.A., **Miguel Ángel Cuerno**.

Tras la cena de gala, hubo entrega de reconocimientos y todos los asistentes pudieron disfrutar de la actuación del humorista **Jordi LP**.

El segundo día se trataron temas de orden interno, generando debate entre los asociados. El evento se clausuró con una comida en la que todos los presentes pudieron degustar algunos de los platos más típicos de la zona. ◀

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



## Breves

Con cada pistola SATAjet 4000B, o SATAjet 4000 B RP en versión estándar o digital, **SATA** regala un cinturón de cuero en marrón natural (40mm largo y 127 cm largo, acortable fácilmente) con un aire muy country, en el que las pistolas grabadas en relieve en una hebilla (80x50 mm) color plata antigua (sin plomo ni níquel) no disparan, sino que rocían. La campaña dura hasta el 30 de abril; **Reauxi** pone a disposición de profesional estas herramientas. ◀

[www.sata.com](http://www.sata.com)  
[www.reauxi.com](http://www.reauxi.com)



**Talleres Macario**, con más de 50 años de experiencia en la reparación de la carrocería y pintura de los vehículos, y afincado en Murcia, ha lanzado una propuesta a sus clientes, con el objetivo de que éstos ahorren a la hora de plantearse la intervención en su vehículo.

Los usuarios que acudan a su taller, hasta el 30 de junio de este año obtendrán:

- Un 10% de descuento directo sobre la franquicia del seguro.
- Un 10% de descuento directo si se está en desempleo.
- Un 10% directo si trae a otro cliente al taller.

Para ello, el usuario deberá ser propietario o tomador del seguro del vehículo y, caso de los clientes en desempleo, presentar la tarjeta SEF-INEM. ◀

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





# Terreno de color



La oferta para los profesionales de la carrocería, se encontraba en los pasillos de Madrid. Aunque no de manera avasalladora, algunas novedades interesantes. Les presentamos un extracto de lo allí visto.



Anest Iwata presentaban la WS-400 Evo, una pistola para aplicaciones base agua y disolvente. También presentaban materiales para enmascarar, el Like 90, un film para proteger las paredes de las cabinas.



Apasol hicieron llegar a los profesionales de pintura su oferta en equipos de soldadura para el taller.



Los fabricantes Astra se presentaban en la feria con su equipo Mini Lift, recibiendo una buena acogida por parte del profesional.



Car Repair presentaban una nueva línea de equipos de taller, además de novedades en el campo de los consumibles (junto con dos nuevos burletes), una pintura de acabado "Chrome effect", el barniz Starlack Express (finalista en la galería de la innovación y la nueva pistola GTi ProLite Digital de DeVilbiss).



GT Motive mostraba su solución de valoración GT Estimate en versión online, GT Global, que aglutina el proceso de intervención y autorización de operaciones entre compañías de renting y talleres. Además, el stand contó con la tecnología de "realidad aumentada", y los visitantes pudieron ver a través de sus smartphones o tabletas el vídeo corporativo de la marca. Se realizó un sorteo de diferentes premios entre los asistentes.

Dentro del desembarco de las distintas líneas de negocio de Hella en la feria, se pudo ver la división de químicos, con los productos de Octoral, y los de marca propia Sonne, presentando su acuerdo con Akzo Nobel Coatings para la distribución de la pintura de la marca Lesonal.



ICR Iberia acudían a la muestra con sus fabricados, incorporando el barniz H69 además de los acabados con efecto camaleón, o mate.



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



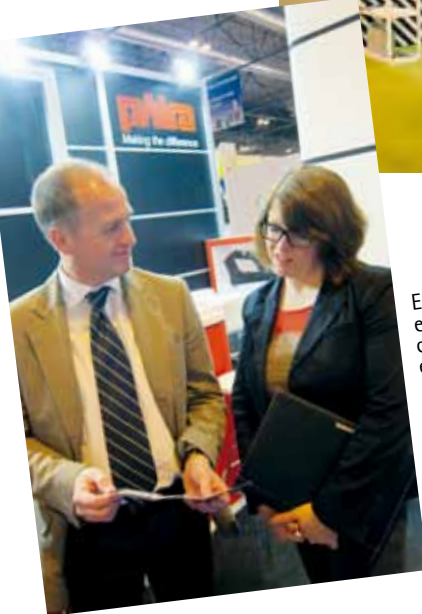


La filial española de los abrasivos de origen portugués **Indasa** se presentaban también en la feria.



**Mirka** presentó la lijadora eléctrica rotorbital **DEROS 650 CV**, la primera lijadora eléctrica con motor sin escobillas y sin transformador y con tan solo 1 kg de peso, que proporciona un extraordinario rendimiento con una máxima extracción de polvo.

El leit motif de **Phira** en esta edición era su APP por la que cualquier usuario puede disponer en todo momento y a tiempo real del catálogo de productos, localizando cualquier pieza, tanto a través de búsquedas por vehículos, por referencias Phira o referencias OEM. La aplicación también permite localizar las piezas certificadas, así como sus informes y certificados correspondientes.



**caar Refinish** presentaba en la feria los productos **caarQ**, una opción para el profesional del taller que, con calidad reconocida, supone acceder a productos con un precio más asequiado.



La compañía **Seicar**, situada en Guipúzcoa, introduce diferentes productos para los profesionales de la carrocería como masilla y selladores en diferentes tipologías y formatos, además de su línea **SeicarPro** que son equipos y herramientas para estos talleres (limpiadora de pistolas, pulidoras, elevadores, secador a infrarrojos para placas de prueba o discos abrasivos).



**Sia Abrasives** tenían un espacio de referencia para la gama **Blue Line**.



**Spanesi** promovían, entre otros elementos, su **Electro Puller**, un sistema de estirado de chapa por batería, su **MiniBench**, un elevador que puede convertirse en banco de tiro, y los paneles endotérmicos de **Martech**, que se instalan en los laterales o zona trasera de la cabina irradiando calor directamente a la chapa del vehículo.







## CON LA IMPARTICIÓN DE 2 CURSOS

# CENTRO ZARAGOZA participa en el Plan de Formación para el Empleo de Aragón

CENTRO ZARAGOZA, tal y como viene siendo habitual, desde el año 2000, ha comenzado a impartir a lo largo del primer semestre de 2013 dos acciones formativas, enmarcadas dentro del Plan de Formación para el Empleo de Aragón.

En concreto son:

- "Operaciones Auxiliares de mantenimiento en electromecánica de automóviles", con una duración de 280 horas y que comenzó el 14 de enero y finalizará el 9 de abril de 2013.
- "Mantenimiento de elementos no estructurales de carrocería de vehículos", con una duración de 370 horas y que comenzará el 6 de febrero y finalizará el 29 de mayo de 2013 .



El objetivo es que el alumno adquiera los conocimientos, habilidades y destrezas básicas de la acción formativa para favorecer la inserción laboral y el desarrollo profesional de los estos alumnos.

CENTRO ZARAGOZA ha sido elegido como centro de formación en las mencionadas áreas porque cumple los requisitos humanos y materiales necesarios para poder ejecutar con garantía éstos programas de formación vinculados tan estrechamente a las medidas de fomento de empleo. ◀

## PARA DAR A CONOCER ALGUNOS DE LOS SERVICIOS QUE CZ OFRECE AL TALLER DE REPARACIÓN DE VEHÍCULOS

# Seminario de presentación de productos de CENTRO ZARAGOZA para FESTOOL

Recientemente ha tenido lugar en las instalaciones de CENTRO ZARAGOZA (CZ) en Pedrola, un seminario técnico formativo dirigido a los delegados comerciales de FESTOOL de España y Portugal.

El objetivo de éste ha sido dar a conocer algunos de los servicios que CZ ofrece al taller de reparación de vehículos, como son, el sistema de facturación electrónica CZplus, el sistema de Certificación de Talleres CZ y el software CZgestión.

FESTOOL ha confiado en los servicios de CZ y los está dando a conocer a su red de talleres QSP a través de sus delegados comerciales, con el objetivo de que los talleres mejoren la productividad y rentabilidad.

Este seminario ha sido un primer acercamiento de colaboración entre ambas empresas que va a tener continuidad con diferentes acciones que se van a llevar a cabo a lo largo del año.

