

318

Junio 2009

NUEVA WEB

visítala

mundo recambio y taller

myt

DESDE 1980 LA REVISTA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

www.mundorecambioytaller.com

22

el desengrasante

**Previo
Congreso Ancera**

48

Frenos

62

Escapes

42

**Cabinas
de pintura**

Seat Exeo

73

Kits de frenos de tambor Bosch.
Una marca líder a su medida



El Kit Super Pro de Bosch es la evolución que el mercado estaba demandando. Un conjunto premontado, con calidad de primer equipo, desarrollado por una marca líder para un sector de vehículos antiguos en los que el precio es un factor decisivo. Y usted profesional, se beneficia en rapidez, seguridad y rentabilidad; ventajas que le ofrece Bosch, Núm. 1 mundial en frenos.

 **BOSCH**
Innovación para tu vida

www.bosch-automotive.es

**CAMBIOS EN
MAGNETI MARELLI
AFTERMARKET**

**VISITAMOS
JAPANPARTS**

**ENTREVISTA A
MANUEL ALCALDE
(HOLY-AUTO)**

**CRÓNICA DE
AUTOPROMOTEC
2009**

V de VARTA



VARTA, SINÓNIMO DE POTENCIA ADECUADA EN CUALQUIER SITUACIÓN.

Cuatro aros, una estrella, un león...independientemente de la marca de tu vehículo, seguramente habrá una batería VARTA debajo de tu capó. La rigurosa calidad y la completa gama de productos han conseguido que VARTA sea el fabricante de equipo original de prácticamente todas las primeras marcas. Para que siga siendo así, nos hemos fijado un objetivo: la mejora continua. Nuestra última innovación ha sido la incorporación de la nueva tecnología PowerFrame en nuestras baterías para incrementar su potencia. VARTA es el socio que te garantiza:

EL PODER QUE NO VES. Y MUCHO MÁS.

AHORA CON

POWERFRAME
GRID TECHNOLOGY

VARTA

BY JOHNSON CONTROLS

junio 2009

reunirse

Si el mes pasados les hablábamos del sinfín de reuniones que en estas fechas nos deparan las compañías de la posventa, en esta ocasión nos vamos a centrar en una de ellas: el **XXII Congreso de ANCERA**.

El Congreso anual se ha establecido como una de las citas im-pres-cin-dibles de nuestra posventa, desde que su actual presidente, **Miguel Ángel Cuerno** (que se ha rodeado de la flor y nata de la distribución) asumiera el mando (dejando a un lado las diferencias de percepción sobre algunas ubicaciones a lo largo de ese tiempo, que las ha habido, y notorias).

Y lo es por la unión, en un mismo lugar y por unas cuantas horas, de lo más selecto del panorama de la posventa multimarca independiente de nuestro país (bueno, aunque en el caso de los fabricantes, sólo se admite la presencia de los que cooperan a lo largo del año -léase "crujen"- con la patronal). La reunión pretende este año dar voz al sector de la distribución, pero con un formato que pretende ser ágil y que aporte (sucintamente) ideas sobre las cuestiones que preocupan, a pie de tienda, al sector que representa.

Su lema lo dice claro: "Adelantémonos al Futuro". Es decir, hay que empezar a identificar de forma precisa qué es lo que pasa en la calle, para que se reflexione al respecto y se puedan extraer ideas o fórmulas que llevar adelante.

En estas páginas encontrarán una entrevista con Cuerno, en la que se nos dicen algunas cosas dignas de resaltarse: primero, que en la posventa no estamos tan mal; segundo, que hay que aprovechar este momento, en el que los conductores están derivando al taller independiente, para afianzar la imagen de calidad del sector y hacerle llegar los mensajes que nos interesan (léase derechos recogidos en el Reglamento, pese a que el Reglamento peligre, que ese es otro cantar) reforzando lo que ya sabe: que el canal es rápido, ágil, flexible, cercano, etc. etc.

Otra cosa que nos dice es que ANCERA no está dormida; y es que como mantiene un perfil más bien bajo y últimamente (con la euforia que cundió en el sector por la nueva directiva, ya de bajón) se escucha más a las patronales de la venta que a la de la posventa, parecía que su trabajo se diluía. Pero no. Cuerno dice que no, que lo que pasa es que andan negociando y que la alta política institucional tiene que ser más bien opaca para que funcione, y que sólo así se consiguen acuerdos, que si se desvelan las tripas antes de tiempo, se malogran muchos acuerdos. Y nos habla de sus relaciones con SERNAUTO (hasta ahora un jardín del eden, pero que actualmente debe consolidarse bien tras los cambios en la presidencia de la Comisión de Recambios).

Esperamos que el congreso sea un éxito, porque si lo es ganamos todos: en ideas, en cohesión, en fortaleza frente al usuario.

Que hoy los constructores andan algo tocados, y para nada hundidos: sabemos de buena tinta que ellos también aprovechan este parón en las ventas que podría terminar en breve, gracias a las ayudas que al final, a base de protestar se han conseguido, para prepararse mucho mejor el objetivo de liderar la posventa.

Así que ya saben. A Santander. O a leer lo que de allí saldrá. Que eso lo haremos en nuestro próximo número...y en nuestra web.

Ah! Y en las páginas siguientes hay mucho más material de trabajo. No se lo pierdan.

CONTENIDOS

Directora

Yvonne Rubio
yvonne.rubio@ceiarsis.com

Coordinador de Edición

Ernest Viñals
ernest.vinals@ceiarsis.com

Redacción

Manel Martínez
manel.martinez@ceiarsis.com

Colaboradores

Joan Garriga, Hermógenes Gil,
Christian Machío, Raquel Robalo,
José Carlos Velasco, Josep Mompart

Sección constructores

Ernest Viñals, Yvonne Rubio

PUBLICIDAD

Glòria Viñals
gloria.vinals@ceiarsis.com
Alberta Crosilla
alberta.crosilla@ceiarsis.com

SUSCRIPCIONES

Departamento propio
934395564

PRODUCCIÓN

Impresión

Gramagraf, S. C. C. L.

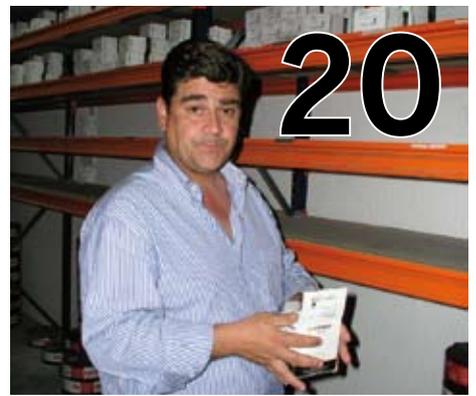
Los criterios expuestos y firmados por sus autores pueden no ser necesariamente compartidos por la Editorial. Queda prohibida la reproducción total o parcial de trabajos (textos y/o imágenes) publicados en esta revista sin la autorización expresa de sus editores.

Creación y Estudio de la Imagen
ARSIS S.L.

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

DIRECTORA GENERAL
Pilar Grau
GERENTE
Glòria Viñals
DIRECTOR ADJUNTO
Ernest Viñals





junio 2009
sumario
318



Actualidad

05

NOTICIAS

Lo último de la posventa y lo más reciente publicado en nuestra web

08

FABRICANTES

Lo mejor de ambos mundos

Andrea Anfossi y Alexandro Fabbroni nos explican el traspaso de poderes en Magneti Marelli Aftermarket

10

DISTRIBUCIÓN

Japanparts: servicio desde las TIC

Nos desplazamos hasta Italia para conocer a esta firma especializada en recambio asiático

13

FABRICANTES

Nuevas instalaciones, mejor servicio

SPX Ibérica inauguró instalaciones y estuvimos allí

14

EVENTOS

Desde Autopromotec

Lo más interesante que se pudo ver en el salón boloñés de la posventa

20

DISTRIBUCIÓN

Más apoyo a los socios

Visita a Holy-Auto y entrevista a su gerente, Manuel Alcalde

46

TALLERES

En busca de los EuroPremium 09

La prensa especializada votó a los mejores talleres de esta red

67

FABRICANTES

Punto de encuentro

Visitamos Circuit Centro para conocer sus actividades

Desengrasante

22

EVENTOS

Focusing back office

Miguel Ángel Cuerno nos habla del próximo Congreso de ANCERA entre joyas clásicas del automóvil

Temas del mes

48

MERCADO

Una amplia oferta a elegir

Componentes de frenado y sus principales proveedores

58

TÉCNICA

El devenir es verde

Reflexiones sobre el giro ecológico de la industria del automóvil

62

INFORME

Monotonía perpetua

Escapes y catalizadores. Estado actual de este mercado posventa y repaso a su oferta

SUPLEMENTO



SUPLEMENTO



noticias

HA LANZADO 34 NUEVAS REFERENCIAS PARA SUMAR UN TOTAL DE 402

Más termostatos Gates

Con la introducción reciente de 34 nuevas referencias, la oferta de **Gates** en materia de **termostatos** alcanza ya las 402. Las aplicaciones de las últimas referencias en llegar son modelos como el Ford Mondeo, el Renault Megane, el Volvo V50 o el Opel Signum. Con esta ampliación, los termostatos Gates cubren las demandas del 96% del parque automovilístico actual.

Desde un punto de vista técnico, los termostatos Gates cuentan con un motor térmico sensible a la temperatura que proporciona una respuesta constante de la válvula para regular con precisión la temperatura del motor. Así mismo,

se suministran con soportes y juntas. Mediante la inclusión de distintas juntas y diferentes soportes en el mismo paquete, el mismo termostato puede utilizarse en varios modelos de coche. De esta forma, el 96% del parque automovilístico está cubierto con las pocas unidades en stock. Por ejemplo, el termostato Gates referencia TH00188G1 se utiliza en 437 aplicaciones, entre otros están los modelos Peugeot 106, Skoda Octavia, Citroën Saxo, Volkswagen Golf, Audi A3, Renault Laguna, etc.

La función del termostato es evitar el sobrecalentamiento del motor. Gates ofrece otros componentes de refrigeración como mangueras de refrigeración,



conectores de manguera para calentadores, tapones de radiador y para depósitos de expansión y la gama Unicoil, la solución para doblar mangueras presentada recientemente. ●

www.gates.com

LAS ESCOBILLAS AEROTWIN RETROFIT DE ROBERT BOSCH

Ahora, en envase unitario

Apuesta por la versatilidad, esto es lo que ha hecho **Bosch Automotive Aftermarket**, la división de posventa de **Robert Bosch**, al lanzar las escobillas **Aerotwin Retrofit** en envases unitarios. Las redes comerciales de España y Portugal ya disponen de este nuevo formato. Las escobillas limpiaparabrisas Aerotwin Retrofit son de perfil de caucho, prescinden de articulaciones metálicas y disfrutan de calidad homologada a la de equipo original. La línea Retrofit para vehículos antiguos se compone de nueve referencias que satisfacen las necesidades de 850 modelos de cincuenta fabricantes de automóviles. El secreto de esta alta cobertura es el amplio rango de longitudes disponibles, entre 400 y 650 milímetros, medidas utilizadas por el 90% del parque circulante.

Con los envases unitarios la versatilidad se ve aumentada ya que el distribuidor puede optimizar mejor el espacio de almacén ya que con las Aerotwin Retrofit, pocas referencias aportan una alta cobertura, y se beneficia de una gestión de pedidos y logística más sencilla. ●

www.robert-bosch.es



CON LA INAUGURACIÓN DE UNAS NUEVAS INSTALACIONES

Meycar Automotive aumenta su capacidad de servicio

El distribuidor para España de los productos **Meyle, Meycar**

Automotive, ha inaugurado su **nuevo centro de distribución** con el que amplía notablemente su capacidad de servicio. Las nuevas instalaciones de Meycar Automotive están ubicadas en Colmenar Viejo (Madrid) y ocupan una superficie total de 1.800 metros cuadrados. Así mismo, la infraestructura logística es muy importante disponiendo de 800 niveles de estanterías de picking y una capacidad adicional para 92 palets que permite almacenar la amplia gama de componentes de recambio de **Meyle products**, la marca propia del fabricante alemán **Wulf Gaertner Autoparts AG** de Hamburgo. La puesta en marcha de las nuevas instalaciones de Meycar Automotive ha sido comentada por Lars Peters, Jefe Regional de Venas de Wulf Gaertner Autoparts: "Nos alegramos mucho por el gran desarrollo y el crecimiento de nuestro socio Meycar lo cual, en tiempos de crisis económica mundial, es aún más impresionante". Meycar Automotive pone a disposición del mercado posventa es-

pañol la gama de componentes Meyle, que es muy amplia abarcando las familias de producto de dirección, uniones de goma y metal, frenos, amortiguadores y refrigeración. El número de artículos disponibles es de 12.500 para turismos y 500 para vehículo industrial. ●

www.meycar.es
www.meyle.com



BREVE



SPJ, empresa del **Grupo Ficosa Internacional**, ha anunciado la incorporación de nuevos modelos de sus **elevalunas**. Se trata de dos referencias, la **Spj139-17** y la **Spj139-18**, que, con equivalencias OES en su catálogo, son las destinadas a los modelos Toledo y León de Seat.

www.ficosa.com

HA LANZADO UNA CAMPAÑA PARA PROMOVER EL CAMBIO DE AMORTIGUADORES

Grupo Serca, con la seguridad

Su seguridad, la de los suyos y la de los demás, ¡NO ES UN JUEGO!, así se titula la campaña promocional que ha puesto en marcha **Grupo Serca Automoción** a través de la cual quiere impulsar la seguridad vial para motivar a los conductores a circular con los amortiguadores en buen estado.

Para ello, entre el 15 de mayo y el 31 de julio, por la compra de tres amortiguadores de las marcas **Boge, Lip, Sachs** o **Serca**, el grupo de distribución regala el cuarto amortiguador. Los beneficiarios de esta promoción son los clientes finales.

Para más información, los talleres pueden ponerse en contacto con su distribuidor Serca habitual. ●

📍 www.serca.es



NOMBRES PROPIOS



El hasta ahora director estratégico de **Brembo**, **Carlos Echeverría** (en la imagen), se ha jubilado. Echeverría deja atrás una larga y brillante trayectoria profesional en el mundo de la posventa y, más concretamente, en el sector de los frenos ya que durante muchos años fue el director comercial de **Frencosa**, empresa que adquirió el Grupo Brembo en 2007. En homenaje a tan fructífera carrera, en el próximo **Congreso de ANCERA** será nombrado **Caballero del Recambio**. Se da la circunstancia que la marcha de Brembo de Carlos Echeverría coincide con la de su hijo **Víctor** quien pasa a incorporarse **ADL España**, la firma distribuidora de los recambios **Blue Print** para vehículo asiático.

📍 www.brembo.com

BREVE

Launch Ibérica/Grupo Circuit ha suscrito un contrato marco con las redes de talleres **Servirueda** y **Vialíder** en el cual se sientan las bases para una colaboración mutua en relación al suministro de equipamiento y servicio posventa de productos de diagnóstico **Launch**. Este contrato de una importancia especial a la actividad de posventa. Así, establece que los talleres **Servirueda** y **Vialíder** que adquieran los equipos de diagnóstico propuestos por **Launch Ibérica/Grupo Circuit**, dispondrán de formación específica e intensa sobre el manejo y la aplicación de los mismos.