En abril FESTOOL va a organizar unas jornadas técnicas en las dos instalaciones de CZ (Pedrola y Alcañiz). Se trata de la gira promocional PROFIT ZONE. El camión de FESTOOL mostrará a los profesionales de la chapa y pintura cómo convertir sus talleres en PROFIT ZONE: procesos de trabajo eficientes para los mejores resultados –rápidos, fáciles y seguros. ◀





SE CELEBRÓ LA FINAL NACIONAL ESPAÑOLA DEL CONCURSO DE PINTORES JÓVENES DE R-M EN GUADALAJARA

# José Fernando Martín a la Final Internacional Best Painter 2012-2013



El ganador nacional español competirá con el resto de seleccionados de 20 países más de Europa, Asia y África los próximos 8 y 10 de octubre en el centro de Clermont, Francia.

José Fernando Martín de Talleres Marta Móvil, cuyo distribuidor es Autopinturas Ferbel, en Salamanca, ha resultado, con 23 años, el ganador de la final nacional del Best Painter Contest 2012-2013 R-M celebrada el pasado viernes, en su undécima edición, en las instalaciones del Centro de Demostración que la marca posee en Guadalajara, en la que competía con Álvaro Blázquez de Automóviles Damar, Toledo, cuyo distribuidor es Bemcor, Madrid, Isaac Espeleta de Carrocerías Lahuerta, Tudela, cuyo distribuidor es Larra, Navarra y David Moreno de Hispanomoción Zarauco, Zaragoza, cuyo distribuidor es SRC de Zaragoza.

El ganador de Portugal, es Joel Gonçalves; el país luso, dado el volumen de negocio de la marca, celebró por primera vez su propia final nacional la pasada semana en las instalaciones españolas. Los ganadores nacionales español y portugués, competirán con el resto de seleccionados de 19 países más de Europa, Asia y África el 8 y 10 de octubre en el centro que la marca posee en Clermont, Francia.

## Un concurso que reafirma el futuro que hay en la profesión

Tal como explicaba Juan Carlos Lozano, director de la marca en nuestro país, este concurso, el evento más importante para R-M y cuyo lema es "supera la competición con todo tu talento", supone seguir la tradición de apoyar a los pintores jóvenes (todos deben tener menos de 30 años). José Ortega, Jefe de Soporte de Ventas Comercial y María Barbero, técnico de marketing del mismo departamento, comentaban en la jornada (a la que asistieron -además de los cuatro finalistas españoles- los responsables de las firmas patrocinadoras y la prensa especializada) aspectos de la



Durante la celebración de las pruebas prácticas de los finalistas, la prensa pudo visitar la fábrica de BASF.



Juan Carlos Lozano, dando a conocer distintas informaciones sobre la factoría.



Juan Ortega y María Barbero, explicando las características de la final nacional española.





Pruebas teóricas.



Rocío Maldonado, mostrando la herramienta integrada en el Colormaster para facilitar la localización exacta del grado de mate de una pintura.



Distintos momentos de las pruebas prácticas.



Los patrocinadores presentes y los finalistas, posan junto con Sebastián Maroto.



Los técnicos de R-M realizando la valoración de las pruebas prácticas.



Momento de nervios antes de conocer el nombre del ganador...

compañía, como son el patrocinio del Dakar, por segundo año, con el IVECO pintado con los productos de la marca. Barbero señalaba que todos los participantes en el concurso se han beneficiado, en su posterior trayectoria profesional, de haber estado involucrados en el mismo, siguiendo todos trabajando con los productos de la marca. aunque la selección y pruebas son rigurosas. el procedimiento, que arrancaba con el envío de cuestionarios a los distribuidores y clientes de R-M, de los que se seleccionaron 75; por su parte, Ortega resaltaba el mérito compartido con los talleres, ya que son quienes permiten a sus operarios disponer de tiempo para el concurso.

### Árduo final

Los participantes debían mostrar a lo largo de 4 horas su habilidad en dos aspectos: teórico y práctico; los aspectos prácticos del acabado, incluidas la selección de los productos relacionados

con la pintura y sus proporciones correctas a la hora de mezclarlos, la aplicación correcta y los tiempos de secado adecuados, el uso de la tecnología más avanzada HVLP y compatible con pistolas de pulverización, los sistemas abrasivos avanzados fueron los parámetros que los cuatro concursantes tuvieron que manejar, pero contando con la finalización on time; las pruebas teóricas (que estaban relacionadas con la gestión del taller o la identificación de problemas en la aplicación de pinturas), mostradas en imágenes fotográficas, debían resaltar sus habilidades en el entorno del lugar de trabajo. Fueron evaluados por **Sebastián Maroto**, Responsable nacional de Formación de R-M junto con dos técnicos más.

### Patrocinios

El Concurso al mejor pintor de 2013 cuenta con el apoyo de importantes compañías como 3M, DeVilbiss, EMM, RUPES, SATA, además de con

otros socios habituales como Festool, Henkel Teroson, Horn Et Bauer, Celette Celiber, Sagola, Mettler-Toledo, Norton/StGobain y SIA Abrasives, todos ellos líderes reconocidos en sus respectivos sectores.

### Nuevos productos

Mientras los concursantes iban cumplimentando sus pruebas, los asistentes a la final pudimos conocer, gracias a las explicaciones de **Rocío Maldonado**, responsable técnica de la marca, dos nuevos productos que la compañía pone a disposición de todos los profesionales.

El primero de ellos es la nueva herramienta de localización para **acabado mate**, un elemento cada vez más usado para diferenciarse en las carrocerías de los automóviles; este producto, que en origen ya supone un incremento de precio, implica para los pintores un grado especial de dominio, dado que hasta ahora las resinas disponibles para





Los patrocinadores y la propia marca entregaron una avalancha de regalos.



El equipo anfitrión de R-M al completo.



Mientras el equipo técnico realizaba la valoración de las pruebas, la prensa especializada pudo realizar algunas de las pruebas de color que los finalistas habían tenido que superar.

enmatecer requerían una homogeneidad en aplicación muy precisa para poder reparar.

R-M tenía dos lacas *Silica top* (extra mate), y *Satin top*. Combinando la experiencia de ambos productos se ha obtenido una **herramienta para acabados mate** que se incluye en el ColorMaster y que facilita a los pintores la localización exacta de mate, con placas con los diversos grados (de un 10 a un 60% de brillo) y con placas en blanco y negro matizadas, para facilitar más la labor.

El segundo es el **Direct Filler** una imprimación anticorrosión-aparejo que se va a lanzar este verano (tras probarlo el próximo mes los distribuidores de referencia, puesto que ya está testado en Clermont, por si hay alguna modificación que realizar) y que tiene la versatilidad de poder ser

usado como velo anticorrosivo, como imprimación aparejo de 60 micras, o de alto espesor.

## Viendo la fábrica y realizando pruebas de color

Tras las explicaciones de Lozano acerca del Grupo BASF, daba a conocer la realidad de la planta de Guadalajara-Marchamalo, una de las 12 que el grupo posee en todo el mundo, con 30 años en activo (aunque la presencia de BASF en España viene de 1969 cuando el Grupo adquirió Urruzola, en San Sebastián).

La factoría, ocupa tan solo la mitad de la superficie disponible (31 Ha) y tiene tres divisiones tradicionales: *Resinas*, *Pintura1* (más versátil) y *Pinturas2* (para grandes lotes) en marcas R-M y Glasurit

para automoción y Salcomix para industria; es la primera y única planta en España productora de pinturas base agua para OE y exporta a 34 países un 55% de su producción. Una nueva división se creó el año pasado dedicada a morteros, pinturas, masillas, aditivos, etc. para la construcción. La compañía destinó 35 MIO de Euros de inversión en procesos de ingeniería, y nuevos proyectos de renovación.

Tras las explicaciones, **Pablo de la Cruz**, responsable de Calidad, nos guiaba por las instalaciones. La jornada contó también con pruebas de color para los periodistas que supusieron una forma interesante de conocer el funcionamiento del ojo humano y la complejidad del mundo del color. ◀

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





“ Para obtener unos resultados perfectos, necesita al compañero perfecto. **R-M**. Así de sencillo.”

Solamente podrá alcanzar el éxito si trabaja en estrecha colaboración con el compañero adecuado. R-M es el compañero que necesita. No solo le ofrecemos una gama completa de productos de vanguardia. Desarrollamos soluciones destinadas a aumentar el rendimiento de su negocio y del nuestro. En R-M nos mantenemos a la vanguardia de la innovación en el mercado para asegurarnos de seguir siendo el compañero que le ayude a lograr el éxito. Alcanzar la perfección puede ser así de sencillo.

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

Perfection made simple



A brand of

**BASF**

The Chemical Company



## MEJORA LA GESTIÓN Y REDUCE LOS TIEMPOS DE NEGOCIACIÓN PROVOCADOS POR LA DIFERENCIA DE PARECERES ENTRE EL PERITO-ASEGURADORA Y EL TALLER

Se trata de un sistema inteligente de estimación de daños para las reparaciones de carrocería del vehículo; su objetivo es terminar con la subjetividad en calcular los tiempos que se necesitan para realizarlas.

Audatex lanza al mercado de la posventa el IRE (Intelligent Repair Estimator), siendo España el primer país europeo en acceder a él. El pasado viernes, un nutrido grupo de periodistas lo conoció por primera vez convocados por la plana mayor de la filial española de la compañía del Grupo Solera. Javier Velasco, director general, Manuel Ayllón, director de cuentas clave, José Luis Gata, director de posventa de Audatex y Rafael Lorza, director de Inpart se mostraban satisfechos con la nueva herramienta.

### ¿Porqué IRE?

La razón del producto deriva de la realidad percibida tras sus trabajos en RCAR (Research Council for Automotive Repairs) en colaboración con 25 centros de investigación de aseguradoras: un grupo de expertos debía valorar un siniestro y se obtuvieron distintos resultados.

*"Esta es la realidad del día a día en el taller", decía Ayllón "hay partes del presupuesto que no se cuestionan y que se refieren a la sustitución de piezas o el pintado, (dado que existen baremos) pero el problema llega a la hora de asignar los tiempos a la reparación de una pieza".*



## Ire, de Audatex: no más disparidad de criterios

Para ello, STC (Solera Technological Center), una compañía del grupo con sede en Munich, ha desarrollado un programa que se basa en estándares de reparación 100% demostrables y objetivos, capaz de asignar de forma automática los tiempos y materiales necesarios para cada una de las fases de reparación del vehículo que se puede reproducir en cualquier lugar de trabajo, proporcionando en puestos de "recepción activa" presupuestos fiables en segundos.

### ¿Cómo funciona?

Si el pasado año se presentaba el sistema 3D, IRE supone un paso más allá ya que su interfaz hace posible, a través de un software muy intuitivo, dibujar el daño o daños sufridos por el automóvil, "viendo" los elementos "debajo" de la pieza dañada, incluso evaluando el nivel de daño en bajo medio y alto, calculando al instante el tiempo y coste de reparación.

Este producto lleva ya un año de pruebas en talleres y aseguradoras y se ha constituido como un impor-



Javier Velasco, Director General de Audatex, presentando IRE, la nueva herramienta.

tante elemento de diálogo, eliminando conflictos. En el sistema están introducidos más de 600 modelos entre turismos, todo terreno e industriales ligeros aunque la capacidad de la actualización de Audatex (el doble de actualizaciones al año que sus competidores, según decían en la presentación) supone el aumento paulatino de los mismos hasta el cuádruple, incorporando todos los modelos el número VIN.



Javier Velasco y Manuel Ayllón, sobre el IRE

### "ESTANDARIZAR"

Después de haber presentado la herramienta, tuvimos ocasión de charlar con ellos y quisimos que nos dieran algunos detalles más respecto a esta aplicación; esto fue lo que nos contaron.

Antes de realizar la presentación, se realizaron una serie de pruebas piloto, ¿Cómo han recibido los talleres el producto? ya que suelen ser muy susceptibles respecto a elementos de relación con las aseguradoras debido a los desencuentros que existen...

**JAVIER VELASCO:** Cuando ofreces una solución tienes que ser neutral; no puedes hacerla solo para una de las partes; ninguno de los actores considera que Audatex se decanta por uno de ellos. Es ofrecer transparencia, estandarización, evitar fricción, que significa conflicto y por tanto ineficiencia.

**MANUEL AYLLÓN:** Lo han recibido bien: los talleres ven que los tiempos no son inalcanzables sino perfectamente razonables, en los que pueden realizar la reparación con un buen nivel de calidad, y lo perciben como un sistema que les evita conflictos y la disparidad de opiniones: estandariza (en base a unas documentaciones y métodos contrastados, solventes y repetibles, aceptados por todas las partes) determinados

aspectos, que podrían plantear discusiones durante la valoración por ser subjetivas (ya que los otros están definidos), así que es una ayuda, porque simplifica el trabajo añadimos transparencia a todos los procesos y podemos delegar funciones en personas ajenas a nuestra red porque somos conscientes de que tenemos herramientas fiables para hacerlo y podemos tener una herramienta de comparación igual para medir los resultados de personas y lugares distintas porque podremos reproducir lo que hacen y cómo de una manera exacta.

### ¿Podría implicar una revisión de procesos para llegar a un incremento de la profesionalidad de los talleres?

**M.A.:** Sin duda, a algunos sí, porque les supondrá modificar hábitos de trabajo, cosa que ya sucedió con la llegada de los baremos de pintura (donde antes habNo pretendemos que de la noche a la mañana todas las reparaciones se evalúen utilizando IRE, sabemos que no va a ser así, pero sí tenemos mucha confianza en que, al ser un proceso objetivo y que produce beneficios para todas las partes (para la que tiene que reparar y para la que tiene que valorar, validar e indemnizar el siniestro), se irá imponiendo en un plazo no muy grande.

Consideramos que para determinada tipología de siniestros, sobre todo para aspectos relacionados con la peritación no presencial, la implantación va a ser rápida, es un campo abonado para ello ya que transmite una confianza y una relación entre actores que les permite optimizar el flujo de trabajo.

En cuanto al resto, quizá la penetración sea más lenta, pero el cálculo es que el 20-25% de las piezas que pueden ser valoradas por IRE lo serán en un plazo de un año. Habrá compañías más receptivas al sistema y otras un poco menos, pero la ventaja es que la tendencia del sector va hacia la valoración no presencial, la teleperitación ha aumentado y lo seguirá haciendo (especialmente en estos tiempos de crisis), y este es un nicho perfecto para el uso de IRE.

### Del grueso de los actores de la reparación de España ¿están todos preparados para emplear esta herramienta?

**J.V.:** La cifra del abanico de talleres español que todos usamos, pese a que no hay una cifra oficial, ronda los 40.000; pero aglutina diversas especialidades: electromecánicos,





**Manuel Ayllón, responsable del área de asesoría al cliente, dando a conocer las interioridades de la nueva aplicación.**

El sistema alerta de la idoneidad entre reparación o sustitución, para que el reparador pueda tomar una decisión al respecto (si bien en algunos casos -históricos, o tuning- ésta deberá ser aceptada pese a los costes).

En cuanto a los precios, la compañía comentaba que se van a basar en los acuerdos establecidos y en que será adecuado para los clientes.

### Beneficioso para todos los intervinientes en el proceso

Gracias a los baremos objetivos que incluye el IRE (se puede seleccionar el baremo de pintura que el taller utilice), los peritos se ahorran una media de siete minutos en cada peritación y pueden tomar decisiones más rápidas que también ahorran tiempo al taller en su negociación con la aseguradora, ya que el proceso elimina la subjetividad y proporciona transparencia, lo que

redunda en eliminar disparidad de criterios entre taller y aseguradoras, una relación no exenta de desencuentros.


El menor tiempo dedicado a las reparaciones reduce, además, en beneficio de las aseguradoras, ya que la estandarización hace más precisas las valoraciones -del mismo modo que hace *Auda-Plus* con la sustitución de piezas-, lo que en definitiva supone una reducción de costes. Además, facilita la peritación delegada al taller de aquellas valoraciones más sencillas ya que ayuda a la captura objetiva de daños permitiendo al perito centrarse en tareas de mayor valor añadido.