📍 www.grupocircuit.com / www.launchiberica.com / www.servirueda.com / www.vialider.es



PETRONAS
LUBRICANTS



En síntesis,
SYNTIUM
nuestro
lubricante
sintético

FLUID ▶ TECHNOLOGY



Official Sponsor



EL SALÓN PARISINO DE LA POSVENTA SE
CELEBRARÁ DEL 13 AL 18 DE OCTUBRE

Equip Auto 2009 promete



↙ Cada vez está más cerca una de las citas más importantes de la posventa a nivel europeo, **Equipo Auto 2009**. Acción al 100%, este es el objetivo de la próxima edición de la Feria Internacional de Equipamiento, que se celebra bianualmente en París y que en el presente año tendrá lugar del **13 al 18 de octubre** en el **Parque de Exposiciones Paris Nord-Villepinte**. Si hemos comentado que el objetivo se resume en la frase Acción al 100%, dicha acción se va a desglosar en un conjunto de principios fundamentales en los que se va basar Equip Auto 2009: diversificación, crecimiento de los negocios, multiplicación de intercambios internacionales y desarrollo de las redes de competencias. Pasando de la teoría a la práctica, la edición 2009 aspira a su-

perar a la exitosa 2007 la cual acogió 2.022 expositores y 106.407 visitantes profesionales, un 32% de ellos de fuera de Francia. Para ello va a apostar por estar al servicio del sector, tal como explica Mario Fiems, Director de Equip Auto: "Equip Auto se involucra aún más eficazmente en el calendario de acciones comerciales de sus expositores impulsando una nueva dinámica en la promoción de sus animaciones y ofertas "especiales de la feria" favoreciendo así los negocios entre expositores y visitantes". Como novedades, el próximo mes de octubre se dedicará un espacio a los recambios y equipamiento de taller para las motocicletas y se ampliará la representación de otros segmentos como el agrícola o el industrial y se ha puesto en marcha una campaña para los profesionales interesados en dichos segmentos. También, en colaboración con la feria PTS (Personalización Tecnologías y Deportes Mecánicos) Equip Auto 2009 ofrecerá un pabellón destinado a accesorios. Los premios **Grand Prix Internationaux de l'Innovation Automobile** volverán a ser uno de las acciones estrella propuestas por Equip Auto. ●

📍 www.equipauto.com

Todas las noticias en www.mundorecambiyotaller.com

- XIX Jornadas AECA-ITV
- El Salón del Automóvil de Barcelona cerró su edición con éxito de público y ventas
- El sector del automóvil agradece a Industria la puesta en marcha del Plan 2000E a partir de la próxima semana
- La prensa realiza su selección de candidatos EuroPremium
- Sevilla acoge el Salón del Factory del Automóvil
- Parón Internacional del Automóvil de Barcelona
- Dimsport dispone de nuevo banco de potencia
- Las administraciones auguran un gran futuro para las aplicaciones de los productos NFU
- IMA Asistencia presenta el Buendiag
- Zapatero ha anunciado 2.000 euros de ayudas directas para la compra de vehículos
- Da-web comercializa nuevo detector de fugas
- El Foro de Talleres pasa a la acción
- Miguel Sebastián podría anunciar ayudas directas coordinadas con las autonomías para la compra de automóviles
- El himno de Eurotaller
- Las entidades financieras han elaborado "listas negras" de empresas
- Ya está disponible el Programa del XXII Congreso de ANCERA
- SPJ lanza novedades en su oferta de espejos
- Nueva lista de equivalencias ContiTech para turismos y furgonetas
- Quejas por el estado del Instituto Politécnico de Castellón
- Se buscan piezas del Seat 124 FL

Dometic
GROUP

ESTACIÓN WAECO ASC 1000

Recomendación: si estás pensando en comprar una estación de servicio de aire acondicionado

SIÉNTATE
A LEER
ESTO



- Automático.
- Sin llaves de paso de gas.
- Fabricada por Dometic WAECO en Alemania.
- Única con base de datos de camiones.
- Incluye impresora de serie.
- Botes de aceite y aditivo de conexión rápida al vacío (humedad 0%).
- Panel informativo giratorio con LEDs de alta luminosidad.
- Los manómetros más grandes del mercado (100mm).
- Mangueras de 3 metros de serie (opcional de 5 m y 8 m).
- 4 años de garantía.
- Menú en castellano, euskera, catalán y gallego.

desde
89€
/mes

- Renting 4 años.
- Garantía total durante todo el renting.
- Seguro incluido.
- Cuota final de compra 20€.
- Consumibles y piezas de mantenimiento incluidos.
- Actualizaciones gratuitas.
- Máquina de sustitución para averías en garantía (en 72 horas).



*Impuestos no incluidos en el precio (16%)
SOLICITA TU CATÁLOGO:
Dometic Spain, S.L.
Avda. Sierra de Guadarrama, 16
28691 - Villanueva de la Cañana (Madrid)
Telf.: 902 111 042 / Fax.: 900 100 245
asc-mrt09@dometic-spain.com

WAECO
AirCon Service
www.waeco.es

NOS ENTREVISTAMOS CON **ANDREA ANFOSSI**, NUEVO DIRECTOR DE MAGNETI MARELLI AFTERMARKET IBÉRICA Y CON **ALEXANDRO FABBRONI**, SU ANTECESOR EN EL CARGO

Este mes se produce el traspaso de poderes entre nuestros dos entrevistados; Anfossi liderará la compañía fabricante de componentes en una etapa en la que se intentarán mantener, si no incrementar, los resultados en ventas, abriendo nuevas sinergias, fruto de su pertenencia al Grupo Fiat.



Lo mejor de ambos mundos

¿Cómo valoraría el estado del mercado de la posventa?

Andrea Anfossi: Existe la convicción de que el mercado del recambio es anti-cíclico, pero esto es así solo hasta cierto punto: en el actual ciclo económico, ante la decisión de llevar el vehículo a realizar una reparación de mantenimiento en un vehículo (pongamos un amortiguador), el usuario se retiene, porque el vehículo sigue funcionando; si lo que tiene que cambiar es un alternador o un faro (debido a un fallo mecánico o a un accidente, es decir, algo que necesite para que el vehículo siga funcionando), existe la posibilidad de que el usuario se decante hacia un componente de menor calidad, porque cuesta menos; a ello le tenemos que añadir la falta de liquidez del usuario (que hace que los vehículos reparados estén en el taller, por falta de dinero para pagar), tenemos un mapa con la actual coyuntura de dificultad que viven las empresas de posventa en toda Europa, y Magneti Marelli, con una marca de calidad, no escapa a esta realidad.

Alessandro Fabbroni: Debemos destacar que, afortunadamente, no hemos detectado un problema de crédito entre nuestros clientes. También es cierto que estamos llevando a cabo muchas acciones para controlar el apartado financiero entre los clientes existentes y nuevos; hasta hoy más o menos está funcionando bien. Y esperaba una situación peor, así que la conclusión es que, al final, entre nuestros clientes existe solvencia y una cobertura financiera para aguantar el tirón al menos algún tiempo.

A la espera de lo que ocurra en la segunda mitad del año, la primera, en este sentido ha ido bastante bien. Quizá el problema son las ventas...

A. A.: Debo decir que sobre las ventas mi perspectiva es optimista, porque (aunque parezca una tontería), a pesar de la coyuntura adversa, el parque circulante crece aunque sea poco; entonces (y



aún salvando la realidad de que el reparto de kilometraje fuera menor), este parque siempre tendrá que ser abastecido en posventa por los fabricantes, distribuidores, talleres. Su tendencia no es la desaparición. Sí es cierto que se deberá transformar, puesto que cambian las tecnologías y el modo de repararlas (fuimos, en tiempos, el líder absoluto en carburador, un componente hoy desaparecido) pero, manteniendo una capacidad de renovarse, la pervivencia no puede cuestionarse.

¿Se han planteado, a la luz de estos cambios, alguna nueva fórmula de aproximarse a los clientes, o alguna acción específica en el mercado?

A. A.: Creo que lo más importante es comprender conjuntamente que este es un mercado con diversos operadores pero con un mismo objetivo: llegar al cliente final (para Magneti Marelli ese cliente final es el reparador) también como partner (nuestra política es de servicio, de formación).

Así que es fundamental actuar conjuntamente con el distribuidor para llegar al taller transmitiendo solidez; somos una compañía que entiende que hay tres niveles: fabricante-recambista-taller, y que estos niveles no cambiarán pese a los temores, recurrentes en el sector, de que se pueda llegar a un salto de canal.

Hoy por hoy, cada una de las formas de distribución tienen una razón de ser, si bien también comprendemos que uno de los aspectos de la crisis económica es que los más débiles caigan un hecho que, aunque produzca tristeza, hay que reconocer que es "higiénico" para el sector.

A.F.: Y esta situación de "limpieza" es a todos los niveles: fabricantes, distribuidores o taller, porque entre los fabricantes hay quien lo está pasando mal.

Nosotros tenemos dos factores que nos favorecen: el primero es que tenemos dos figuras dentro del Holding Magneti Marelli; una, que se dirige al constructor, y otra, que se dirige al distribuidor. El segundo factor, es que pertenecemos al Grupo Fiat, un

constructor, lo que nos da una visión algo más allá de lo que sería una mera distribución de piezas. Este último factor nos da la oportunidad de desarrollar estrategias para trabajar con los concesionarios, pero sin tener que inventar toda una marca.

De hecho, con la red Checkstar se puede hacer ese camino de forma rápida...

A.F.: Exacto. Justamente ese será, con toda probabilidad, el nuevo proyecto por el que apostaremos este año.

Nuestra red ha crecido: tenemos 180 Checkstar y 24 Checkstar Top (con las cuatro nuevas incorporaciones), y ahora tenemos una posición más fuerte, con cobertura nacional. Nuestra idea será introducir el concepto Checkstar en algún concesionario (empezaremos en Portugal, en el concesionario de *Italian Motor Village* de Lisboa), puesto que también hemos detectado que el propio concesionario necesita un apoyo para desarrollarse. Pero yendo mucho más allá que el concepto de "segunda marca" de algún constructor, que sería una propuesta meramente comercial.

A.A.: Sin olvidar, además, que el mundo independiente es un mundo con su orgullo: quiere permanecer independiente, aunque está comprendiendo que aún permaneciendo así, debe actuar junto a una compañía profesional y en continua renovación tecnológica, para que le indique qué novedades incorpora el automóvil.

O sea, que sería llevar el multimarquismo al universo del concesionario...

A.F.: Sí, aunque protegiendo el entorno Fiat. Evitar la canibalización, pero ofreciendo una oportunidad de desarrollo de negocio al concesionario. Es muy delicado, pero esperamos tener éxito. Será integrar dos mundos: el concesionario, experto en una marca, y el concepto Checkstar, el multimarquismo, junto a una marca fuerte e innovadora como Magneti Marelli. Y eso sin distorsionar ningún canal, al contrario, creándose sinergias: el constructor no domina los entresijos de la distribución de piezas, un distribuidor puede tener, adicionalmente, un buen taller al que aprovisionar. Será sólo en determinadas zonas, porque estudiaremos caso por caso, eligiendo sólo los talleres que puedan cumplir ese perfil.

Este nuevo proyecto nos daría visibilidad mundial.

¿Cuándo se lanza el proyecto?

A.F.: El 15 de junio será la presentación del proyecto; aunque hay que contar con los plazos de formación del personal, etc, o sea que se alargará, supongo, hasta finales de mes.

¿Porqué se ha elegido ese concesionario?

A.F.: Primero, que es un concesionario de propie-

dad Fiat. Segundo, que es uno de los más activos: está integrando al concepto de show room otros elementos como restaurante, talleres y galería para artistas emergentes, etc. Va más allá del concepto tradicional, integrando otros valores añadidos.

Buscar nuevos medios para ampliar el flujo de visitas y atraer nuevos consumidores, no directamente relacionados con el taller...

A.A.: Efectivamente; se está produciendo cambios entre los consumidores: todos lo somos, así que debemos analizar qué esperamos como consumidores (nosotros mismos, o el propietario del taller: "¿te gustaría un taller como el tuyo?" les plantea-

fundamental, es el coste de la mano de obra, que no debe desprestigiarse; en nuestro proyecto hemos hablado de mantener el que exista en Fiat (aunque haya un "paquete" *Fast Fit*). La mentalidad del taller independiente debe evolucionar para saber venderse, presentar su valor añadido que es el servicio. Un servicio en elementos cada vez más tecnológicos. En España tenemos el proyecto Connect, que es la reparación de los navegadores Magneti Marelli.

A.A.: No es adecuado que un taller independiente tenga precios inferiores a los de un taller marquista: el taller oficial ofrece piezas originales de Magneti Marelli u otros fabricantes, pero el taller multimarca también ofrece piezas originales

o de calidad equivalente. La mano de obra del concesionario es alta pero no siempre la calidad de servicio está al mismo nivel. El taller multimarca, como multiespecialista, desde luego no es menos capaz y experto que el concesionario, y quizá debería valorar al alza esa calidad profesional de multiespecialista, unido al de la transparencia y al de la proximidad, aún a pesar de que el usuario, su cliente, piense en el ahorro. No digo que se convierta en más caro, sino que se dé a conocer en toda su extensión ese valor añadido del taller independiente entre el usuario (un valor añadido superior al del concesionario, incluso, porque debe ser altísima en más de una marca y teniendo en cuenta la capacidad de evolucionar en la reparación de productos cada vez más tecnológicos), para que éste último la aprecie en lo que vale, de forma, al menos, pareja a la del concesionario oficial.

A la puertas de cruzar el ecuador del ejercicio, en el que la primera parte no ha ido mal, ¿cómo creen que van a ser los resultados de Magneti Marelli a finales de año?

A.F.: Este primer semestre hemos hecho una revisión del budget muy conservadora: hay que mantener la estructura, reducir costes etc. La segunda mitad del año será más positiva.

A.A.: En lo que respecta a la facturación para la segunda parte del ejercicio, soy optimista: hay signos de recuperación, así que espero que (como en España la crisis se inició antes, se espera que acabe antes) los resultados a finales de año crecerán, aunque sea de forma tímida. Como integrantes del Grupo Fiat, además, vemos de forma positiva los incentivos que se han iniciado para la venta de vehículos, así que esperamos que el movimiento que genere propicie un crecimiento en los resultados. Invertir una tendencia descendente ya es, en sí, positivo. ●

www.magnetimarelli-checkstar.es



mos) e intentar comprender qué espera el consumidor, abriendo el abanico de su tipología (mujeres, etc.), puliendo aspectos como la recepción, estancia, etc: mejorar la percepción del nivel de servicio.

El proyecto que se inicia en Portugal, ¿cuándo y dónde se trasladará a España?

A.F.: Después de Lisboa, los inmediatos serían Barcelona y Sevilla; el caso es que en estas ciudades, la propiedad es de Fiat y están gestionados por la misma persona, así que si Portugal sale bien (como creemos todos), enseguida el proyecto lo llevaremos a España; pero como aquí tenemos una estructura Checkstar, lo haremos sin herir sensibilidades. Barcelona, curiosamente, es un área en la que no tenemos tanta visibilidad Checkstar, así que es viable, igual que en Sevilla. En Madrid es más delicado y complejo. Lo haremos sin menoscabar la influencia geográfica de la actual red Checkstar en zonas urbanas medias-grandes donde tenemos una cobertura baja. De ahí la selección; otra cosa sería canibalizar el mercado sin dar valor añadido.

¿Cómo se gestionarán los precios?

A.F.: En el coste de materiales, las estrategias de producto, escalas de compra, las ofertas, etc. hará que se manejen unos márgenes u otros; ahí hay que luchar, sabiendo que pueden existir estrategias comerciales divergentes; otra cuestión, considero que

PUDIMOS
CONOCER SU
SEDE CENTRAL
EN VERONA,
ITALIA

Japanparts servicio desde las TIC

La compañía especialista en recambio asiático quiso que conociéramos más de cerca su estructura, su extenso catálogo y sus herramientas altamente profesionales para apoyar la labor tanto de sus partners de distribución como del taller.

El pasado 14 de mayo tuvo lugar la presentación de la oferta de productos y servicios de la compañía de distribución italiana **Japanparts**, especialistas en recambios asiáticos, una compañía de núcleo familiar creada en 1988 por su presidente, **Luca Finetto**, que se plantea el desembarco en España, para lo que se hallan actualmente en negociaciones con la distribución de nuestro país, definiendo su partner nacional; una situación que se plantearon tras su presencia en la feria de la posventa Motortec.

Japanparts, asiáticos de calidad

La empresa nace hace 21 años, con la mirada puesta en los recambios para el mercado posventa de los turismos producidos por los constructores de origen asiático (Japón, Corea, India, en la actualidad un 6% del parque europeo, con perspectivas de crecimiento en virtud de la introducción de las marcas Chinas, hoy inexistentes en el mercado, pero que llegan a las 50).