### Inversión constante

Patentado por Audatex, el IRE nace del importante esfuerzo innovador que realiza la compañía cada año, con más de 72 millones de euros destinados a I+D+i "más que la facturación total anual de algunos competidores", remarcaba el director general de Audatex España, **Javier Velasco**, quien mencionaba el importante centro de investigación que existe en España (uno de los 8 que Audatex tiene a nivel mundial, con un total de inversión para ello de 300 millones de euros) y donde trabajan 85 investigadores; la dotación económica para herramientas aplicadas a rentabilizar la reparación en la posventa y la de las aseguradoras creció en 2011 un 20% y este ejercicio se incrementará nuevamente.

Además de ese desarrollo interno, Audatex ha invertido 610 millones de Euros en los últimos cuatro años en una veintena de operaciones de compra para reforzar los productos y expandir su actividad para presetar mejores servicios a los clientes

"Con IRE la figura del taller y el perito encuentra un punto de equilibrio. Este sistema supone la estandarización completa de una reparación, sin criterios subjetivos por ninguna de las dos partes que puedan condicionar la valoración final, lo que revierte, sin duda, en una mejor gestión, mayores ahorros y mayor eficiencia", concluía Velasco. ◀

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



**La herramienta avisa del diferencial económico entre sustituir y reparar.**



**Integrando el sistema 3D presentado el pasado año, permite acotar los daños y señalar la intensidad de los mismos, estandarizando los tiempos del proceso de reparación teniendo en cuenta los elementos y materiales implicados en ese proceso.**

mantenimientos, especializados en flotas renting y leasing...esta herramienta está más enfocada a los talleres especializados en reparación de accidentes de carrocería donde la relación con la aseguradora es alta.

De esos 40.000 talleres, con unos 10.000 especialistas carroceros, hay una parte con camino por recorrer en cuanto a tecnificación, pero es un segmento que está en retroceso, ya que la realidad de hoy día requiere estarlo para continuar en el mercado. La parte que sí lo está (y estamos hablando de las redes de constructor o talleres multimarca de buen nivel, que los hay, son muchos y buenos), no hay problema: son profesionales que invierten en nuevas tecnologías, en formación, etc. y ese es nuestro público objetivo.

La herramienta va a estar disponible para todos nuestros clientes, luego veremos el éxito del uso; no condicionamos el mercado, pero éste se adaptó bien al VIN, al 3D, y esperamos que adopten de la misma forma la reparación inteligente.

La herramienta es muy intuitiva pero, ¿se va a proporcionar formación sobre el uso de la misma?

**M.A.:** El sistema es intuitivo, es cierto, esa es la gran ventaja: que hemos sido capaces de que toda la complejidad de los cálculos se haya convertido en un interfaz muy simple aglutinando una gran variable de valores.

Pero para que no haya duda, en la aplicación hemos incorporado un tutorial, está a punto de salir un vídeo ilustrativo de cómo funciona y del proceso a seguir para valorar los daños utilizando la herramienta, y en los cursos de formación que tenemos cada dos semanas en nuestras instalaciones de Madrid y Barcelona o las de distintos lugares (y asociaciones de talleres o a petición de compañías de seguros) es una materia más a impartir a nuestros usuarios.

**Han mencionado una fuerte inversión desde la compañía para el desarrollo de nuevas herramientas, ¿el sector reparador va al mismo ritmo?**

**J.V.:** ¡Pues sí! Si el pasado año presentábamos el 3D, que era un reto y ahora estamos en un 95% de uso. Eso nos satisface.

Cuando se decide invertir en innovación se corren riesgos, pero nuestros procesos son metódicos, basados en necesidades de mercado y nuestra tasa de éxito en implanta-

ción es altísima, así que esperamos que de aquí un año podamos decir que hemos batido el récord del 3D.

**IRE se ha presentado por primera vez en nuestro país respecto al resto de Europa, ¿Qué nivel de uso de las herramientas de innovación comparando con otros países tenemos en España?**

**J.V.:** Fuimos pioneros en la implantación de 3D y ahora los somos en IRE. Todos los países están al mismo nivel, ya que los actores (talleres y aseguradoras) que quieren incrementar su rentabilidad invierten cada vez más en herramientas electrónicas. En España su uso es alto y se va incrementando.

**¿Existen ajustes en la herramienta, una vez puesta en el mercado?**

**J.V.:** Por supuesto. Lanzamos un producto y cuando el mercado empieza a usarlo a lo mejor hay que adaptarlo, hacer un segundo release y hay que estar preparado para hacerlo muy rápido. En 3D hicimos cambios sobre la visibilidad de unas piezas, y el mercado disfrutó de ellas sin percibir ese proceso. Esa es la ventaja de un gran Grupo como el nuestro y del hecho de tener un servicio de I+D+i con 85 profesionales ◀







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)



LOS DATOS DE VENTAS DE FILTROS DE LAS MARCAS DEL GRUPO SOGEFI SUPONE CRECER EN CUOTA DE MERCADO

# En podio

El **Grupo Sogefi** ha trasladado los resultados de sus cuotas de mercado en distintos países, entre los que se encuentra el nuestro, teniendo en cuenta los de otros competidores, así como algunos datos sobre ventas, a partir de informaciones con el origen en **TecDoc**. El resultado no puede más que ser satisfactorio.

## Cobertura como ventaja competitiva

Los estudios sobre cobertura de parque en España de seis fabricantes muestran que en **filtros de aceite**, Sogefi tiene un 97% de capacidad frente a un empate a 96%, un 95% y un 91% del resto de competidores. En **filtros de aire**, el porcentaje en manos de Sogefi es esta vez el 96% entrando en empate con otros dos competidores con 96%, un empate a 94%, y un 88% de los otros fabricantes.

Para **filtros de gasolina**, el resultado es un 87% para Sogefi, mientras entre el resto de competidores hay un empate a 80%, un 78%, un 75% y un 71%.

Lo mismo ocurre en **filtros para diésel**, en el que Sogefi disfruta de una cobertura del 97% cuando los otros fabricantes muestran un 97%, un 93%, un 96%, un 92% y un 87%. En cuanto a **filtros de habitáculo**, para el parque global Sogefi muestra un 81% cuando el resto de competidores tiene el 83%, 82%, 81%, 80%, 75%, pero es que en parque posterior a 2009, los resultados son un 90% para Sogefi, con un 94%, 91%, empate a 89% y 62% del resto de competidores.

## Habitáculo, evolucionando

Es precisamente en ventas de filtro de habitáculo donde se están obteniendo uso buenísimos resultados ya que la evolución de ventas de 2010 respecto a lo que se espera este 2013 es de un incremento del 40%, disfrutando desde 2010 de crecimientos constantes cada año. En la compañía confían en que este es un segmento de mercado en expansión; tal como explica **Andrea Taschini**, director general de la división posventa de Sogefi, "es la división de pro-

ductos de filtración con un mayor crecimiento anual, superior al 10 por ciento y donde contamos con una completa gama con más de 250 referencias."

## Satisfacción con Purflux

Por los resultados obtenidos en marcas y líneas de producto, el director de ventas en España de Sogefi Filtration, **Ricardo Albi** se muestra satisfecho y comenta: "Estamos muy contentos con la trayectoria de **Purflux** en España y queremos seguir así. A pesar de la crisis que nos afecta, la marca no ha parado de crecer, especialmente en los últimos años, permitiéndonos alcanzar un lugar privilegiado detrás de nuestro máximo competidor, al que intentamos seguir recortando distancia."

Su objetivo sigue con la mirada en alcanzar el 25% de cuota de mercado con Purflux "y cada vez estamos más cerca", afirma. Para ello, desarrollan constantemente nuevas referencias, teniendo un gran control de la tasa de servicio y de sus almacenes, además mantener unificada su red de venta. "está más fuerte que nunca, e intentamos cuidar a nuestros clientes con el trato más humano y profesional posible." Explica Albi.

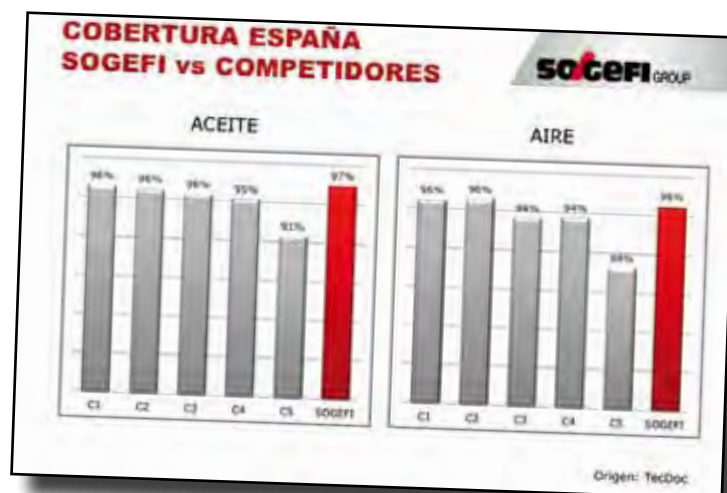
## Filtros tecnológicos contra la crisis

Para el director de ventas de Sogefi Filtration, "el año pasado no fue un año fácil." Ello es así debido, entre otros factores a que el consumo de gasolina y diésel registró en 2012 su mayor caída desde el inicio de la crisis y, lógicamente el consumo de filtros también se resintió, experimentando en España un sensible descenso, en lo que a unidades totales se refiere. Ante esta tesitura la compañía apuesta por la incorporación de nuevos productos, cada vez más tecnológicos y de mayor valor añadido, como pueden ser los filtros completos de diésel: "nos está permitiendo obtener un resultado final positivo para continuar creciendo", comenta.

## Buenas perspectivas

Para Albi, "2013 ha empezado con buen pie"; en esta andadura inicial, han hecho un número importante de nuevos clientes lo que suponen buenas oportunidades a corto plazo: "ello nos puede permitir terminar el ejercicio con excelentes resultados. Hay que seguir trabajando en esta línea", termina. ●

❶ [www.sogefigroup.com](http://www.sogefigroup.com)  
[www.coopersfiaam.com](http://www.coopersfiaam.com)  
[www.sogefipro.com](http://www.sogefipro.com)  
[www.fram-europe.com](http://www.fram-europe.com)





Esta edición 2013 prevé superar las brillantes cifras de hace dos años a partir de las iniciativas que tienen que ver con el impulso de las oportunidades de negocio con los países emergentes y el lanzamiento de una nueva área de servicios de mantenimiento para camiones, una zona dedicada al sector de la diagnosis y otra a las innovaciones y productos de cuidado del automóvil.



Emanuele Vicentini, dando a conocer las cifras que se esperan para esta vigesimoquinta edición de Autopromotec.

**autopromotec** 25-26 MAGGIO  
*Homo faber fortius suae*

**AUTOPROMOTEC 2013: DEL 22 AL 26 DE MAYO EN BOLONIA**

# 25 Aniversario

La edición 2013 de **Autopromotec** es muy especial ya que coincide con su **25 Aniversario**. Este certamen, que se celebrará en el recinto ferial de Bolonia (Italia) del 22 al 25 de mayo, llega a su cuarto de siglo en plena forma y sus objetivos son más ambiciosos que nunca, este 2013 aspira a superar las cifras de 2011 que ya fueron de lo más brillantes: 103.000 visitantes, cincuenta países representados y casi 1.500 expositores. Veamos qué propondrá para atraer a tan elevada cifras de visitantes y expositores.

## Apuesta por los BRIC

Autopromotec 2013 quiere impulsar las oportunidades de negocio en los países estratégicos **BRIC** (Brasil, Rusia, India y China). Para ello, el comité organizador ha trabajado durante estos dos años en poner en contacto a empresas y profesionales de la posventa de estos países. Para Europa en general y para España en particular, por su apuesta por la exportación ante el estancamiento de su economía, los países BRIC ofrecen oportunidades de negocio para el posventa del automóvil porque se han convertido en grandes productores de automóviles y en ellos se está creando un mercado posventa cuyo potencial es evidente.

En este sentido, en los próximos años deberán dar respuestas a las necesidades del sector, creando servicios, redes de distribución de recambios, accesorios, maquinaria, etc., adquiriendo equipos, recambios, etc.

## Iniciativas 2013

Además de una extensa superficie de exposición de más de 150.000 metros cuadrados (quince



Dolz, un año más presente en la feria internacional radicada en Bolonia.



Todas las compañías que componen el proyecto de formación Exponentia.





Este año se celebra la segunda edición de AutopromotecEDU

pabellones) en la que estarán representados todos los sectores de la posventa del automóvil: recambios, accesorios, equipamiento y utillaje, neumáticos, equipos de lavado y servicios diversos para la reparación y la posventa, la feria internacional será el escenario de numerosas e interesantes iniciativas.

Una de ellas será **AutopromotecEDU** que, en su segunda edición, supondrá un espacio dedicado a debatir y analizar sobre la actualidad del equipamiento y la posventa del automóvil.

La cuarta edición del **International Automotive Aftermarket Meeting-IAAM**, reunirá a las principales asociaciones del sector de la posventa que evaluarán a la industria de la automoción e identificarán sus tendencias de desarrollo y crecimiento. Este Congreso tiene programadas unas reuniones B2B con compradores internacionales clave. Se prevé una asistencia de 300 personas entre representantes de fabricantes de vehículos y de componentes, de distribuidores independientes y de la red posventa.

El **vehículo industrial** volverá a tener un papel protagonista. Crecerá el número de expositores de componentes, equipamiento y servicios para este parque específico y contará con un punto de encuentro específico donde se fomentarán las relaciones e intercambios entre operadores, productores y proveedores de camiones.

Por último, las compañías que operan en el sector de las **estaciones de servicio** llevarán a cabo una iniciativa a través de la cual informarán sobre cómo optimizar los costes de gestión de los vehículos.

Además de todas estas iniciativas, el comité organizador de Autopromotec ha anunciado novedades de gran interés para los talleres. La más importante es que dedicará una zona específica para el sector de la **diagnóstico**, pero también merece especial mención la nueva área de **servicios de mantenimiento para camiones** o la dedicada a las **innovaciones** y a los **productos de cuidado del automóvil**.

## Presencia española

En la última edición de Autopromotec, la de 2011, España fue el sexto país de fuera de Italia con mayor presencia en el certamen. Ya han confirmado su participación este año firmas como **Berton**, **Blackhawk**, **Boss Auto Import**, **Cojali**,

**Ibasan**, **Icer Brakes**, **Ikotec**, **Industrias Dolz**, **Istobal**, **JBM Camplong**, **Mega-Melchor Gabilondo**, **Ryme-Técnicas Reunidas de Automoción** o **Sefac**. ●

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



Los promotores (la propia industria de equipamiento de taller) prevé mejorar las cifras de la edición 2011.



Icer Brakes, tal como la edición anterior, va a exponer sus productos en la feria.



Istobal, de nuevo en la zona exterior para dar a conocer sus soluciones de innovación.





www.concdecoche.com

**60 Noticias:** Volkswagen, Garatge Sala, Saab Automobile Spain, Grupo Fiat, Iveco, Maserati

**62 Posventa:** Visitamos Cars Gallery, la posventa de Ferrari, Maserati, Bentley, Lotus, Aston Martin

EN RECONOCIMIENTO POR SU LABOR Y EFICIENCIA EN EL SERVICIO DE POSVENTA.

## GARATGE SALA PREMIADO POR FIAT

➔ El pasado 6 de febrero en Barcelona, **Alberto de Aza**, Director de Posventa de **Fiat Group** en España, hizo entrega de la placa conmemorativa que elogia el trabajo realizado durante 2012 a **Daniel Sala Peix**, gerente del concesionario Garatge Sala.

Los baremos establecidos, para valorar quién es el mejor concesionario en cuanto a asistencia personal y técnica, se aplican a la opinión de los clientes, que evalúan el trato personal, la calidad del servicio técnico, calidad de las reparaciones y conocimientos y formación de los empleados de la concesión. La fidelidad y la satisfacción del cliente es el primer y fundamental punto que el Grupo Fiat cuida con especial esmero. **C**

www.fiat.es



(De izquierda a derecha): Daniel Sala Peix, Gerente de Garaje Sala y Alberto de Aza, Director de Posventa de F.G.A.S.