La oferta de su programa completo (60 familias de producto) cristaliza a partir de dos marcas **Japanparts** y **Ashika**, con calida-

(sigue en la pág. 12)



Japanparts®



WORLDWIDE QUALITY REPLACEMENT PARTS FOR JAPANESE AND KOREAN CARS

**FAST DELIVERY
GOOD QUALITY
GOOD PRICE**

**ESTAMOS BUSCANDO
DISTRIBUIDORES
PARA EL MERCADO
ESPAÑOL!!!**



www.japanparts.eu

Via della Meccanica, 1/A - 37139 VERONA (Italy)
Tel. +39 045 85 17742 - Fax. +39 045 8510714 - info@japanparts.it



De un pequeño almacén a la nueva central logística

Se inició con un pequeño almacén, pero la multitud de fabricantes y marcas de los países asiáticos supuso una oportunidad de crear una estructura para la posventa multimarca a nivel internacional, teniendo, hoy día, presencia comercial en 60 países y facturando (con un equipo de 40 personas) 30 MIO de Euros.

Así, la actual central (en la que se ubican desde septiembre de 2007) importa 1000 contenedores anuales de producto, disponiendo de 50/60 líneas distintas y 17.000 productos por línea que se almacenan en unas impresionantes instalaciones de 14.000 m² (3.500m² de oficinas; 28.000 en total, ya que se cuenta con una planta subterránea de las mismas dimensiones para los productos más voluminosos) en 5 niveles de almacenamiento (15m de altura) y seis Kardex (máquinas lógicas de almacenamiento inteligente), realizándose el control de mercancías de forma unitaria. Los productos tienen un periodo de entrega (entre que se realiza el pedido, se expide y llega a destino) de sólo cinco días.

El apoyo de las nuevas tecnologías en la gestión del producto

"Automatizar lo automatizable, organizar lo organizable". Esta es la filosofía base de Finetto, para seguir la sintonía de los constructores y fabricantes asiáticos que trabajan bajo pedido. Con tal magnitud de oferta, se hace imprescindible una gestión muy optimizada de todo el proceso para el aprovisionamiento de la posventa.

Para ello, han creado una página web muy potente en varios idiomas en la que, completamente en abierto para el usuario de la misma (sin claves o passwords), se vuelcan tanto informaciones de la empresa, vídeos y el catálogo on-line (17.000 fotos).

Este catálogo permite multitud de funciones, entre las que figuran la localización de cualquier producto de JapanParts por su código o por el código OEM, se pueden buscar todos los productos disponibles en la marca por modelo de vehículo, se pueden realizar comprobaciones del estado del stock (si no está en existencia se anula on-line), sección de novedades que se introducen disponibles on-line, posibilidad de pedidos electrónicos y creación de presupuestos de reparación para el taller, cuya selección de productos genera automáticamente un pedido al distribuidor.

Para agilizar aún más si cabe el comercio electrónico, se ha creado una USB que incluye exactamente lo mismo que el catálogo on-line (y es actualizable de forma inmediata); supone trabajar sin conexión y por tanto de forma mucho más rápida con todas las funciones. ●

 www.japanparts.eu
www.ashika.eu

(viene de la pág. 10)

des contrastadas gracias a los acuerdos de aprovisionamiento con proveedores de las cadenas de montaje de los constructores para marcas como Mazda, Toyota, Nissan, Hyundai, Kia, Tata, etc., y siempre bajo la filosofía **DQP: Delivery, Quality, Price** (entrega, calidad, precio); lo que implica una entrega rápida, la calidad idéntica a la de las cadenas de montaje y el precio del producto igual o inferior que el recambio con marca del constructor, disponiendo de todo tipo de certificados de calidad (incluso las de TecDoc).

Marchamalo (Guadalajara) acoge las nuevas instalaciones del proveedor de equipos de diagnóstico y maquinaria para taller Tecnotest Ibérica. Desde allí, va a coordinar y gestionar todos los servicios que proporciona a sus clientes y distribuidores: formación, atención al cliente, organización de la red de distribución, gama de productos, etc. Visto el nivel de equipamiento e infraestructura de las nuevas instalaciones, no dudamos en que los va a mejorar.

El nuevo cuartel general de Tecnotest Ibérica disfruta de 546 metros cuadrados y está situado en Marchamalo (Guadalajara).



TECNOTEST IBÉRICA ESTRENA CUARTEL GENERAL EN MARCHAMALO (GUADALAJARA)

Nuevas instalaciones, mejor servicio

Tecnotest Ibérica, empresa perteneciente a la multinacional **SPX Corporation** dedicada a la distribución y comercialización en el mercado posventa de equipamiento para taller y herramientas de diagnóstico inauguró recientemente su nuevo cuartel general que está situado en la localidad alcarreña de Marchamalo. Las nuevas instalaciones fueron inauguradas el pasado mes de marzo, ya operan a velocidad de cruce y, tal como explica **Ángel Ortega**, *Business Team Leader*, de **SPX Ibérica**: "Desde las instalaciones de Marchamalo, Guadalajara, damos cobertura a todo el mercado de la Península Ibérica en relación con los usuarios finales o distribuidores. Desde aquí se atienden y gestionan las necesidades de la red de distribución y usuarios, cursos técnicos o comerciales, exposición con todo el material fabricado por la empresa, etc., además de la cobertura puntual que los delegados técnicos comerciales dan en sus respectivas áreas geográficas".

Continuidad a un ambicioso proyecto

El nuevo cuartel general de Tecnotest Ibérica ocupa 546 metros cuadrados divididos en dos plantas, 270 m² se

dedican a formación y presentación de productos a distribuidores y a clientes y 276 m², a oficinas, sala de reuniones servicios informáticos, etc. El equipamiento a nivel informático y de comunicaciones es elevado lo que permite realizar el amplio elenco de actividades comentadas: cursos de formación, presentaciones, exposición de productos, demostraciones, etc. Por si todo ello no fuera suficiente, la sede de Marchamalo cuenta con el apoyo de la central de Tecnotest en Italia. Por ejemplo, toda la actividad de logística y almacenaje se realiza en el centro de producción de Italia.

Ángel Ortega también nos ha recordado los objetivos que se ha planteado esta nueva sede central en España y que no son otros que dar continuidad al proyecto puesto en marcha por Tecnotest Ibérica dotándole de los suficientes medios materiales para su consecución y de una óptima estructura para sus clientes que les aporte calidad de servicio. Del cumplimiento de estos objetivos se encargan las diez personas que trabajan en Marchamalo, cinco de ellas se dedican al apoyo directo al distribuidor y al cliente y las cinco restantes forman parte de la estructura común con SPX Ibérica. ●

📍 www.tecnotest.com / www.spxeurope.com

La oferta de Tecnotest

Con más de 25 años a sus espaldas, la italiana

Tecnotest se dedica al diseño, fabricación y comercialización de maquinaria y equipamiento para taller así como sistemas de diagnóstico portátiles, equipos para el mantenimiento, sistemas de inspección y medición, analizadores de gases, medidores de humos, líneas de inspección técnica, estaciones de diagnóstico multifuncionales, estaciones de servicio para el sistema de aire acondicionado y sus correspondientes accesorios, comprobadores y cargadores de baterías, equipos de reglaje de faros, alineadores de ruedas, simuladores de carga del motor, etc. Gracias a esta amplia oferta, es un proveedor de referencia en el mercado posventa.



La imagen muestra la zona de exposición de las instalaciones.



En las nuevas instalaciones se imparten cursos técnicos y comerciales a distribuidores y a clientes en aulas como ésta.



Espacio destinado a oficinas. En el centro de Tecnotest Ibérica en Marchamalo trabajan un total de diez empleados.

eventos



AUTOPROMOTEC, CELEBRADA EN BOLONIA DEL 20 AL 24 DE MAYO, SIGUE SIENDO LA REFERENCIA EN MAQUINARIA, EQUIPAMIENTO DE TALLER Y NEUMÁTICOS

Bolonia tiene un plan

Todas las previsiones para la edición 2009 de Autopromotec apuntaban alto y a pesar de la coyuntura la feria cumplió. Ciertamente se notaba algo más de austeridad que en ediciones anteriores, e incluso en algún pabellón hubo que recurrir a las dichas áreas de descanso. Pero aún así, nadie puede negar que se registró una gran afluencia de público profesional, que hubo un gran ambiente de negocio y que en cuanto a expositores resultó ser un éxito de convocatoria. Autopromotec pasa su vigésimo tercer examen con nota.



A falta aún de cifras oficiales de visitantes no disponibles al cierre de esta edición, Autopromotec siguió atrayendo poderosamente la atención del profesional italiano y extranjero, tal como podía comprobarse al pasear por los pasillos del complejo ferial boloñés. La oferta era realmente atrayente: 1.421 empresas procedentes de 47 países exponían en una superficie de 150.000 m² útiles. La cifra es algo menor que las previsiones mostradas por la organización hace apenas unos meses, durante la presentación realizada simultáneamente a Motortec (ver MRYT 316), pero aún así no puede hablarse de retroceso respecto a la edición 2007, ya de por sí muy satisfactoria. Los expositores extranjeros representan un tercio justo (33%) del conjunto.

Si bien algunos sectores como el de recambios han flojeado en presencia en la edición recién terminada, otros sectores como el de la diagnosis ha necesitado una ampliación del espacio de exposición para dar cabida a más empresas, Berton entre ellas. Una de las grandes comodidades a la hora de visitar Autopromotec sigue siendo la precisa sectorización de los pabellones, permitiendo a los profesionales concentrarse en sus áreas de interés y no perder esfuerzos separando *grano de paja*. Probablemente el punto flaco de esta edición haya sido la falta de asistencia de público internacional sin duda provocada por las limitaciones económicas actuales.

www.autopromotec.it

www.asso-aica.it

www.asso-airp.it



BRAIN BEE.
EVERYTHING UNDER CONTROL



CLIMA-9000 ULTRA-MATIC

Nuevo diseño y alta tecnología para la estación de recuperación y recarga de sistemas de clima, la mas completa del mercado.

CLIMA-9000, proyectada para garantizar absoluta autonomía en su operatividad: el potente software de control esta capacitado para gestionar automáticamente todas las funciones de mantenimiento, limpieza y control sobre el equipo refrigerante, sin necesidad del operador y con notable ahorro sobre tiempos y costes.

- Diseño easy-service.
- Display touch Screen único y exclusivo.
- Solo un teclado para la activación de todo el ciclo de elaboración.
- Base de datos gráfica integrado en la memoria de la máquina.
- Función OIL CARE para preservar la pureza del aceite.





Equipamiento y diagnosis



Bosch, una presencia que no pasa inadvertida, mostraba ya totalmente integrada la marca Beissbarth de equipamiento para taller.



El stand de Texa fue muy concurrido. El Pagani Zonda tuvo mucho que ver, aunque también el 'label' Texa Workshop para talleres.



En BrainBee, además de la atractiva línea Black, presentaban el ST5000 Body pensado para el taller de carrocería.



Marcella Saracco, responsable de comunicación de SPX Tecnotest, nos muestra la nueva Autoboss de origen chino que se suma a la oferta de la marca italiana en diagnosis.



Launch no pierde oportunidad de mostrar su completa gama de productos para el taller, ya sea en diagnosis o en equipos.



La nueva Hella-Gutmann estuvo en Autopromotec mostrando el nuevo Mega Macs 42, el primer fruto de la nueva compañía.



Berton entró por vez primera en Bolonia con trío. Presentó cuatro nuevos productos que se lanzarán en breve: el nuevo TDU_PC, los nuevos TDU_PAD 3.5 y 5.0 y el nuevo TDU_PC rugged, además de un nuevo mueble para el TDU_PC.



El Leonardo de Giovanni Accini sigue despertando interés entre los profesionales de la reparación por su potencia gráfica.



Top Automotive, una nueva marca en diagnosis que ya tuvimos ocasión de conocer en Motortec jugaba esta vez en casa.



La marca coreana Hanatech no quiso perderse Autopromotec y trajo su Multiscan y Ultrascan, además del Ultrascop.



La valenciana Istobal, fiel a su vocación exportadora, no se pierde Autopromotec. Su despliegue incluye el nuevo tren móvil M14+.



Astra, conocida por sus cabinas de pintura y soldadoras, da un salto hacia el taller mecánico con su nuevo elevador neumático.



Las cabinas de pintura de Celette Ibérica tienen un peso importante en Autopromotec. Su stand es sinónimo de luz.



PuntoPro, la red de talleres italiana de Group Auto Union Italia homóloga a Eurotaller, no se pierde nunca Autopromotec.



SATA, la marca alemana de pistolas de pintura, siempre apuesta fuerte por Autopromotec. En esta edición, destacaban los filtros.



Tecnomotor renueva conceptos con su sistema Pokayoke, una herramienta de diagnosis orientada a cada necesidad del taller.



Waeco sigue apostando fuerte por la línea de climatización con las ASC. En Bolonia vimos las dedicadas a varios constructores.



DimSport pone el acento en sus bancos de medición de potencia, además de sus productos para la potenciación del motor.



Los Bosch Car Service Italianos aprovecharon el encuentro de Bolonia para realizar su convención justo al lado de la feria.

TECNOTEST, LA SOLUCIÓN A SUS NECESIDADES COTIDIANAS



- **ubicación del conector EOBD mediante fotografía**
- **selección del vehículo mediante código VIN (número de bastidor)**
- **preparado para incorporar osciloscopio de 4 canales y analizador de gases de escape**
- **grabación de parámetros en marcha (Flight data recorder)**
- **actualización multimarca trimestral**
- **codificación de llaves, realización de ajustes, regulaciones, activaciones...**



Futurmotive, lo más nuevo en el automóvil

Este año, el espacio más novedoso de Autopromotec fue el Futurmotive, una exposición en la que se presentaban las más incipientes tecnologías aplicadas al automóvil y a su posventa que deberán protagonizar la evolución futura de los medios de locomoción por carretera.



Recambios



Dayco llevó a Bolonia su nuevo sistema de tensado para la cadena de distribución que ayuda a reducir el ruido y el mantenimiento que ya vimos en Motortec.



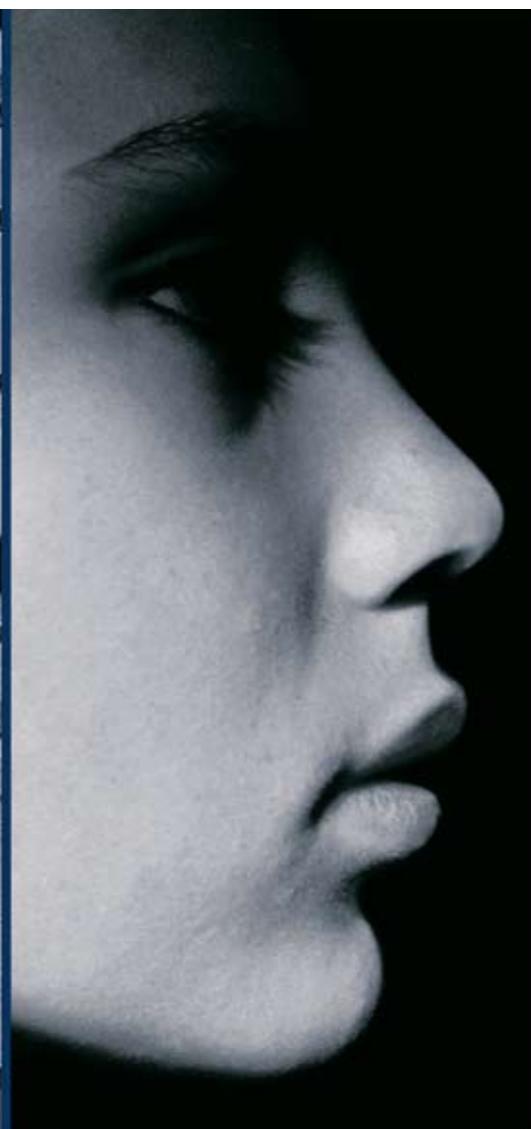
UFI Filters estuvo en Autopromotec con fuerzas renovadas. Su marca Sofima es toda una institución en Italia.



Las bombas de agua de Dolz tienen fuerte presencia en Italia, de la mano del acuerdo que mantienen con GGT Nova.



La compañía de distribución Sasson se encarga de llevar a Italia los productos de fricción de la española Icer Brakes.