PRESENTA UN AMPLIO ABANICO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ASÍ COMO PRECIOS CERRADOS PARA LAS OPERACIONES DE MANTENIMIENTO Y DESGASTE MÁS HABITUALES.

## “EL LIBRO DE VOLKSWAGEN SERVICE”, YA EN LA RED POSVENTÁ DEL CONSTRUCTOR

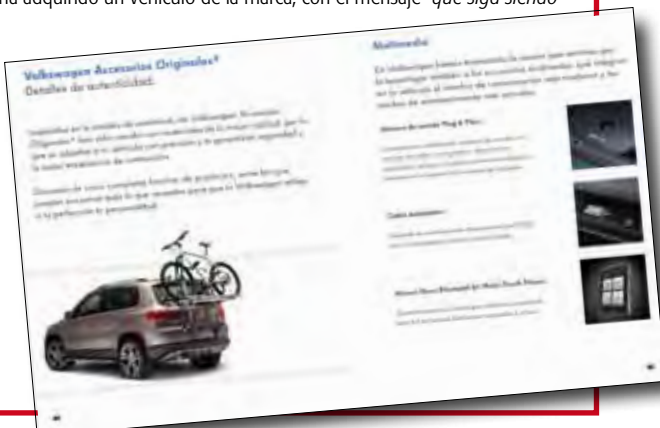
➔ El libro de **Volkswagen Service** resume todos los productos y servicios que la marca ofrece a través de sus **Servicios Oficiales**, y que estarán vigentes hasta el 31 de diciembre de este año.

En él se presentan las principales ventajas de conducir un Volkswagen, se explica el **Plan de Mantenimiento Oficial** y las operaciones más habituales como son la revisión y cambio de frenos, amortiguadores, neumáticos, batería o escobillas, la revisión pre-ITV gratuita y el servicio Volkswagen Asistencia 24h.

Además, se incluyen recomendaciones orientativas sobre cuándo debe realizarse cada operación y contenidos adicionales sobre la importancia de un correcto mantenimiento del vehículo. La amplia gama de **Accesorios Originales Volkswagen** y el catálogo de productos Volkswagen Lifestyle también tienen su espacio en El Libro de Volkswagen Service.

De esta forma, Volkswagen aún en una única publicación toda la información que el cliente necesita saber una vez ha adquirido un vehículo de la marca, con el mensaje “que siga siendo todo un Volkswagen”.

Además, como novedad, el libro de Volkswagen Service presenta los 10 compromisos de Volkswagen Service; 10 compromisos totalmente tangibles con un único objetivo: que los clientes de Volkswagen sean clientes sumamente satisfechos. **C**



www.volkswagen.es



**Saab Automobile Spain** ha incrementado su red de servicios oficiales con la apertura de **Saabmadrid**. Con más de 1.000 metros cuadrados de extensión, es el único Reparador Oficial de la capital dedicado de forma exclusiva a la marca. El equipo de taller está liderado por **Óscar García**, quien reúne muchos años de experiencia con la marca.

Con esta apertura, la Red de Reparadores Oficiales Saab en España pasa a estar formada por 38 concesionarios, con 48 talleres repartidos por toda la geografía española. **C**

www.saabspain.es



PARA VEHÍCULOS DE MÁS DE 5 AÑOS, DESCUENTOS ESPECIALES EN CUALQUIER OPERACIÓN MECÁNICA Y UNA CAMPAÑA CON UN SLOGAN MUY AGRESIVO EN SUS PUBLICIDADES

## GRUPO FIAT: COMBATIVO EN SU CAMPAÑA DE PRIMAVERA



→ La red asistencial Fiat, Alfa Romeo, Lancia, Fiat Professional, Jeep, Chrysler y Dodge ofrece a sus clientes, hasta el 30 de abril, la campaña de revisión de Primavera, consolidando así las ofertas estacionales que vienen realizándose en los últimos años y que garantiza un vehículo seguro, respetuoso con el medio ambiente y fiable. La campaña de revisión de Primavera ofrece 30 euros de descuento, a los clientes con un vehículo de más de 5 años, en cualquier operación de servicio. Su mensaje es agresivo: en el anuncio, se muestra un motor en el que se ha incluido un elemento chapucero con la denominación de “re-cambio original”; su argumento: quien realmente conoce cada detalle y componente de los automóviles es capaz de cuidar de ellos. Defienden que los recambios originales Fiat, Alfa Romeo, Lancia, Fiat Professional, Jeep® y Abarth distribuidos por Mopar® han sido concebidos y diseñados para preservar las características de fiabilidad, confort y prestaciones que el vehículo brinda recién salido de fábrica. Mopar® es la marca de referencia para todos los recambios originales y accesorios de las marcas Fiat S.p.A. y Chrysler Group LLC; tal como insiste el Grupo se trata de productos únicos, al haber sido diseñados en colaboración con los mismos equipos que también establecen las especificaciones técnicas de los vehículos de los dos Grupos. Todos los detalles, concesionarios adheridos y cupón, referentes a esta promoción, pueden consultarse en la web.

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



**Iveco** cuenta con un nuevo taller autorizado en la Comunidad Valenciana que refuerza los servicios de postventa y mantenimiento a los vehículos de la marca en la zona de Levante, pero también a los que circulan por el corredor mediterráneo, uno de los de mayor tráfico de camiones pesados de la Península.

**Auto Truck Levante**, dependiente de Mediterránea de Camiones, concesionario oficial de Iveco en Valencia, está ubicado en la localidad de Benirredrá y ofrece asistencia a toda la gama de vehículos de Iveco, además de apoyo a la venta, con 1.300m<sup>2</sup> destinados al taller y ocho técnicos especializados.

Con ésta nueva apertura, Iveco cuenta ya con 169 talleres autorizados en todo el territorio nacional.

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



El debut ante la sociedad catalana del nuevo **Maserati Quattroporte** tuvo lugar en la *Capilla del MACBA*. El exclusivo acto contó con la presencia del equipo directivo de Maserati representado por **Jorge Hernández**, Director Comercial de la marca en España y Portugal.

Este evento sigue al realizado en Madrid en el *IN Zalacaín*, situado en la lujosa urbanización de La Finca, con la asistencia de **Enrique Lorenzana**, Director de Desarrollo de red de Maserati en Europa Centro-Norte y Hernández.

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





## Reparando sueños

Entrar en el taller de Cars Gallery es lo menos parecido a entrar a un taller. Es como entrar en un laboratorio de investigación. Un terreno privilegiado, donde los propietarios van a buscar solución a las 'indisposiciones' de sus vehículos, en casi todos los casos, los sueños más deseados de cada uno de ellos, convertidos en realidad.



Albert Riva, el gerente de la compañía, nos comentaba de la gran exigencia de los estándares bajo la atenta mirada de Anna Fernández, responsable de marketing y Jordi Ortí, jefe de taller.



Los modelos que se encuentran en las instalaciones posventa suponen una labor "de investigación" para los profesionales de reparación.

➔ **Cars Gallery**, es el concesionario y taller de Bentley, Lotus y Aston Martin, cuyos responsables, además, tienen en Ferrari Maserati Barcelona el concesionario y taller de las citadas marcas, uno de los pocos que hay en nuestro país, al frente del cual está **Albert Rivas**. En él se pueden comprar los últimos modelos, disponiendo de una zona de personalización para adaptarlo a los gustos de los clientes (color, piel, color de los cinturones y demás detalles). También se pueden comprar VO, certificados por el equipo de posventa.

Para conocer más a fondo las instalaciones y la operativa, contactamos con **Anna Fernández**, responsable del departamento de marketing, para que nos recibieran y nos explicaran cómo es eso de vender y reparar los sueños más deseados y exclusivos de los amantes de las cuatro ruedas, porque eso son: más que coches, sueños, como decía **Luca Cordero di Montezemolo**, presidente de Ferrari.