Precisión Innovación Diseño Internacionalización

70 años innovando en el desarrollo e investigación de bombas de agua avalan a Industrias Dolz como líder indiscutible en la vanguardia internacional del mercado. Es el fruto de un constante esfuerzo y una apuesta por la calidad adaptada a todas las exigencias de la industria de la automoción. Y siempre con el mismo objetivo: satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

70 AÑOS DE HISTORIA LIDERANDO EL SIGLO XXI

DOLZ

Bombas de agua | Water pumps

C/Vall de Uxó, 1 | 12004 Castellón (Spain)
T +34 964 34 00 38 | F +34 964 24 13 01
e-mail: dolz@idolz.com | www.idolz.com



El distribuidor de piezas para vehículos asiáticos JapanParts estuvo en Autopromotec con su nueva marca Ashika.



Beru buscaron destacarse del resto y trajeron a un aerografista que personalizaba camisetas. Un trabajo realmente fino.



Los productos de Remsa (marca de exportación de Road House) destacaban en las vitrinas de Exo, su distribuidor en Italia.



FrigAir también participó en esta nueva edición de Autopromotec, destacando su línea de radiadores de vehículo industrial.



En Fiat y Magneti Marelli había expectación por saber algo más de sus nuevas aventuras americanas: con Chrysler en el plano tecnológico y con Opel en el plano financiero.



Lip, la marca de amortiguadores de Quinton Hazell, llega a Italia de la mano del distribuidor Weiss.

EAAS 2009, un encuentro para todos

Bajo el complejo lema "Ecología, tecnologías, reparación, nuevos reglamentos europeos: posibles efectos futuros en la industria de la posventa del automóvil" se realizó durante Autopromotec 2009 la segunda edición del European Automotive Aftermarket Symposium. En él, participaron ponentes de la Comisión Europea, CLEPA, FIGIEFA, EGEA y el Grupo Fiat.

El objetivo del EAAS consiste en identificar las tendencias tecnológicas principales para anticiparse a las oportunidades de negocio venideras para los talleres, los concesionarios y las redes de distribución y reparación. Tras las ponencias, se desarrolló una nutritiva mesa redonda en la que todas las partes exhibieron sus tesis para el debate.



where
it's the destination
that makes the journey
now

inside btb

C/ Atenas 5 - 28813 Torres De la Alameda - Madrid (Spain) - ph 91 8863150 / fx 91 8888714

TecDoc
CERTIFIED QUAL SUPPLIER

FRIGAIR[®]
www.frigair.com



VISITAMOS EL ALMACÉN DE HOLY-AUTO EN CÓRDOBA, A LOS 27 MESES DE SU PUESTA EN MARCHA

Más apoyo a los socios

En su día supuso un esfuerzo adicional para ponerlo en marcha, pero en la actualidad, aún con un equipo relativamente reducido para gestionarlo, se ha demostrado su eficacia. Tanto es así que, con más productos en su stock, Manuel Alcalde se plantea seriamente una nueva ubicación más amplia.

Manuel Alcalde, gerente de **Holy-Auto**, no para. Anda estirando el tiempo para llevar adelante el día a día en la oficina (contabilidades, cruces de referencias, estudios), algo ya de por sí complejo cuando los teléfonos no paran de sonar, además de realizar las visitas necesarias y atender las que llegan, sean las de los proveedores...o las nuestras.

Y es que la gestión del almacén, para que sea fiel a la idea primigenia de generar valores añadidos a los socios, no es cualquier cosa; más cuando sólo son cuatro.

Se iniciaron las actividades en febrero de 2007, bajo la premisa base de crear mayor rentabilidad para los socios trabajando directamente con los proveedores, a partir de productos de calidad (las marcas del almacén están en el TecDoc); se empezó con cinco productos: **Continental** (correas), **Ruville** (tensores), **Fremax** (discos de freno), **Mintex** (pastillas), **On Air** (filtros de habitáculo).

Posteriormente, incorporaron **NGK** (bujías y precalentadores, que ahora tienen una nueva disposición) y los kits de freno **Holy-Auto**, premontados y montados.

Rodando el proyecto, la validez del mismo ha quedado demostrada, hasta tal punto que se han planteado dar un paso más: han introducido nuevos productos. El primero de ellos son los **kits de distribución** compuestos de correas **Continental** y tensores **Ruville**; una idea que han desarrollado introduciendo en una caja propia las cajas de los productos de ambos fabricantes (haciendo constar en su embalaje "recambio original"); han establecido un programa que generando una referencia de kit, englobados, las de la correa y el tensor, con el fin de facilitarle la labor al socio. A principios de mayo entraron en el almacén los **kits de rueda Flenor** (alemanes) y los **filtros de aceite, aire y combustible Tecneco** (italianos).

Manuel Alcalde nos habla de ello y de cómo ve el mercado.

¿Cómo va el grupo?

Manuel Alcalde: Bien: nuestro grupo está vivo, seguimos adelante con ilusión. Los objetivos marcados con los proveedores se están cumpliendo, y estamos superando en unidades el 50% respecto al año anterior (en el que se incrementó un 100% respecto a 2007). Y estos resultados son sin incluir estos nuevos productos.

Además del almacén, el grupo muchos valores añadidos como el TecDoc desde nuestra intranet, tarifas orientativas (creemos en precios bajos con descuentos bajos) en función de los estudios comparativos, negociación de productos desde los propios componentes hasta bolsas, precinto, cajas de cartón, etc.

La idea de crear el almacén ha tenido un buen desarrollo y se ha visto que ha sido positiva para los socios: tienen, como principales valores añadidos, un almacén multiproducto que, con 350 Euros de pedido (y, con las familias





de producto, que son de rotación, pueden hacer uno cada día) tienen los portes pagados, y les supone rotar el almacén un número mayor de veces sin tener que estocar nada en su casa; estoy muy satisfecho personal y profesionalmente de lo conseguido, aunque considero que aún se puede desarrollar más; de hecho, en este tiempo no han llegado más oportunidades.

¿Cómo esperan acabar, pues, este ejercicio en Holy-Auto?

Esperamos que aumenten nuestros resultados.

El aspecto del almacén es de un aprovechamiento total del espacio, ¿se plantean cambiar de instalaciones?

Por supuesto que sí. Pero esto será cuando los socios lo estimen necesario: el Consejo de Administración y la Junta General es la que decide; es verdad que, a la vista de lo que hay, se nos está quedando pequeño.

¿Más capacidad para nuevos productos?

No sé si quedan muchos productos de alta rotación; sí hay un planteamiento más definido acerca de los lubricantes, la verdad es que lo estamos estudiando.

Creo que el mercado es cada vez más global: más fabricantes se introducen en nuestro país o con filiales o buscando distribuidores (como sería nuestro caso) para operar en el mercado sin necesidad de tener que instalar un almacén. Creo que los grupos tenemos una oferta muy amplia como para escoger proveedores en los que centrarnos (en una semi-exclusividad) y diferenciarnos, cosa que hace unos años era más difícil: todos íbamos a negociar con la misma marca de un determinado producto. El mercado está cansado de estar masificado y de tener una misma marca y estar en la calle peleando por precio. Considero que con nuestra oferta, de calidad, conseguimos la diferenciación.

¿Cómo ve el mercado?

Creo que por los motivos que mencionábamos antes de globalización (en la que ha tenido un papel fundamental las nuevas tecnologías, los avances en logística y en transportes) va a haber una selección natural.

Cada empresa debe velar por su cuenta de explotación y nosotros hemos buscado (y seguimos buscando) trabajar con quienes nos aporten valores añadidos que consigamos incrementar la rentabilidad de los socios. Nadie se tiene que sentir perjudicado ni agredido: iniciamos la trayectoria poco a poco, paso a paso y ahora tenemos una experiencia que nos hace capaces de valorar a los proveedores en función de nuestras necesidades. Establecemos alianzas de beneficio mutuo, no matrimonios para toda la vida.

¿Cree que la dificultad económica actual ha afectado a la posventa?

La actividad ha bajado, y el usuario, ahora más que nunca, se informa mucho, compara precios, y está mejor dispuesto el taller que mejor oferta dé: el que valore más su mano de obra y pueda dar precio en la pieza tiene más futuro, y en Holy-Auto le proporcionamos esa pieza. Es verdad que la morosidad puede ser un problema pero se está haciendo un seguimiento muy intenso; no creo que haya sido tan grave en nuestro sector.

Y es más, como uno de los sectores más afectados por la crisis ha sido el de las ventas del automóvil, ha arrastrado a los proveedores que sí están teniendo dificultades. Algunos, graves dificultades. Y nosotros, en la posventa, nos vemos afectados sin tener; en la actualidad algunos proveedores deben *bonus* a la distribución. Y eso cuando la distribución ha cumplido con la cifra y con el pago. Lo que es doblemente injusto: la posventa multimarca está sufriendo por una situación que se ha creado en el canal constructor que son quienes, cuando las cosas van bien, los que tienen unas condiciones a las que no tenemos acceso (en el producto de marca de constructor y en el de las segundas marcas, con unas ofertas inalcanzables). Nosotros hemos hecho nuestros deberes en la unificación de pedidos, etc. esperamos que los proveedores, precisamente en estos momentos, aprecien que la posventa multimarca está a su lado apoyándolos. ●

 www.holyauto.com



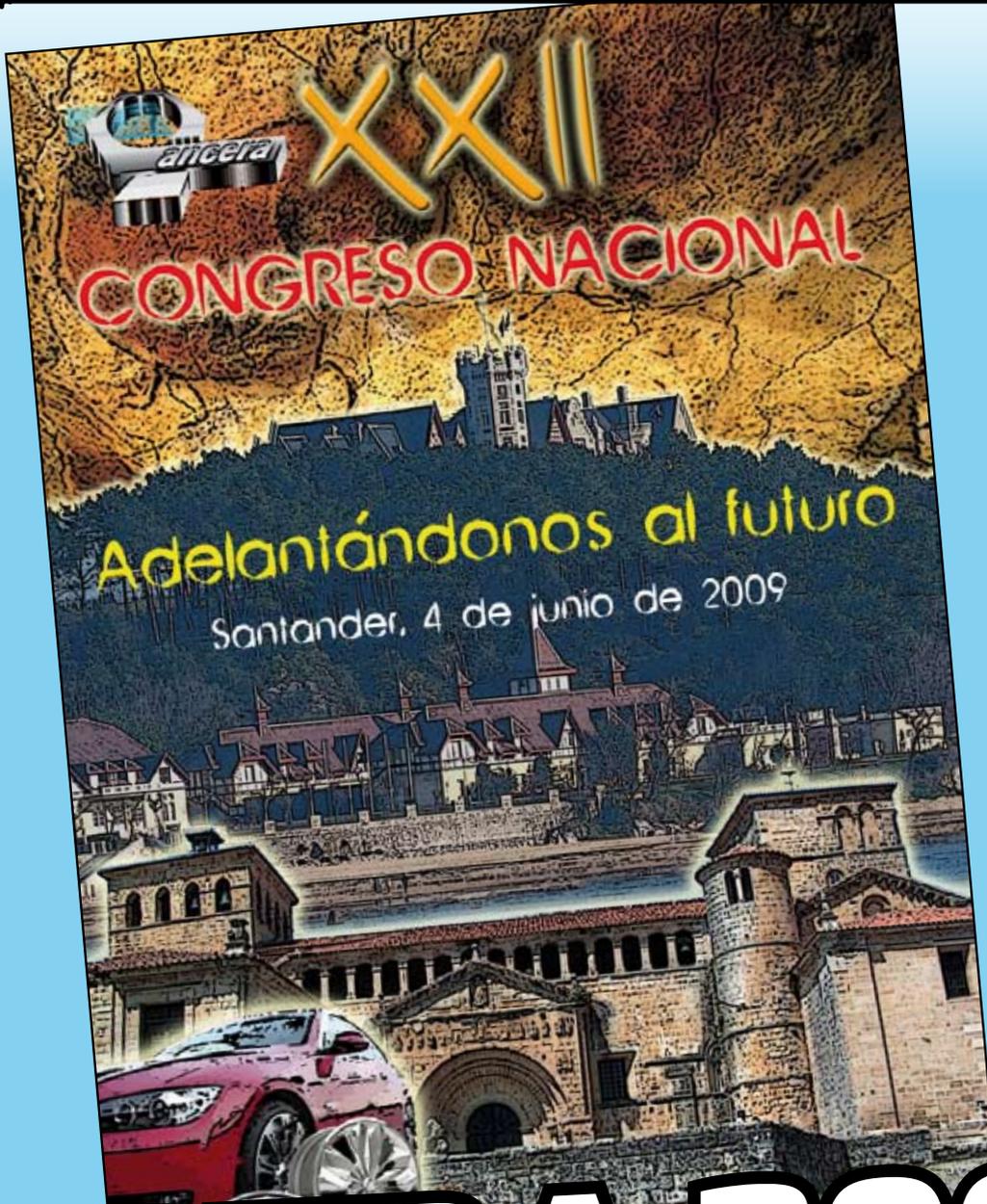
mundo recambio y taller

myt

CC



EL DESLINFRANTE



ANCERA 2009

bosal



BOSCH

Innovación para tu vida



MONROE

Fonos WALKER

ANTE EL PRÓXIMO XXII CONGRESO DE ANCERA, QUISIMOS CHARLAR CON SU PRESIDENTE MIGUEL ÁNGEL CUERNO EN UN ENTORNO LLENO DE JOYAS CLÁSICAS DEL AUTOMÓVIL



Focusing Back Office

Para el presidente de la patronal de la distribución, el sector posventa es un privilegiado, porque la situación que vive no es tan grave como en otros sectores; pero tiene la necesidad de una revisión de todos los apartados del negocio (especialmente distribución, y taller), estrechando lazos entre actores, vigilando la legislación, y encontrando la optimización de recursos y el control financiero necesarios para estar en pole.

El nuevo **XXII Congreso de ANCERA** tiene como gran tema la consabida **Crisis**. Pero la aproximación que se pretende es desde un punto de vista positivo: hasta qué punto existe en el sector, y qué acciones se llevan a cabo o se aconseja iniciar; y es que la visión del representante de los distribuidores independientes españoles no es negativa: somos unos privilegiados, pero, eso sí, debemos aprovechar estos momentos para organizarnos mejor en los negocios, hacer piña entre actores y vigilar la legislación, para poder estar en la mejor posición posible cuando la economía dé el giro positivo.

Nos habló de todas estas cosas y de algunas más. **¿Cómo está el sector de la posventa independiente?**

De resultados de la grave crisis de ventas de vehículos, lo que afecta al sector tiene su efecto en los fabricantes de componentes; estos están pasando por dificultades graves, puesto que están con EREs que, de continuar mucho tiempo provocan los cierres de plantas: una grave destrucción del sector, ya que no se crea otra de forma inmediata, sino que su espacio la ocupará otra fábrica desde otro país. Pero esta no es la misma situación que en la posventa, que creo que está bien porque, aunque cuando no hay dinero no lo hay para nadie, estamos mante-

niendo unos 500.000 a 700.000 vehículos que se están reparando y están vivos; a la vez, si se va degradando el poder adquisitivo de la gente, hay usuarios que no pueden ir al concesionario, y contempla opciones más económicas: se piden más presupuestos, se buscan alternativas, etc. así que las grandes cifras de la posventa independiente han crecido: **SERNAUTO** ha declarado que la parte posventa independiente de sus socios ha crecido un 2%, y nosotros también. No se puede decir todos los días que estamos en crisis porque personas que no estén bien informadas podrían tomar decisiones erróneas: dar más descuento, reduciendo su margen porque piensa que necesita vender, perjudican-



do su liquidez. También puede pensar que si le va a costar vender, tiene que proveerse de piezas más baratas, llenando el mercado de piezas de precio bajo, que en muchos de los casos significan de mala calidad perjudicando una imagen que nos ha costado muchos años elevar o llevándola al traste en cuatro días: en la carrocería, donde tenemos unos productos estupendos aún nos dura el sambenito de tener piezas “que no encajan”.