Y es que no estamos hablando, por muy alta gama que sean las series de otras marcas constructoras, de vehículos con producciones que se midan ni siquiera en millares, sino en cientos (eso en el más numeroso de los casos), lo que implica una posventa completamente distinta de la que conocemos.



Jordi Ortí nos guía por las instalaciones, que recorrimos acompañados por la responsable de marketing de la empresa.





Es el tercero del mundo que funciona con los nuevos colores corporativos.



Oscar Guijarro sujeta un logotipo, una pieza cargada de simbolismo... y con su precio.



Dondequiera que se dirige la vista, vehículos espectaculares.



El almacén de recambios que, con trato directo con Maranello, gestiona y suministra los elementos para el taller, CRO (los almacenes de recambios de Grupo Quadis), o venta externa.



La seguridad es una norma fundamental. Un modelo en el elevador tiene dos columnas para proteger al operario.



Una reparación altamente profesional, con el mimo que le daría un artesano.

Ya en la concesión, dejamos nuestro vehículo (algo encogidos al ver lo que nos rodea) en el box del trazado del GP de Mónaco de F1, y nos acercamos a la zona de espera, encontrándonos detalles de buen gusto por doquier. Somos recibidos por Anna, quien nos presenta a **Víctor Tamayo**, el director posventa y a **Jordi Ortí**, jefe de taller, quien se encarga, junto con Anna, de hacernos el recorrido guiado por las instalaciones.

En total son 9.900 divididos en diferentes zonas, i por niveles (clásicos, mecánica, VN, carrocería, VO); se inauguró en noviembre de 2011, siendo el tercero del mundo que incorpora los estándares de la marca (en cuanto a colores y requisitos); su aspecto es más de laboratorio que de taller, por la pulcritud y el espacio disponible y en él trabajan 4 profesionales, más los responsables de clásicos.





Los vehículos reciben las mejores atenciones que se puede imaginar.



El apartado de VO, garantizado por la compañía.



Los clásicos, mimados en las instalaciones.



Victor Tamayo, Jordi Ortí y Oscar Guijarro, los tres "hombres fuertes" de la posventa de la compañía.



La venta de vehículos nuevos, con la sala de personalización que supone construir un vehículo a medida del usuario.

En el momento de realizar el reportaje, dos de los operarios se hallaban en Maranello, realizando formaciones, porque al ser producciones tan reducidas, los propios ingenieros responsables de los motores son los que explican sus entresijos a los mecánicos, que deberán realizar verdadera investigación cuando reciban un modelo a reparar, ya que no existe (debido al pequeño número de unidades) una base de datos al uso. La media de vehículos al mes que reciben son unos 25 o 30 unidades y el porcentaje de reparación de clásicos y nuevos es de un 30/60. Como particularidad disponen de la autorización por las centrales de las marcas de homologar oficialmente a un vehículo como "clásico" (solo hay 3 puntos que puedan hacerlo en España).

Los clientes vienen a verles como quien va a ver a un especialista médico; se establece una relación muy personal con cada uno de ellos e incluso han habilitado un espacio para "custodiar" modelos clásicos, porque sus propietarios están más tranquilos de que su joya esté en las mejores manos.

En el equipo y utillaje que la marca señala, y que se renueva con mucha frecuencia (teniendo unos costes altísimos), se incluyen elementos para controlar al límite la seguridad del operario.

Una de las zonas es la de recambios, al frente de la cual está **Oscar Guijarro** que, como particularidad, gestiona con fábrica las necesidades del taller, además de las externas como pueden ser las de **CRO** (porque pertenecen a **Quadis**) o las de particulares.

En lo que se refiere a los clásicos, si la pieza ya no se halla en stock, la fábrica puede realizarla de nuevo, ya que conservan todos los planos de la misma. El coste de estos recambios no es, evidentemente, convencional, pero ¿quién se preocupa del precio cuando se está hablando de un sueño? **C**

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





## FORD PARTICIPA EN EL MOBILE WORLD CONGRESS Y PRESENTA LA GAMA ST

Intensa la actividad de la marca del óvalo en los últimos meses. En febrero expuso en el Mobile World Congress de Barcelona el SUV compacto EcoSport con avanzadas tecnologías de conectividad como el in-car activado por voz Ford SYNC y hace pocos días presentó en el Circuit de Catalunya la gama deportiva ST.



Ford presentó la versión europea del SUV compacto EcoSport en el Mobile World Congress de Barcelona.

# Conectividad y deportividad



Ford ha desarrollado soluciones de conectividad como Ford SYNC AppLink que permite a los usuarios controlar mediante instrucciones de voz aplicaciones de Smartphone.



Los nuevos Focus (azul) y Fiesta (rojo) ST flanquean al mítico GT40 en el Circuit de Catalunya.

➔ **Ford** presentó en el **Mobile World Congress de Barcelona**, salón de las nuevas tecnologías de la comunicación de referencia mundial, la versión europea del nuevo SUV compacto **EcoSport**. El hecho de presentarlo en esta feria no era casual, expuso un EcoSport equipado con el **sistema de conectividad in-car activado por el sistema de voz Ford SYNC** y con el Help SOS. Además, este SUV será uno de los primeros vehículos Ford en Europa en incorporar el **Ford SYNC AppLink**, una aplicación que permite a los usuarios controlar mediante instrucciones de voz aplicaciones de smartphone. Por lo que respecta al Ford SYNC con Help SOS, conecta directamente a los ocupantes del vehículo con el operador local del servicio de emergencias tras un accidente en el idioma correspondiente a la región en la que se encuentran utilizando información del GPS del vehículo y la red móvil para señalar la localización del accidente y elegir el idioma apropiado en el que enviar el mensaje de alerta. En el *Mobile World Congress* Ford también anunció un acuerdo de colaboración con Spotify que permitirá a los conductores disfrutar de **streaming mu-**

**sical sobre ruedas**. Spotify es el mayor y el más popular sistema de *streaming* de su categoría, está disponible en 17 países europeos y cuenta con más de 20 millones de usuarios activos y cinco millones de suscriptores de pago en todo el mundo. El Ford SYNC AppLink permitirá a los conductores acceder a canciones y listas de reproducción de Spotify utilizando comandos de voz que incluyen "aleatorio", "repetir", "pista favorita/no favorita", "elegir pista de reproducción", "reproducir música", "canciones reproducidas recientemente" y "ahora suena".

### Fiesta y Focus ST

El Circuit de Catalunya de Montmeló (Barcelona) acogió hace pocos días la presentación de la **gama deportiva ST**. El Fiesta ST monta el motor EcoBoost turbo de doble árbol de levas y distribución variable de 1.6 litros y 182 CV de potencia. Para asimilar esta cifra de potencia incorpora el nuevo chasis global del segmento B, nueva dirección, suspensión y frenos y una configuración general y acabados específicos. Así mismo, monta una versión mejorada del sistema *Ford Vectoring Control* (eFVC) y del ESP (ahora de tres nive-

les) y una transmisión manual de seis velocidades. Ya se conoce el precio del Fiesta ST, 21.750 euros. El **Focus ST**, por su parte, está disponible en las variantes berlina 5 puertas y *Sportbreak*. Ambas montan un nuevo y ligero motor de aluminio 2.0 EcoBoost de 250 CV con inyección directa y turbocompresor. Su contenido consumo de 7,2 l/100 km en ciclo combinado le permiten ser un coche de uso diario eso sí, disfrutando de unas altas prestaciones, un compromiso equilibrado entre confort y dinamismo y del carácter deportivo que proporcionan el asiento del conductor Recaro o el sonido espectacular del motor, derivado de una caja de resonancia activa. Los asistentes a esta presentación tuvieron el privilegio de contemplar uno de los coches más míticos de Ford, el **GT40**. En Montmeló reunió diez unidades de este Gran Turismo nacido en 1963 con el objetivo de dar réplica al dominio de Ferrari en las 24 Horas de Le Mans. Logró este objetivo tres años más tarde, en 1966, cuando Bruce McLaren y Chris Amon se impusieron en la carrera más importante de resistencia con un Ford GT40 MK II. Este deportivo llegó a montar motores de hasta siete litros de cilindrada. **www.ford.es**



## UNA PROPUESTA MUY EQUILIBRADA, EL KIA RIO 1.4 CRDI 90 CV 5 PUERTAS

### Tan eficiente como discreto



➔ Al **Kia Rio** le hace falta venderse, hacerse popular porque es un utilitario cuyo nivel de ventas no se corresponde con sus virtudes, que son muchas: espacio, precio competitivo, calidad, buenos motores, correcto nivel de equipamiento. Este nuevo Rio en nada se parece al de generaciones precedentes y es un exponente más del salto de calidad que ha dado Kia con la nueva generación de modelos.