Pero lo más grave es que si tenemos un mercado de 100 de facturación con 5.000 empresas y 70.000 trabajadores y se vende a precio bajo, ya se venderá a 70, porque todo el mundo venderá a piezas de baja calidad. En ese mercado ya no cabrán 5.000 empresas y 70.000 trabajadores, el sector se hará más pequeño, empobreciéndose y no se podrá ni tener una gran flota de distribución ni repartir gratis porque no habrá margen.

Así que estas cosas, que parecen una tontería, van ocurriendo si uno no deja de hablar de crisis.

Revisemos los mitos de la Crisis: ¿sí no se venden vehículos es mejor para la posventa, porque se repara más?

No estoy en absoluto de acuerdo: uno puede alegrarse porque no se vendan coches porque su negocio se irá al traste en pocos años. Hace falta que se vendan vehículos para que haya mucho parque. Cuando esto es así, el mercado aumenta para todos: tenemos más clientes. Si crece el sector con-

cesionario, parece que nosotros decrecemos y esto no es así. Además, cuando los vehículos envejecen muchísimo, tampoco los reparamos nosotros sino que acuden al desguace, porque el poder adquisitivo es tan pequeño que los repara él mismo...

Sí es cierto que un paro momentáneo no nos viene mal; pero sólo durante un cierto tiempo. Ahora creo que estamos en ese momento: podemos no crecer en 2009, o decrecer 3 puntos máximo, y no pasará nada.

Parece que los signos indican alguna luz...

Si en este tiempo, la situación económica se estabiliza, se venderán vehículos. Al menos, ya se ha activado el plan de ayuda directa del Gobierno Español –que ya era hora; entre otras cosas, en toda Europa se le tachaba de insolidario, porque se estaban vendiendo el 80% de los componentes fuera de España para producir vehículos en factorías de países que han activado las ventas gracias a planes de ayuda-.

El sector de la venta de vehículos se ha movido mucho y ha hecho una importante presión para conseguir sus propósitos; si se venden vehículos, tal como afirmas, el sector posventa mejorará pero ¿se habrá sabido aprovechar esta situación en la posventa?, porque ya hemos vivido grandes oportunidades desaprovechadas...

Sí, es verdad. A ver: nosotros tenemos la cuota de mercado más importante en la reparación de auto-

móviles; tenemos una cuota de venta de recambios mecánicos de más del 80% por lo tanto, no se puede decir que vamos a perder el mercado, porque lo lideramos. Lo que ocurre es que tenemos esa cuota por varias razones: porque cuesta menos dinero ir a un taller independiente, porque somos más flexibles, porque damos plazos para pagar, etc. por muchas razones menos por que tengamos una buena imagen. Ha sido un mercado trabajado pero no publicitado.

Ahora lo que hay que hacer es que, para el cliente que venga a reparar su vehículo al canal independiente por que no puede pagar un concesionario (es decir, por obligación, no por devoción), debemos hacer un esfuerzo adicional por cuidarle, demostrarle lo bien que hacemos las cosas (lo cuidado que tenemos el taller, lo buenos que son los recambios, lo rápidos que le atendemos, etc.), sin perder las ventajas que ya teníamos.

De nuevo el usuario en el punto de mira...Y la famosa campaña para llegar a él y que no llega a cristalizar, ¿no ayudaría?

No, no estoy de acuerdo que no se hayan hecho campañas. Las campañas que se han hecho desde ANCERA en los últimos seis años son las únicas que se han hecho en este país y que nadie más ha hecho (ni los fabricantes de componentes, ni los constructores, ni el Gobierno, ni los talleres). Los

ANCERA 2009

EL DESNGRASANTE



bosai



BOSCH

Innovación para tu vida



MONROE

Fonos

WALKER

pósters de ANCERA están en todos los talleres, y esos son los que se le enseña al cliente.

Pero para que cale entre el usuario de forma generalizada, ¿no falta todavía que el Gobierno apoye una campaña masiva, creada por la posventa, en los grandes medios de comunicación generalista?

Sí, pero es muy difícil. Te cuento hasta dónde hemos llegado: Después de muchas visitas y explicaciones, que llevan su tiempo, hemos llegado a convencer a la Directora del Instituto Nacional de Consumo, María Ángeles de las Heras, que apoye una campaña hecha por nosotros con su logotipo, porque es obligación de la Administración Central, ya que es un tema de interés general. Pero para hacer esa campaña hace falta mucho dinero; que, aunque se tenga, considero que no iba a ser suficientemente efectiva.

Lo que está pasando (y eso me lo ha contado el presidente de CETRAA con casos concretos), es que los usuarios que ven los carteles alusivos a que en el taller multimarca se puede hacer el manteni-



La bujía N° 1 en el mundo*

NGK es equipo original en: Alfa Romeo • AMG Mercedes • Aston Martin • Audi • Bentley • BMW • Citroën • Daewoo • Daihatsu DaimlerChrysler • Ferrari • Fiat • Ford • General Motors • Honda • Hyundai • Isuzu • Jaguar • Kawasaki • Kia • Lancia • Lexus Lotus • Maserati • MCC(SMART) • Mazda • Mitsubishi • Nissan • Opel • Peugeot • Renault • Rolls-Royce • Rove • Saab • Seat Skoda • Subaru • Suzuki • Toyota • VW • Volvo * la bujía más vendida en el mundo



www.ngk.es

UN PASEO POR EL ANTIC CAR CLUB DE CATALUNYA



miento del vehículo sin perder la garantía del constructor; preguntan si es verdad, piden presupuesto y deciden reparar en nuestro canal.

Pero el discurso de la falta de dinero para hacer campañas es verdad si pensamos en publicidad convencional, pero quizá hay otras fórmulas para hacer llegar al usuario el mensaje de la pos-venta...

Sí, se pueden hacer campañas con las organizaciones de consumidores, creando noticias con un enfoque que despierte su interés, etc.; pero es que calar en el gran público es complejo. Poco a poco vamos consiguiendo cosas: una tribuna de opinión aquí, una tertulia allá; precisamente hemos contratado a **Delia Fernández**, de Fa Comunicación, para que nos ayude a llegar a la prensa generalista y ya he hecho este año unas diez entrevistas en radios, en horario prime; pero es que nadie tiene idea de nosotros (ni los tertulianos, ni los que te escuchan) y tienes que explicar muchas cosas en

poco tiempo; para que se entienda bien el mensaje, tienes que insistir mucho; y es cierto es que las normas del Reglamento sorprenden fuera de la profesión, y que a priori les parece muy interesante, pero luego también tienen que lidiar con sus departamentos de publicidad, cuyos anunciantes en muchos casos son las marcas constructoras, y ahí se frena la repetición.

He hecho muchos esfuerzos por llegar al usuario final, y tengo asumido que el sector en pleno no va a poner dinero para hacerlo; primero porque se mira mucho al ombligo, segundo porque hay muchas rencillas bajo cuerda, y tercero porque todos dicen que lo haga el otro.

Es verdad que los fabricantes y la distribución han puesto mucho dinero, pero mucho no es suficiente para llegar al usuario, así que ahora nos centramos en hacer llegar el mensaje al taller, que es nuestro público objetivo y nuestro cliente: les repetimos miles de veces a 40.000 talleres nuestros mensajes para que se los hagan llegar al usuario final.

Hay talleres que se quejan de que el estado actual de la profesión ha evolucionado mucho pero que, hasta hace poco, tampoco ha habido una sistemática de comunicaciones como la que tiene el canal constructor para la venta de recambios, y que el que el taller no estuviera preparado informáticamente ha sido un mito inexacto que se ha esgrimido en su contra...

Eso se lo he oído yo sólo a dos personas. Los recambistas a los talleres les ayudan en todo lo que pueden y más, porque son sus clientes. El taller es un cliente muy mimado, porque la distribución es consciente de que es su gran fuerza.

Los que no saben nada del sector dicen que los constructores traen la pieza a casa y dan descuento, y algunas cosas más, pero es que la logística de la distribución independiente es bastante más ágil, intensa y flexible en el cobro (que no pedimos un número de cuenta previa entrega, sino que damos un recibo para su cobro posterior) que la del constructor.

A quien dice estas cosas le explicaré, por si aún no se ha enterado, que los mismos que le venden las piezas, al conductor le dicen todos los días que ellos sí que saben reparar el vehículo, sí que tienen gente formada, sí que están preparados y no como "esos talleres". Y que les ponen verdes.

Le diría que cómo va a llenar su casa de cajas con marcas de constructor, cuando él es **Talleres Juan**



ANCERA 2009

EL DESNGRASANTE 

bosai



BOSCH

Innovación para tu vida



MONROE

Fonos

WALKER



detalles exquisitos...



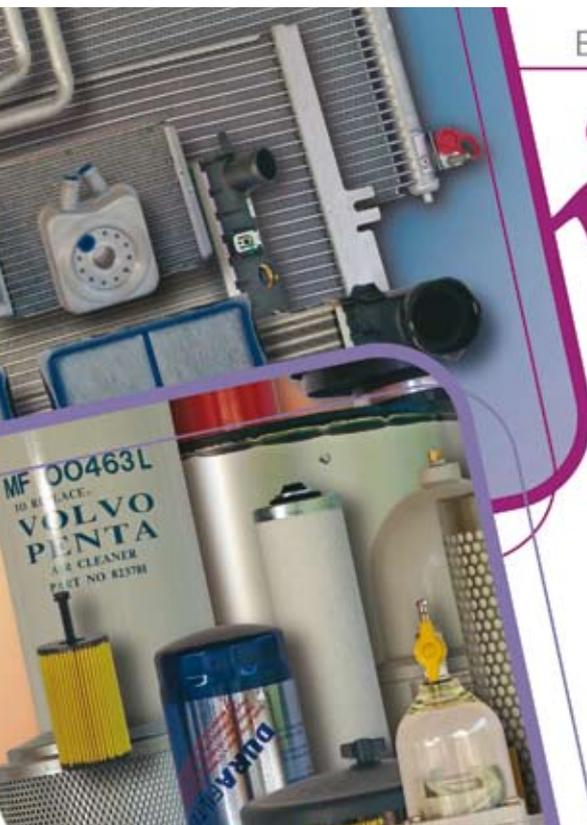
Español, de toda la vida; que para qué les va a hacer publicidad.

Le demostraría que hay que tener poca cabeza para hablar de que en un faro le hacen un 30% (cuando nosotros lo hacemos toda la vida) y no darse cuenta de que en la pieza cautiva, que es la que más dinero cuesta, le hacían un 20% y ahora le hacen un 5%. Los talleres multimarca suelen ser concertados con las aseguradoras, y le tienen que pagar a las aseguradoras el 7 o

10% de la factura de un golpe, así que si se ha comprado a una marca el recambio cautivo con el 5% y se tiene que pagar el 10%, el taller lo tiene que poner de su bolsillo. O sea que le empobrecen. Y esto pasa todo los días. Todavía no se dan cuenta de que hay que protegerse, que debemos proteger a los talleres multimarca, porque los grandes se protegen ellos solos. Yo creo que el taller independiente, además, tiene que comprar en el canal multimarca por muchas

otras razones: servicio, precio, cercanía, flexibilidad, crédito, trato personalizado, etc.

¿Cuáles son los problemas reales de la Distribución, qué deberían hacer para afrontar estos momentos y qué ayudas reciben desde ANCERA para ello?



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

AKG

BALDWIN
ODARL

G.M.

Koyo

Separ
Filter

SOMMA
FILTER

VIRIS
FILTER



BOSCH

Innovación para tu vida



El Antic Car Club de Catalunya

En el corazón de Barcelona, en el número 182 de la Vía Augusta, está emplazado el **Antic Car Club de Catalunya**, un museo de coches clásicos impresionante, pero discreto, especialmente dirigido a sibaritas del automóvil.

Fundado en 1974, es la obra de un grupo de entusiastas del automóvil. En sus 1.200 metros cuadrados de superficie se pueden contemplar auténticas joyas de automóviles clásicos. En total, están expuestos más de cincuenta coches de marcas como La Cuadra, De Dion, Bouton, David, Hispano Suiza, Bugatti, Ford, Citroën, Fiat, Packard, Mercedes-Benz, Rolls Royce, Pegaso, Bentley, Cadillac, Alfa Romeo, Jaguar, Ferrari o Maserati. Este impresionante parque, además, se renueva periódicamente porque el Antic Car Club de Catalunya realiza numerosas actividades, entre ellas, la participación en rallies de época a nivel internacional en la que los vehículos expuestos ven la luz y salen a competir para deleite de los que los pueden contemplar.

Si visitar el salón es toda una experiencia para cualquier visitante (damos fe de ello), para los socios es mucho más, no sólo pueden admirar las obras de arte en forma de cuatro ruedas que se exponen, sino que el Antic Car Club les ofrece un servicio de bar y de restaurante en el que semanalmente disfrutan de un ambiente distendido. Decimos semanalmente porque en este Museo los socios celebran reuniones cada semana para organizar eventos, salidas o, simplemente, conversar entre amigos. Por otra parte, tienen el aliciente de la biblioteca de consulta, donde se ha recopilado abundante y literatura técnica de esas bellezas clásicas (a veces muy difícil de encontrar) que se ha habilitado en el Museo, así como la revista Antic Car Club, que se edita desde 1978.

Como ya hemos apuntado, las actividades que organiza el Antic Car Club son variadas. Además de las reuniones semanales, los rallies de clásicos y las salidas (muy habituales) o concursos de elegancia, organiza las denominadas "Grandes Pruebas" para coches anteriores a 1942 y que realizan rutas impresionantes como la de Barcelona a Moscú, la de Barcelona a Baviera, la ruta transpirenaica o la del Montseny. Prueba del dinamismo del Antic Car Club de Catalunya es el hecho de que es la entidad que aporta más vehículos al Rallie de Clásicos de Sitges, el más prestigioso que se celebra en España.

La junta directiva de este Museo tiene claro que para exponer estas piezas de coleccionistas debe mantener intensas relaciones con las marcas y sus clubes. Y así, lo hace, el Antic Car Club mantiene estrechas relaciones con el Club Hispano Suiza, el Club Mercedes-Benz de España, el Club Alfa-Romeo de Catalunya, el Club Mini Cooper o el Club Roadsters.

Por los vehículos expuestos y por las actividades desarrolladas, el Antic Car Club es mucho más que un Museo, es un interesante lugar para visitar.

El Presidente del Antic Car Club de Catalunya es **Pablo Gimeno**. A él y a su predecesor en el cargo, **José Bascones**, queremos agradecerles desde estas líneas todas las facilidades que nos han dado para acceder a sus instalaciones a la hora de realizar este reportaje, y la amable atención que nos han dispensado.

www.anticcar.com



Pablo Gimeno es el actual Presidente del Antic Car Club de Catalunya, un museo con pedigrí.



La Distribución, fundamentalmente, se tiene que preocupar de que todos los marcos legislativos le sean favorables. Como se está legislando constantemente, hay que procurar estar sobre los temas y evitar que se vea atrapada en obligaciones legales que le impidan trabajar mejor o le produzcan más costes: los SIG del aceite, neumático, baterías, VFU, importaciones de piezas que no cumplan homologaciones, etc.; por supuesto, que se cumpla el actual Reglamento, y velar por que los cambios no vayan en contra de nuestros intereses.

No parece que las perspectivas sean muy favorables...

Sí, está la cosa difícil. La Comisión Europea, en privado dice que preferiría que no hubiera Reglamento, porque tiene otras normas que lo protegen todo. Nosotros insistimos en lo contrario. Ante la tesitura de tener que elegir entre ausencia de Reglamento o que el usuario esté protegido, creo que la CE prefiere esto último, y si no nos demuestra que mediante el *Tratado de Roma* están protegidos, tendrá que renovarlo.

Además, todo los sectores del automóvil en Europa, hasta **CECRA** (los reparadores lo que para mí ha sido una sorpresa), piden que se renueve (menos **ACEA**, los constructores), así que somos mayoría.

Pero no están claras las cosas...

No, no; hace dos años que dije (y a nadie le gustó) que parecía que las cosas iban por senderos peligrosos; aún así, hay movimientos valiosísimos como la Euro 5 la información técnica tiene que estar disponible antes de que el vehículo salga a la venta; eso sería un gran avance.