Estéticamente, la marca coreana lo ha hecho más atrevido dejando atrás el diseño anodino de su predecesor. Excesivamente parecido a su hermano mayor Cee'd (cuesta distinguirlos), estamos ante un utilitario de 4,04 metros de largo, uno de los más grandes del segmento, muy bien aprovechados: la habitabilidad es de las mejores de su categoría, sobre todo en espacio para las piernas detrás. En cuanto al maletero, sus 288 litros se sitúan en la media. Una vez sentados, apreciamos que los materiales empleados no son refinados pero parecen robustos y los mandos están bien ubicados pero son demasiado blandos al tacto lo que denota cierta sensación de fragilidad. La postura de conducción se consigue con facilidad y la visibilidad es buena

desde todos los ángulos. Tras girar la llave arrancamos un 1.4 CRDi de 90 CV que es un motor que no destaca ni por consumos ni por prestaciones pero no es el peor en ninguno de estos apartados. Un gasto de 4,1 l/100 km en ciclo combinado es una buena cifra pero no la mejor y, sin ser perezoso, sus recuperaciones nos parecieron algo lentas. En cuanto al tacto de conducción, la prioridad clara es el confort lo que se traduce en un tacto blando de las suspensiones.

Esta versión cuesta entre 12.800 y 14.900 en función de los niveles de acabado, un precio de lo más competitivo. La versión tope de gama, la Emotion, disfruta de serie de elementos de equipamiento poco habituales como los retrovisores exteriores calefactados, sensores de aparcamiento trasero, climatizador o el parpadeo de luces de freno en caso de frenada de emergencia (ESS). **C**

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



## EL SEAT LEÓN TDI DE 105 CV Compra racional



➔ **SEAT** ha cambiado la pasión por la razón con el nuevo **León** y la máxima expresión de racionalidad de este modelo es la versión que pasó por nuestras manos, la TDi de 105 CV. Como coche de todo uso para utilizarlo en la ciudad, salir el fin de semana, ir a trabajar, etc. es ideal por su equilibrio general pues ofrece una óptima relación calidad-precio-equipamiento, espacio y versatilidad suficiente para cuatro y un motor parco en consumos y suficiente para circular por todo tipo de vías. Más en detalle, estamos ante un coche de diseño más convencional

que su predecesor lo que se traduce en mayor practicidad. El nuevo León ofrece una buena habitabilidad y un maletero más capaz de 380 litros. Los materiales empleados transmiten austeridad y sencillez al igual que la disposición de los mandos, pocos en un ejercicio de simplicidad y facilidad de manejo. Parece que SEAT se está reorientando hacia un cliente con pocas pretensiones y que entiende el coche como una herramienta funcional. El Toledo también se enmarca en esta línea de coche práctico y funcional. Ello no quiere decir que estemos ante un low cost, ni mucho menos,

el nivel de calidad es óptimo así como el equipamiento que, por ejemplo, incluye los elementos de seguridad imprescindibles. De hecho, no es ni el compacto más barato del mercado, la versión básica Reference con el motor TDi de 105 CV supera los 20.000 euros de tarifa (sin descuentos) y el climatizador bizona es opcional y las luces y los limpiaparabrisas automáticos no están ni disponibles. Al menos, equipa de serie el sistema de parada y arranque Stop/Start que le permite presumir de unos de los consumos y emisiones de CO2 más bajos del mercado, 3,8 l/100 km en ciclo mixto y 99 gr/km. **C**

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





## FORD B-MAX, DISEÑO CON TODAS LAS CONSECUENCIAS

# El coche sin pilar central

➔ El **B-Max** es el hermano pequeño de la saga **Ford** de monovolúmenes y es el más atrevido de todos al presentarse con una particularidad única en el mercado, prescinde del pilar central lo que, unido a las puertas traseras correderas deja un espacio impresionante para colocar a los niños en sus sillitas o a los mayores o personas de movilidad reducida en los asientos. Esta original configuración es una gran idea en términos de accesibilidad y, lo que es mejor, la ausencia del pilar central (o B) no ha influido en nada en la capacidad del bastidor para soportar las inercias. De hecho, el comportamiento del B-Max es una de sus grandes virtudes, gracias a las bondades del chasis y de un tarado de suspensión más firme que el de sus competidores. Profundizando en el diseño de este monovolumen del segmento B, el esfuerzo que han hecho los creadores

de este B-Max por crear su original sistema de apertura de las puertas debería haber continuado en el área de la modularidad. La banqueta trasera no es deslizable por lo que el maletero se queda en unos escasos 318 litros, cifra muy inferior a la de sus competidores que sí disfrutan de la opción de jugar con el espacio del maletero o de los ocupantes. Por ejemplo, el Citroën C3 Picasso puede alcanzar los 500 litros de maletero, el Kia Venga, los 440 o el Opel Meriva, los 400 litros. Volviendo a las puertas deslizantes, éstas requieren de una mayor anchura penalizando el espacio de las plazas traseras, también más estrecho que su competencia limitándose a dos pasajeros porque tres irán muy estrechos. En definitiva, en habitabilidad se queda por detrás de sus competidores. Cosas del diseño. En cualquier caso, es un coche muy apropiado para



cuatro personas que no necesiten cargar en exceso el maletero o para una familia de tres miembros. Los materiales empleados son de calidad y están perfectamente ensamblados, el tacto de los mandos, de la dirección, frenos y cambio, muy satisfactorio. El motor de la unidad probada era el TDCi de 95 CV que ofrece un buen rendimiento pero que puede resultar algo justo en caso de que vayamos cargados lo que nos lleva a recomendarles que descarten la de 75 CV, a todas luces anémica. Por último, el precio del B-Max es superior al de la mayoría de sus competidores. También será cuestión del diseño...

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



## Y DE LUJO, EL VOLKSWAGEN CALIFORNIA

# Casa rodante

➔ Podríamos explicarles que el **Volkswagen California** tiene unos acabados de elevada calidad, que monta un eficiente motor TDI de 140 CV el cual, combinado con el preciso cambio DSG, proporciona un fantástico placer de conducción con un bajo consumo, que es muy confortable, que está muy bien acabado o que su comportamiento es notable pese a que estamos ante una autocaravana. Sin embargo, lo que más llama la atención de este modelo es que estamos ante toda una casa rodante y ante, quizás, la autocaravana más completa del mercado. Y es que el California se presenta con una cocina (magnífica, por cierto) con sus correspondientes sillas y mesa de picnic, dos camas dobles, sala de estar y una toma de corriente para poder disponer de electricidad en los campings. El mobiliario rezuma calidad y tiene aspecto de ser duradero y Volkswagen ha cuidado los detalles, uno de ellos las diversas luces LED que crean un ambiente acogedor en su interior (lástima que no cuente con un interruptor general que los apague todos a la vez). Por poner alguna pega a este excelente interior, resulta un poco complicado girar los asientos delanteros para convertir el habitáculo en el salón de casa y la capacidad de carga se resiente ya que, obviamente, el maletero se sustituye por una cama y la cocina resta espacio a la fila de asientos de detrás pero, claro, no se puede tener todo.

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





# MOOG

NO SOLO VENDEMOS PIEZAS.



**Con MOOG, le aportamos tranquilidad en cada caja.**

En cada paso en la producción, en los tests y en el montaje, nos aseguramos de que sus piezas de suspensión y dirección alcancen, e incluso superen, la calidad de los fabricantes de equipo original. MOOG le garantiza reparaciones rápidas, completas y seguras tanto para turismos como para vehículos industriales. **Es fácil confiar en MOOG.**

 **FEDERAL  
MOGUL**

HÁGALO FÁCIL, HÁGALO **MOOG**

MOOG® es una marca de Federal-Mogul Corporation.

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