Yo creo que la Comisión Europea lo que tiene que hacer es renovar el Reglamento, porque se lo pide todo el mundo; habría que incluir un par de cosas: una, la información obligada a los consumidores (que no se han enterado de sus derechos), y solucionar el tema de la prohibición de la venta a intermediarios (el origen del problema con Citroën), y que además no estaba **en el espíritu del Reglamento (aunque se va diciendo por escrito), y eso hace** que las marcas lo puedan incluir en los contratos.

¿En qué ayuda ANCERA hoy a la Distribución?

La Distribución se tiene que dejar ayudar más, pero ahora estamos en un buen momento: nos conocen bien, saben que somos su patronal y que pueden utilizarnos. Otra cosa es que se impliquen en su financiación de forma masiva, porque las cuotas las pagan los grupos.

¿Las tiendas también la conocen?, porque los grupos está claro, pero... ¿veremos más tiendas en el Congreso?

Las tiendas conocen ANCERA, y nos llaman cada día. El sistema funciona magníficamente: la tienda llama a su Grupo con un problema, el gerente le da el teléfono de ANCERA y le dice que nos llame, que

ANCERA 2009

EL DESNGRASANTE



bosal



BOSCH

Innovación para tu vida



Only the very best is good enough

MONROE

Fonos

WALKER

le ayudaremos. Y nos llama. Y le ayudamos. Y el hombre está encantado. Y llama al gerente y le dice lo contento que está. Y el gerente nos llama a nosotros y nos lo cuenta.

Pero no sé si la tienda va a venir al Congreso.

¿Has tirado la toalla?

¡No, no, que va, que va!, ¡pero si el formato de este año es para que tengan más protagonismo los recambistas...!. Hemos pedido a los gerentes de los grupos que les pregunten a las tiendas qué les preocupa; no porque no lo sepamos, porque en la directiva hay buenos recambistas, sino para que den un primer paso en la implicación. También hemos animado a los Grupos a que vengan con toda su Junta Directiva. **Serca**, por ejemplo, lo hará. Si vinieran todas las Juntas habría mucho recambista.

En el Congreso de Barcelona hicimos una prueba: había unas 30 tiendas de recambio de Barcelona, pero estaban muy incómodas, todas juntas en una esquina. Si una tienda de ese grupo va solo a Santander, se puede sentir mal; y no porque no sea importante, que lo es y mucho (y así lo relatará el proveedor que le vende), pero en ese ambiente, al no tener el hábito, porque a estas cosas van los Gerentes del grupo, están incomodísimos; y más en las charlas del café.

Este año no habrá más de 270 personas, porque la sala no lo permite. Será un congreso con buena asistencia (muchos profesionales son 300 y poca 150).

¿Qué otras particularidades tiene el Congreso de este año?

Hemos detectado que la posventa lo que quiere es un punto de encuentro y alguna ponencia. Así que hemos generado un gran punto de encuentro, en el que va a haber muchos momentos de compartir buenos y divertidos momentos, y un gran debate con 32 profesionales, en dos grupos de 16 (8 fabricantes y 8 recambistas), que intercambiarán opiniones sobre un



par de ponencias troncales. Y estarán moderados por vosotros. Creo que será interesante; un formato tipo 59", con 90" totales, de manera que quien más hable lo hará algo más de un minuto. Por lo que ganaremos en claridad y concisión.

Estoy convencido de que gustará la intervención del Presidente de Cantabria porque es un comunicador nato y un experto en economía. Además, igual **Antonio Creus** al final nos dice lo que ha decidido la Comisión Europea sobre el Reglamento (porque hasta junio era el plazo).

La medalla se la damos a **Carlos Echeverría**, merecidísima y como igual trae a personas que no son socios de ANCERA, hemos pactado unas condiciones económicas que lo favorezcan.

La sala es muy envolvente, así que habrá cierto

problema para moverse, no habrá pasillos.

Y para el día anterior como jugamos el partido de fútbol, habrá momentos muy distendidos que luego culminaremos al cenar en el barrio pescador, en *Los Peñucas* (que es del padre del jugador Iván de la Peña).

Así que habrá mucho tiempo para divertirse, con lo que pediré que respeten los tiempos de la ponencia.

Para terminar: ¿ANCERA está activa?, ¿o lo está menos que antes?

ANCERA está muy activa. Trabajamos muchísimo, en cuestiones de mucho calado, en las que hay muchas voluntades, a veces encontradas, que hay que consensuar; precisamente por ello, y porque tienen un discurrir con negociaciones complicadas, no se pueden comunicar en el día a día. ●

FILTROS cartés



Automoción y Transporte



viledon

Donaldson
Filtration Solutions

ARGO

domnick hunter

APIC

MANN
FILTER

MAHLE
Filter

FILTROS
purflux

F3

Fleetguard

WIX

DELPHI

El Stock más completo de Europa

Automoción - Agrícola - Transporte - Obra Pública - Industria - Marina



MADRID ☎ 902 300 360 Fax: 902 300 370

BARCELONA ☎ 902 300 361 Fax: 902 300 371

SEVILLA ☎ 902 300 362 Fax: 902 300 372

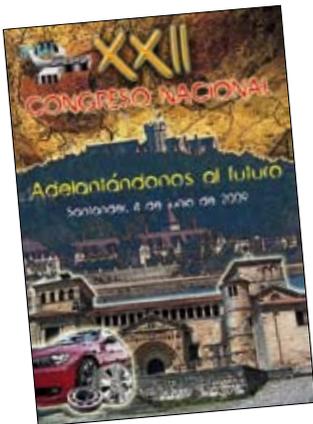
www.filtroscartes.com

ventas@filtroscartes.com

Programa XXII Congreso ANCERA

Viernes 3 de junio

18:00 - 20:00 Triangular Internacional de Fútbol de la Posventa
Campos de sport del Sardinero
22:00 Cena-Tapeo en Los Peñucas
23:30 Casino de Santander- Se ofrece la posibilidad de entrada y una copa gratis.



Jueves 4 de junio

09:30 - 09:45 **Bienvenida al Congreso**- Alcalde de Santander Ilmo. Sr. D. Iñigo de la Serna Hernáiz.
09:45 - 10:15 **Lección inaugural**- Presidente de la Comunidad Autónoma de Cantabria, Excmo. Sr. D. Miguel Ángel Revilla
10:15 - 11:30 **1ª Ponencia/Debate - 90" - "¿CRISIS?"**
Presentador: periodista
Ponente: Francisco Marín, CHOICE
1ª PARTE: Visión desde el punto de vista financiero (Ej. Financiación)
Intervienen: 8 fabricantes - 8 distribuidores
Moderador: Prensa
11:30 - 12:00 **Pausa café**
12:00 - 13:30 **1ª Ponencia/Debate - 90"**
2ª PARTE: visión desde el punto de vista comercial (Ej. Impagados)
Intervienen: 8 fabricantes - 8 distribuidores
Moderador: Prensa
14:00 - 16:00 Comida en PALACIO EXPOSICIONES

16:00 - 17:30 **2ª Ponencia/Debate - 90" - "PRODUCTIVIDAD EN NUESTROS NEGOCIOS"**
Presentador: periodista
Ponente: Pablo Laguna, Economista y MBA
1ª PARTE: ¿Cómo hemos trabajado?
Intervienen: 8 fabricantes - 8 distribuidores
Moderador: Prensa
17:30 - 18:00 Pausa café
18:00 - 20:00 **2ª Ponencia/Debate - 90"**
2ª PARTE: ¿Cómo vamos a seguir trabajando?
Intervienen: 8 fabricantes - 8 distribuidores
Moderador: Prensa
20:00 **Conclusiones** del congreso a cargo del Presidente de ANCERA, Miguel Ángel Cuerno
21:30 **Cena de clausura** en HOTEL BAHÍA
Entrega **insignia de oro ANCERA y homenaje a Carlos Echeverría**

La información

myt

más actualizada en



Suscríbete a nuestros boletines

www.mundorecambioytaller.com

ahora también en internet

el dato que le faltaba al lector

NUEVA WEB

visítala

JUNIO

84

2009

CARROCERÍA Y PINTURA del automóvil



Suplemento especializado de **myt**

31
Noticias

33
Noticias
CESVIMAP

34
Actualidad:
Profesional Car

36
Técnica:
mantenimiento
de cabinas

40
Aula:
gestión en el taller

42
Informe:
cabinas de pintura

NOTICIAS

SU SERVICIO DE AYUDA Y ASESORAMIENTO AL TRABAJO DIARIO DEL TALLER

STANDOX AMPLÍA EL STANDOX CONSULTING

Standex ha incorporado nuevas herramientas de ayuda al taller que se enmarcan en el servicio de consultoría Standox Consulting y ha presentado el concepto Standox Efficient. Con ambas iniciativas este fabricante de productos de repintado proporciona al taller soluciones técnicas, financieras y de gestión para mejorar la rentabilidad y competitividad de su negocio. Dentro del contexto económico actual, estas herramientas se tornan más importantes que nunca ya que ayudan a incrementar la rentabilidad del taller de carrocería y pintura.

El servicio Standox Consulting se estructura en seis mó-

dulos: Productos y Procesos; Tecnología de la Información; Organización y Gestión; Marketing y Ventas; Seguridad, Salud y Medioambiente y Distribución. Estos se pueden aplicar de forma combinada o por separado y cada uno de ellos aporta herramientas para mejorar en las áreas de cada módulo. En la práctica, el Standox Consulting ayuda al taller en cuestiones tan fundamentales como identificar la productividad y demás ratios clave de rendimiento para así establecer una estrategia que garantice la viabilidad del negocio.

www.standex.es



PRIORIDAD AL AHORRO DE TIEMPO Y DE MATERIALES CON SUS SISTEMAS DE PINTURA

SPIES HECKER APUESTA POR LA RENTABILIDAD



Spies Hecker, fabricante alemán de pinturas para automoción, ofrece al profesional del taller de carrocería y pintura una amplia gama de productos de repintado, todos desarrollados para mejorar la rentabilidad del taller, es decir, que el pintor ahorre tiempo y materiales con los productos Spies Hecker.

Samuel Martínez, Responsable de Formación de Spies Hecker en España, explica esta estrategia: "El compromiso de Spies Hecker es ofrecer soluciones a través de sistemas integrados". Y añade: "Cualquiera que sea el trabajo -repintado de

automoción, industrial, pintura para vehículos comerciales, reparación rápida o trabajos sobre piezas de plástico-, todos los productos que ofrece Spies Hecker se combinan a la perfección, ya que forman parte de sistemas modulares diseñados para satisfacer las necesidades de los talleres de chapa y pintura".

La gama de repintado Spies Hecker abarca todos los productos posibles, desde imprimaciones hasta barnices y son perfectamente compatibles entre ellos.

www.spieshecker.es

DE LA MARCA FESTOOL

TTS TOOLTECHNIC LANZA PULIDORA Y ASPIRADORES

Desde Barcelona llega lo último de **TTS Tooltechnic Systems**, los sistemas móviles de aspiración Cleanex CT 26 y Cleanex CT 36 y la pulidora Shinex Rap 150. Los tres son productos **Festool**.

Las Cleanex se caracterizan por incorporar la bolsa filtrante *selfclean*, de reciente desarrollo y cuyo efecto autolimpiante se adapta a la geometría del depósito. Así mismo, gracias a su material flexible de vellón, se desinfla en el momento de la desconexión. El polvo se sacude con un procedimiento único y, de este modo, se impide la formación de masas de polvo. La ventaja de este método es que con una elevada potencia de aspiración constante se aspira hasta cuatro veces más de polvo fino que con los filtros de papel convencionales. Por otra parte, una turbina de gran potencia proporciona un rendimiento de aspiración muy elevado, a pesar de su reducido peso y tamaño, mientras que un freno inmo-

vilizador integrado aporta una estabilidad a prueba de vuelcos sobre cualquier base. Las Cleanex también se equipan con rodillos de dirección giratorios y con ruedas traseras de un material que no causa abrasión. La variante CT 26 alcanza un volumen máximo del depósito/saco filtrante de 26 litros y la CT 36, de 36 litros.

Por lo que respecta a las características técnicas de la pulidora Shinex Rap 150, ésta puede girar tanto en la gama de revoluciones baja y exigente de las 400 revoluciones como en la gama alta de hasta 2.100 revoluciones. Con una empuñadura ergonómica, un bajo peso y un material *softgrip* de alta calidad, puede controlarse de forma cómoda y segura. Para transmitir la potencia a la superficie de forma óptima, Festool ha diseñado la máquina con una posición prácticamente tendida; además, permite acceder a puntos de difícil acceso y presenta un centro de gravedad más bajo y



equilibrado. El manejo diario resulta muy práctico gracias al bloqueo del husillo y al poliuretano, robusto y sin fricción. Gracias a un interruptor acelerador, puede ajustarse individualmente el número de revoluciones deseado. El engranaje de dos etapas le otorga robustez y capacidad de carga. Un disipador de calor enfría el aire y evita que la máquina se caliente en exceso si debe permanecer en funcionamiento durante un tiempo prolongado.

www.festool.es

LA CINTA DE ENMASCARADO 4381 EASY FOAM Y EL CATÁLOGO DE DISPENSADORES

NOVEDADES TESA

tesa acaba de presentar un producto ideal para los talleres de chapa y pintura. Se trata del burlete 4381 Easy Foam, una cinta de enmascarado que evita que el polvo y la pintura ensucien los marcos de las puertas, los maleteros o capós garantizando así un acabado limpio y de calidad. En aras de facilitar el trabajo del profesional esta cinta es muy flexible para adherirse perfectamente sobre cualquier superficie, aunque sea curvada. El modo de uso no presenta dificultades: se coloca en el interior del marco para asegurar que el ángulo entre el perfil de sellado y las paredes del vehículo es el deseado. De esta forma, la pintura se aplica sólo donde debe ir, quedando solo una leve capa de pintura a lo largo del burlete. La firma fabricante también asegura que es fácil de romper con las manos sin que ello suponga perder la forma o la posibilidad de unir los extremos sin problemas. Su adhesión es buena

y se puede utilizar en aplicaciones con temperaturas de secado de hasta 80°C. El burlete de enmascarado 4381 Easy Foam de Tesa está disponible en diámetros de 13 y 19 milímetros y en un perfil único redondo (0) para evitar aristas de pintura visibles. Por otra parte, **tesa** ya dispone de nuevo catálogo de dispensadores el cual reúne 21 variantes distintas. Así, el catálogo se divide en cuatro categorías de uso: manuales, de sobremesa, automáticos y especiales. A su vez, estas categorías se subdividen por sus mecanismos: dispensadores singulares, clásicos, manuales, con cierre de bolsas, semiautomáticos, 100% automáticos y especiales para cintas de doble cara, asas manuales o cintas de señalización. El catálogo también detalla las cintas adhesivas de tesa para cada dispensador.

www.tesatape.es



LA PLATAFORMA DE E-LEARNING DE CENTRO ZARAGOZA

NACE EL CAMPUS CZ

El Instituto de Investigación de Vehículos **Centro Zaragoza** ha puesto en marcha el Campus CZ, una plataforma de E-learning a través de la cual impartirá formación permanente a todos los sectores profesionales dedicados a la reparación, gestión y control de los daños materiales de los vehículos siniestrados. Los talleres de carrocería y pintura también pueden formarse a través de esta nueva ventana virtual.

Los cursos ofertados en el Campus CZ se desarrollan exclusivamente on-line (100% a través de internet). Se accede al campus a través de la web de Centro Zaragoza (www.centro-zaragoza.com) y el aprendizaje, según el centro de investigación, es sencillo e intuitivo, realizándose a través de textos interactivos, animaciones, gráficos, videos, audios, foros, chats, videoconferencias, etc. Todos estos materiales y actividades están tutelados por los profesores e investigadores de Centro Zaragoza.

Con la creación del Campus CZ el objetivo es que el alumno optimice su tiempo y se ahorre desplazamientos, todo para compatibilizar mejor la actividad laboral y formativa. La metodología permite gestionar el aprendizaje según el ritmo que desee y siempre apoyado por un docente virtual con experiencia profesional avalada.

Centro Zaragoza, con motivo del lanzamiento del Campus CZ, ofrece promociones muy ventajosas para que los profesionales de la reparación y evaluación de siniestros de automóviles se apunten a realizar cursos on-line.

www.centro-zaragoza.com



TIEMPOS Y MATERIALES DE PINTURA 2009



Una nueva actualización del tradicional y exitoso baremo de pintura **CESVIMAP: Tiempos y Materiales de Pintura 2009** se vuelve a poner en el mercado.

En esta ocasión, cuenta como novedad la incorporación del barniz antirrayado que algunas marcas ofrecen en sus vehículos, y que conlleva un aumento en el tiempo de pintado y en el coste de los materiales. De este modo, el usuario puede seleccionar esta opción, e incorporarlo a su presupuesto u órden de trabajo.

Tiempos y Materiales de Pintura incorpora en su actualización los modelos con mayor aceptación en el mercado, así, para el año 2009 serán 43 las marcas representadas, con 635 modelos de vehículos, y 1261 versiones de carrocerías. Como siempre, se pueden seleccionar elementos metálicos o plásticos de los turismos, monovolúmenes, todoterrenos, furgonetas y furgones.

El baremo de pintura de CESVIMAP estará disponible durante el mes de junio de 2009.

CURSOS CESVIMAP 2º TRIMESTRE

Algunos de los cursos que impartirá CESVIMAP durante el segundo trimestre de 2009 son:

Carrocería	- Sustitución y reparación de lunas: 15 y 16 de junio
Pintura	- Práctico de pintura: 24 al 26 de junio
	- Colorimetría y difuminados: 17 al 19 junio
Peritación	- Peritación vehículos industriales: 22 al 25 junio
	- Peritación de automóviles: 29 junio al 3 julio
	- Iniciación para peritos tasadores de automóviles: 13 al 24 julio



CESVIMAP impartirá en el segundo trimestre de 2009 una amplia variedad de cursos. Los tradicionales cursos de carrocería y pintura cuentan con un gran contenido práctico para aprender las últimas técnicas de reparación, como *Sustitución y reparación de lunas del automóvil*, *Curso práctico de pintura* y *Colorimetría y difuminados*, éste último con las técnicas para el dominio del ajuste del color y las específicas de aplicación.

Peritación de vehículos industriales se dirige a peritos de automóviles que quieren diversificar conocimientos hacia la valoración de otro tipo de vehículos. *Iniciación a la peritación de automóviles* y *Peritación de automóviles* son cursos con un alto porcentaje de pruebas sobre vehículos reales, que posibilitan un ejercicio profesional con alta demanda.



Nueva edición del Curso On-Line de Iniciación a la Peritación de Automóviles

La convocatoria tendrá lugar de octubre a enero de 2010, con una duración de 90 horas y una metodología tutelada al 100% por profesores técnicos en formación on line de CESVIMAP. Este curso tiene como objetivo enseñar la práctica pericial, conociendo qué daños puede sufrir por colisión diversos vehículos, así como manejar las distintas técnicas para la valoración de su coste y su reparación.

La compañía engloba una serie de productos a través de cuatro unidades de negocio que pueden complementarse o emplearse de forma independiente; suponen dar mayor servicio al mejor precio a aseguradoras, compañías de renting, talleres y usuarios, entre otros actores.



PROFESIONAL CAR SE PRESENTA COMO PLATAFORMA ON-LINE PARA LA INTEGRACIÓN DE SERVICIOS EN LA GESTIÓN INTEGRAL DE SINIESTROS

LLEGAN LOS “FACILITADORES”

El pasado 20 de mayo se celebró en el Palacio de Congresos de Córdoba la I Convención de la plataforma Profesional Car, una compañía que, creada en 2001 y con razón social en Córdoba (aunque una de las unidades de negocio se radica en Toledo), han creado una potente plataforma que opera (en España y desde hace poco, también a nivel internacional) basándose en Internet (tecnología Ajax, Cliente-Servidor QSL Server) y a partir de cuatro plataformas de negocio: Autoresiduos, PericialCar, AlkiCar y Ecorecambios, que funcionan de forma independiente, aunque entre ellas se crean conexiones que amplifican sus potencialidades.

Está liderada por Juan Alba, Javier Blasco y Gaizka Rodríguez que, a lo largo de la jornada, se presentaron como intermediadores entre los diversos profesionales que trabajan en el universo de la gestión de siniestros o averías mecánicas, que son: entidades aseguradoras, compañías de renting, de renta-car, asistencia, claims management, talleres de carrocería y pintura o mecánica, fabricantes y concesionarios de vehículos, peritos y coordinadores periciales, centros de descontaminación, proveedores de recambios; de hecho, está también abierto a los usuarios aunque, a tenor de lo visto, deban ser usuarios algo “avanzados” en el metalenguaje sectorial. En este tiempo han conseguido 105.000 operaciones realizadas y más de 2000 clientes, proporcionándoles la mejor solución al mejor precio, de forma transparente y con operaciones perfectamente registradas y presupuestadas dado que, en las diversas funcionalidades, se despliegan menús con opciones (en las que figuran documentación diversa, fotografías, precios, presupuestos, validaciones, modelos, piezas, referencias, motorizaciones, recambios en opción de los modelos, alertas de subasta, etc.) que definen al detalle cualquiera de las actividades.

De hecho, la palabra más utilizada a lo largo de la presentación de las unidades de negocio fue “integración”; y es que, la mayor gracia de la plataforma es haber creado una herramienta muy potente que integra soluciones de peritaje de varias compañías (sea con las herramientas de Audatex, Eurotax o GT Estimate), valoración y subasta de vehículos accidentados (enlazando la labor realizada por Centro Zaragoza con su aplicación informática), alquiler de vehículos low cost, comercialización de recambios (con las disponibilidades de los recambios OE, OES IAM o Reciclaje, estos últimos de CAT y denominados “ecológicos” y con un plazo de entrega que estiman en 24 horas y facilitando la logística – en breve van a crear TransporCar para definir mejor este aspecto–). Durante la presentación se pudieron ver las *demos* de cada una de las cuatro aplicaciones de software, grabadas en vídeos explicativos, además de escuchar las intervenciones de compañías relacionadas con Profesional Car. Las ponencias estuvieron a cargo de Joan Escamilla, country manager Spain de *Innovation Group* (que integra a Nobilas –antes del Grupo Akzo Nobel– y, desde hace unas semanas, CEI – antes del Grupo PPG– ambas en el entorno de las compañías de claims solutions), Mariano Bistuer, subdirector general de *Centro Zaragoza* (quien realizó una rápida pero precisa radiografía de las actividades del centro, con nuevas instalaciones en Motorland, Alcañiz, Teruel, dentro de la Ciudad del Motor, además de



dar a conocer el recientemente creado Campus CZ, la plataforma e-learning), Javier Velasco, director general de *Audatex* (quien mencionó el liderato de la compañía, parte del Grupo Solera, en los datos de siniestros y su trabajo con los datos de vehículos de los constructores chinos Geely y Zhonghua), y Edwin Acosta, director general de *Eurotaxglass's* (que coopera con profesional car con diversas herramientas como IDD, Green Data, Repair Estimate o Link 7).

Durante la Convención, se concitaron casi 200 profesionales de las compañías aseguradoras (estaban convocados Axa, Allianz, Mutua Madrileña, MAPFRE, Catalana Occidente, Generali, UNESPA, etc.), renting (Car Lease, Lease Plan), rent-a-car (Europcar), asistencia (se había convocado a RACE y RACC), o representantes de redes multimarca como *Eurotaller* (asistieron Fernando Pardo y Antonio Peña), además de miembros de la prensa, todos invitados a la presentación oficial (en formato de Convención) de lo que hace y pretende hacer esta compañía. ◀

www.profesionalcar.com
www.ecorecambios.com
www.autoresiduos.com



DESDE LA CHAPA DESNUDA AL BARNIZ, SOLUCIONES EFICACES.

En Ixell cubrimos los procesos de carrocería y pintura hasta el último detalle, con 9 gamas de productos de pintura, para pintura y equipamientos, aportando los servicios de asistencia técnica y formación específica.

Pintura

Mantenimiento de las cabinas de pintado

La cabina es uno de los equipos que mayor mantenimiento requiere, por su complejidad, frecuencia de utilización y por la importancia de las aplicaciones que se realizan en su interior. Por estos motivos, es necesario realizar un correcto mantenimiento de esta instalación, asegurando un ambiente sano y seguro para el pintor.

Las principales partes que componen una cabina son las paredes, las lámparas, las puertas, las rejillas de piso, la turbina de extracción, el quemador y los filtros.

La utilización de la cabina es distinta en cada taller, por lo que la frecuencia con la que se realice su mantenimiento deberá adaptarse a cada caso concreto.

Paredes

En las paredes se acumula la suciedad y se depositan las pulverizaciones procedentes del pintado. Además del aspecto estático, este hecho origina los siguientes inconvenientes:

- Reflexión irregular de la luz.

La luz reflejada por las paredes influye en la apariencia del color del vehículo, pudiendo provocar errores en la igualación de color.

Lámparas

Cuando la pulverización se deposita en los cristales que protegen las lámparas, disminuye considerablemente la intensidad de la luz.

Por ello, se debe realizar una limpieza cada 30 días, con aire a presión o con estropajo fino de aluminio, si la pulverización ha sido directa.

También se pueden utilizar otros productos para limpiar, como rascavidrios o plastilinas limpiavidrios. El mantenimiento de las lámparas también se realizará con la cabina en posición de pintado.

La iluminación de las lámparas fluorescentes disminuye su eficacia con el tiempo. Para evitar problemas de igualación de color han de sustituirse los tubos periódicamente, sin esperar a que se fundan.

- Aumento de defectos de pintura. Las partículas acumuladas en las paredes se pueden desprender debido a las corrientes de aire y depositarse sobre el vehículo, originando defectos.

Para que esto no ocurra, las paredes deben limpiarse aproximadamente cada 15 días y pintarse cada 3 meses, siempre que se utilice la cabina de forma regular.

Para pintar la cabina, primero se deberán lijar las paredes y después aplicar color blanco con pistola aerográfica.

Una alternativa más sencilla es aplicar una laca pelable sobre la pared, con el color en buen estado. Su aplicación se realiza con pistola aerográfica y es fácil de sustituir cuando se cubre de pulverizaciones.

Durante todo el proceso de mantenimiento de las paredes se debe tener la cabina encendida, en la función de pintado, para que se haga un barrido correcto de las partículas que se desprenden.



Aplicación de pintura en la cabina

Lamparas

Cuando la pulverización se deposita en los cristales que protegen las lámparas, disminuye considerablemente la intensidad de la luz.

Por ello, se debe realizar una limpieza cada 30 días, con aire a presión o con estropajo fino de aluminio, si la pulverización ha sido directa.

También se pueden utilizar otros productos para limpiar, como ras-

cavidrios o plastilinas limpiavidrios. El mantenimiento de las lámparas también se realizará con la cabina en posición de pintado.

La iluminación de las lámparas fluorescentes disminuye su eficacia con el tiempo. Para evitar problemas de igualación de color han de sustituirse los tubos periódicamente, sin esperar a que se fundan.

Limpieza de las Lámparas con rascavidrios



Puertas

Mantener en buen estado las gomas y juntas de las puertas es muy importante para evitar pérdidas de presión, un gasto innecesario de combustible, la salida de vapores de la cabina y que se creen turbulencias en la cabina.

Es necesario comprobar, como mínimo cada medio año, el estado de las gomas, reponiendo las que se encuentren deterioradas. Un método muy eficaz para saber si hay pérdidas en la cabina es, con la luz del área de pintura apagada y encendida la de la cabina, comprobar si hay luz entre los marcos y las puertas.



Comprobación del estado de las gomas de las puertas



Salida al exterior de producto pulverizado

Regilla de piso

El piso de la cabina se compone de rejillas metálicas, cuya misión es dejar pasar las partículas sobrantes de la pulverización, que son arrastradas por la corriente de aire.

Esos restos pueden quedarse en las propias rejillas, por lo que deben ser limpiadas periódicamente con agua a presión o con algún producto específico, pero nunca dentro de la cabina.



Limpieza de las rejillas del piso con agua a presión

Turbinas

A pesar de los prefiltros, en las turbinas se acumula polvo. Debe aspirarse 1 ó 2 veces al año para evitar recalentamientos que puedan acortar su vida.

En cuanto a las correas, hay que comprobar que su flexión no supere los 2 cm y que no están defectuosas, en cuyo caso habrá que cambiarlas.



Comprobación de la flexión de las correas

Conjunto del quemador

El mantenimiento de los quemadores debe ser realizado por profesionales especializados. Los conductos de combustible no deben tener aire, pues el funcionamiento de la cabina sería irregular. De presentar aire, se

purgaría todo el circuito.

Es conveniente retirar el hollín de la chimenea, regular el quemador y controlar la generación de humo por lo menos una vez al año.

Filtros

Existen tres tipos de filtros: los prefiltros, los filtros de techo o de plenum y los filtros de suelo o paint-stop.

Cuando el prefiltro se encuentra muy sucio impide la entrada de aire del exterior; en el caso de las cabinas que tienen turbinas de extracción, saldrá más aire del que entra, produciéndose una depresión. Para evitar esto, se deben sustituir una vez al mes.

El mantenimiento de los quemadores debe ser realizado por profesionales especializados. Los conductos de combustible no deben tener aire, pues el funcionamiento de la cabina sería irregular. De presentar aire, se purgaría todo el circuito.

Es conveniente retirar el hollín de la chimenea, regular el quemador y controlar la generación de humo por lo menos una vez al año.

Los prefiltros o antefiltros pre-filtros son los que se encargan

de limpiar el flujo de aire del exterior antes de que entre en la turbina. Posteriormente, este aire será filtrado otra vez por el filtro de plenum.

El plenum es el que se encarga de repartir uniformemente el aire desde la parte superior a toda la cabina. En el caso de que su filtro se encuentre sucio, el flujo y la distribución de aire no serán adecuados.

Nunca se realiza su limpieza, sino que se proceder siempre a su sustitución cada 1.200 horas, una vez cada año o cuando se detecte un funcionamiento anómalo.

Los filtros de suelo se encargan de recoger las partículas de pintura pulverizada. En el caso de que están sucios, se crea una sobrepresión que produce turbulencias en la niebla de pulverización. Su sustitución se realizará cada 2 semanas, si se utiliza la cabina regularmente.



Sustitución de los filtros del suelo



Sustitución de prefiltros



Sustitución de los filtros del plenum

LOS 4 magníficos



*CUATRO FANTÁSTICOS SUPER BARNICES PARA
EL REVOLUCIONARIO HYDROFAN BASECOAT
BRILLO, RESISTENCIA Y FACILIDAD DE APLICACIÓN PARA
UN RESULTADO PERFECTO!
EL EQUIPO DE LA SUPER REVOLUCIÓN ESTÁ A SU SERVICIO!*

www.lechler.eu



Caring about the differences!

DENTRO DEL SISTEMA DE CERTIFICACIÓN DE TALLERES DE CENTRO ZARAGOZA

Procedimientos esenciales de gestión en el taller de reparación

El Sistema de Certificación de Talleres es un compromiso del taller con su sistema de gestión y con los servicios prestados a los clientes, estructurado, como ya es conocido, sobre su propio Reglamento de Certificación, y sus Criterios de Certificación clasificados esencialmente en las Áreas de Gestión y Técnica.



Durante el análisis del proceso completo que constituye la actividad de la reparación van surgiendo los distintos procedimientos y requisitos que son los que en definitiva el taller debe implantar de cara a cumplir con las exigencias de la Certificación. Durante el proceso de recepción del vehículo debe definirse la actuación dependiendo de que el cliente solicite o no presupuesto previo. El taller, obligatoriamente debe dejar constancia de que tiene en su poder el vehículo del cliente y realizará la inspección del vehículo previamente a aceptarlo en depósito, registrando todas aquellas anomalías y desperfectos que se aprecien. En esta fase deben quedar definidos al menos los formatos y registros para presupuestos, resguardos de depósito e inspección.

Otras cuestiones de interés tienen que ver con que el taller se exija salvaguardar la confidencialidad de los datos del cliente, frente al propio personal del taller y al exterior. Por otro lado deberá establecer el procedimiento a seguir para la manipulación de los bienes del cliente. Una vez aceptada la reparación, el taller está en disposición de abrir una orden de reparación y de lanzar el trabajo a producción después de asegurar que puede llevarse a cabo con éxito. Esto exige el control de la recepción de los suministros que intervienen en la reparación y de las disponibilidades de la mano de obra. En esta nueva fase aparecen conceptos como la necesidad o no de subcontratar parte de los trabajos, la resolución de incidencias que aparezcan en el trabajo en curso y la posibilidad de determinar acciones preventivas que eliminen





incidencias previsibles.

Se exige que la reparación sea correcta para obtener clientes satisfechos y su fidelización, eliminando en la medida de lo posible la repetición y rectificación de trabajos durante el proceso y por tanto eliminar también reclamaciones del cliente por reparaciones de mala calidad.

Resumiendo, durante esta fase se aborda el aseguramiento de la calidad, la forma de proceder ante trabajos no conformes, ante reclamaciones del cliente y surge el interés por el taller para conocer el grado de satisfacción de sus clientes.

La orden de reparación debe constituir un registro en el que se recogen todas las acciones de la intervención, de acuerdo al presupuesto aceptado por el cliente, y en su defecto, cuando éste no se ha exigido debe estar de acuerdo con el presupuesto interno o documento donde se precisa igualmente toda la intervención. En ella debe registrar también todos los gastos derivados de la reparación, materiales, repuestos, mano de obra y subcontrataciones.

El lanzamiento del trabajo genera un registro que deriva de la orden de reparación, conteniendo exclusivamente los trabajos que el técnico debe acometer.

La solicitud de suministros constituye una parte crítica del proceso de reparación. Deben controlarse y por tanto tener información actualizada de las existencias disponibles en el taller.

Con la gestión implantada, el taller debe ser capaz de elegir el proveedor más adecuado a los intereses económicos y bajo criterios de la calidad de los materiales solicitados y del servicio prestado.

El procedimiento de compras incluirá la forma en que se realizará el pedido, las herramientas

disponibles para la identificación lo más exacta posible de los repuestos y materiales, evitando en la medida de lo posible errores en las recepciones. Errores que repercuten en pérdidas de tiempo de mano de obra directa.

Es interesante el registro de incidencias, con el ánimo de tomar acciones correctoras que impidan su repetición y mejore la gestión.

Se crea el registro de relación de proveedores y la evaluación del servicio prestado, los registros de pedidos, albaranes y constancia de la aceptación o rechazo de los suministros recibidos u otras incidencias propias del seguimiento de la gestión de compras.

La entrega del vehículo es el último eslabón de la reparación. Se ponen en marcha gestiones significativas como el aviso al cliente que podrá suprimirse si el taller ha hecho una buena previsión de la fecha de entrega. Se preparan todos los bienes del cliente, vehículo, elementos que hayan sido sustituidos, lavado del vehículo y retirada de las protecciones preferiblemente en presencia del cliente, preparación de la factura, etc.

Es el momento de revisar la reparación con el cliente y de volver a "venderla" junto al resto de servicios que el taller sea capaz de ofrecerle, también es el momento en el que el cliente puede detectar algún trabajo no conforme, en cuyo caso se iniciaría el proceso de análisis y solución de las incidencias.

En el taller o posteriormente enviando la encuesta a su domicilio, puede hacerse un seguimiento para comprobar la satisfacción del cliente.

Todo lo relacionado anteriormente ayudaría al taller a desarrollar una parte importante de su gestión, sin embargo no es suficiente para asegurar unos buenos resultados de la actividad, además debe tener un nivel ópti-

mo en aspectos de equipamiento, de instalaciones y de procedimientos técnicos basados en principios esenciales para la obtención de reparaciones de calidad, puestos al servicio del personal técnico.

Deben describirse las funciones de los puestos técnicos de chapa, pintura, mecánica, y otras especialidades, las correspondientes al personal de mano de obra indirecta, asignando responsabilidades a cada persona y velando por la adecuada cualificación de todo el personal.

El taller además, adquiere unos compromisos en materia medioambiental y de salud laboral, que por sí mismos son subsistemas organizativos de una parte de sus actividades con una probada eficacia. Independientemente del carácter obligatorio y de cumplir una serie de requisitos mínimos contemplados en la ley y los reglamentos que la desarrollan, son dos parcelas en las que una buena gestión de la dirección, también va a contribuir a mejorar el entorno de trabajo y a transmitir a sus clientes una imagen diferenciada de los competidores que en ocasiones consideran estos asuntos en un plano sin demasiado interés.

Por último el conjunto del sistema de gestión que se ha ido configurando también necesita de procedimientos que ayuden a su control y mantenimiento, procedimientos puestos a disposición de los que la propia actividad genera, control de la documentación, control de los registros, revisión del sistema de gestión por la dirección, auditorías internas y como origen de todo, la definición de la estructura organizativa de la empresa, y la existencia de la política y compromisos que la rigen, y que deberán ser conocidos y aceptados por todo el personal.

La visión sesgada de la actividad pone en peligro una buena gestión del taller. Definidos los procesos más administrativos, de gestión y organización del taller, observamos la estrecha ligadura con otros aspectos de competencia técnica y tecnológica, hasta el punto de que los primeros con su desarrollo pueden condicionar el éxito de los segundos, a través de su gestión de compras y recepción de repuestos, de una buena previsión del trabajo a través de la recepción y los presupuestos, entre otros. Los requisitos técnicos se acaban mezclando con la gestión a través sobre todo del control de calidad, el control del trabajo, la detección de variaciones sobre las intervenciones previstas que deben realimentar al proceso administrativo, la generación de informes, etc.

Este conjunto de procedimientos y requisitos, su grado de implantación, y las posibilidades de adaptación del taller sirven de referencia a CENTRO ZARAGOZA para evaluar el grado de cumplimiento con los requisitos de su certificación. ◀

CABINAS DE PINTURA

Mucha oferta, menos demanda

Las cabinas de pintura están sufriendo un estancamiento en las ventas como consecuencia de su propia naturaleza: es un equipamiento de baja rotación y que requiere una gran inversión lo que, en el contexto actual, es un problema debido a las trabas de financiación que ponen las entidades financieras. Por tal motivo, la mayoría del elevado número de proveedores afirma que en el último ejercicio 2008 han caído las ventas.

El mercado de cabinas de pintura no pasa por su mejor momento ya que las ventas han sufrido un retroceso y el número de proveedores se antoja algo elevado si tenemos en cuenta que es un equipamiento caro y de escasa rotación. Sobre los motivos del descenso de ventas, varios proveedores han apuntado a las dificultades de acceso a la financiación. Así lo comenta un fabricante de referencia: "Durante el año 2008 el volumen de ventas se ha mantenido estable notando una bajada en el último trimestre. Es un mercado que nota la falta de crédito y por la tanto la posibilidad de invertir en nuevos equipamientos". En términos similares se expresa otro fabricante: "En estos momentos todas las ventas de cualquier producto están estancadas o cuesta mucho. El principal problema es la situación actual, no hay liquidez, hay miedo y cuesta mucho comprar". Aún concreta más otro proveedor: "Los fabricantes ante la bajada de la demanda y los mismos gastos se encuentran en umbrales críticos de liquidez, se han bajado el número de clientes de compra por renovación y se han parado las compras de nuevas instalaciones ante la negativa de los bancos a todos los leasing con "denominación" automoción".

No obstante, también identifican ventajas a este mercado. Destacan, sobre todo, que el

sector siempre ha sido dinámico y abierto a las nuevas tecnologías.

Muestra del catálogo

La mayoría de fuentes consultadas consideran que las marcas más vendidas son las habituales, Hildebrand, Celette, Astra, Usi, Lagos, Blowthern o Spanesi. A continuación les comentamos la oferta de algunos proveedores para que puedan orientarse sobre lo que se ofrece en este mercado:

Desde Valencia, **Bench Ibérica** importa y distribuye las cabinas de pintura de la marca **Cometi-Mecnan** cuya gama abraza ocho modelos: Tenax, Tenax MS, Boxer MS, Amber, Coral, Diamant, Expander y Expander MS, éstas dos últimas para vehículos industriales. Las más novedosas son las Amber, Coral y Diamant las cuales permiten elegir entre sistemas de flujo vertical o semi vertical. Con ellas se puede acceder a un rango de prestaciones de entre 18.000 mc/h y 36.000 mc/h así como a distintas versiones y dimensiones. La cabina estrella es, sin embargo, la Tenax MS en cualquiera de sus medidas. Se instala normalmente con sistema de flujo semi vertical lo que permite un gran ahorro de consumo y mantenimiento y no tener que realizar obras para su base o tener que instalar basamento metálico ya que se monta directamente sobre el pavimento del

taller. A nivel de rendimiento, la Tenax MS proporciona velocidades de paso de aire que parten de 0,30 mt/s a cabina vacía lo que permite una óptima aplicación de los nuevos productos de repintado. Se puede equipar con varios equipos de secado, gasóleo, gas, vena de aire, etc. y el uso de menores caudales de aire permite contar con unas canalizaciones más reducidas con la consiguiente reducción de costes. La filial de **EMM International** en nuestro país, **EMM España**, aunque es más conocida como proveedora de consumibles para el taller de carrocería y pintura, también opera en el mercado de las cabinas tras adquirir el año pasado la firma **CWN**. Fruto de esta operación, pone a disposición del mercado cabinas **CWN** y **Hamach** de varios tamaños y modalidades: cabina-horno, de pintado, horno de secado, de carga lateral, de flujo diagonal, sencillas y dobles. El modelo estrella es la cabina All in One, muy avanzada técnicamente ya que permite realizar en la misma ubicación el lijado, la aplicación de imprimaciones, el pintado y el secado. El secreto es un sistema de flujo de aire único que permite al profesional pintar el coche inmediatamente después de lijar. Además, el secado se puede realizar de tres formas; con flujo de aire de hasta 80°C, por infrarrojos (instalado en la cabina) y ultravioleta (para sistemas modernos). La All in One también proporciona un



Cabina de pintura Cometi-Mecnan. Bench Ibérica importa y distribuye esta marca cuyos ocho modelos satisfacen la mayoría de necesidades de los talleres de carrocería y pintura.



Hildebrand presentó en Motortec 2009 el Fast Save Mode para la última generación de sus cabinas de pintura. Este sistema flexibiliza el funcionamiento de la cabina permitiendo ahorrar energía.

MVP

La medida
del éxito para
los talleres
de hoy en día



Soluciones para el desarrollo del taller: MVP- Un equipo especializado y servicios para la gestión eficiente

En la actividad diaria de un taller moderno conviven tantos aspectos que , a veces, es difícil saber por dónde empezar. Es por esta razón que el programa MVP se ha diseñado entorno a una simple filosofía a seguir: Medir, Dirigir y Controlar.

El primer paso a la hora de decidir , es saber donde se encuentra su rendimiento actual y compararlo con otras empresas de éxito. Sabiendo esto, podemos fijar objetivos para mejorar.

Experimente el éxito. En MVP y su equipo de especialistas encontrará las soluciones para el desarrollo de su taller. Hágalo posible con PPG.

www.ppgrefinish.com



Lo hacemos posible. Con PPG



Modelo Serie 4 Aquadry de la marca Astra. Ibercab Astra es la firma fabricante de esta versátil cabina.



Mercury Dos ofrece varios modelos de cabinas de pintura como el de la imagen. Su última novedad es el modelo CAM, una cabina presurizada y atemperada con flujo de aire vertical.

consumo muy reducido, optimiza el espacio en el taller y cumple con los más exigentes requisitos medioambientales.

Equipos Lagos es un destacado fabricante de cabinas de pintura. La firma coruñesa de Bergondo propone, bajo marca **Lagos**, una versátil oferta compuesta por cabinas mixtas, combinadas, dobles y para vehículos industriales. Sus cabinas, construidas en chapa galvanizada, lacadas y plastificadas, pueden dotarse de interesantes soluciones técnicas como el generador elevado, la iluminación extraíble sellada de por vida, la homogeneidad de flujos de aire y, según la firma fabricante, sobresalen por sus acabados de alta calidad. Equipos Lagos también subraya que, durante el proceso de fabricación, se controlan de forma estricta el rendimiento técnico energético, la homogeneidad del flujo de aire y el reparto y la distribución de la temperatura.

Uno de los pesos pesados de este mercado es **Hildrebrand**. La firma fabricante de Manlleu (Barcelona) cuenta con una amplia gama en cabinas de pintura con las que cubre cualquier tipo de necesidad del taller de carrocería y pintura. En la pasada edición de Motortec 2009 presentó una interesante novedad, el sistema Fast Save Mode para su última generación de cabinas **Hildrebrand**. Dicho sistema detecta y regula el flujo de caudal en función de necesidad del reparador. Por ejemplo, si el profesional está realizando una preparación y no está secando, no es necesario que la cabina proporcione todo su potencial ahorrando así energía. Algunas de sus líneas de cabinas de pintura con mayor aceptación en el mercado son las Neotech, Xenon o Kryptos para turismo o la línea para vehículo industrial. La Serie Neotech es la buque insignia de la gama, ofrecen altas prestaciones como un caudal de hasta 26.000 m³/h, iluminación de hasta 1.856 W, dobles motores de turbina de entre 4 y 10 CV u opciones y accesorios como avisadores de saturación de filtros, sensor automático de pistola, variadores de frecuencia, automático de seguridad o grupo de filtración de aire comprimido.

La marca de cabinas de automoción e indus-

triales **Astra** está fabricada por **Ibercab Astra** cuyo cuartel general está en Sant Quirze del Vallès (Barcelona). Para el taller de carrocería y pintura del automóvil, dispone de las series 4 y Eclipse. Con la primera ofrece configuraciones desde 24.000 hasta 30.000 m³/h con sistema de recirculación de aire en fase de secado para acelerar el secado de las pinturas base agua, regulación automática de la presión interior, presostatos y dispositivos de seguridad. La cabina de la serie Eclipse destaca por su generoso tamaño. Apuntar que la serie 4 de puede equipar con el Kit Tecno Control para el control de los costes energéticos y de mantenimiento, con rampa interior neumática y con quemadores de gas tradicional o en vena de aire. Así, mismo, la serie Eclipse puede enriquecerse con el Kit Tecno Control con variadores de frecuencia y quemador en vena de aire, con una iluminación superior a 2.000 lux y con un cuadro de mandos digital o una pantalla táctil con autómatas.

Referente en el mercado de la diagnosis, **Launch Ibérica** también ofrece equipamiento para taller en el que las cabinas de pintura están incluidas. Así, la firma con cuartel general en Palau-Solità i Plegamans (Barcelona) propone la gama de cabinas **Launch** compuesta por los modelos para turismos CCH-101, CCH-201, CCH-301 y CCH-401; las cabinas para furgones CCH-202 y CCH-302 y la variante para autobuses y autocares CCH-4000. Entre todas ellas, el modelo más destacado, por su versatilidad, es la cabina CCH-201, dotada con una turbina de 10 CV de impulsión y 7,5 de extracción, luces laterales verticales y una iluminación total de 1.200 luxes. El último lanzamiento es la CCH-401A1, una instalación preparada para trabajar 24 horas diarias y para un veloz pasaje de aire (0,4 m/s) que proporciona un caudal de 36.000 m³/h y 34 CV de potencia y que se equipa con difusores Ventury en la parte superior para acelerar el proceso de secado de pintura al agua y con una depuradora de carbón activo.

Mercury Dos, con sede en Beniparrell (Valencia) es el fabricante de las cabinas de pintura

Mercury cuya oferta abarca modelos para turismos, autobuses, trenes, piezas de aeronáutica y mixtas. Su última novedad lanzada al mercado y que se ha erigido en su cabina estrecha es el modelo CAM. Se trata de una cabina presurizada y atemperada con flujo de aire vertical. Alcanza una velocidad a cabina vacía de 0,3 m³/s y una velocidad de aire en los filtros retenedores de pintura de 1,47 m³/s. Todas las cabinas de pintura Mercury en sus distintas variantes (por cortinas de agua, de pintura en polvo, presurizadas, por filtros secos y para grandes piezas) cumplen con la Norma UNE-EN 13335 y todas están preparadas para trabajar con pinturas al agua.



Toda la oferta, en la red

www.aermatic.net
www.benchiberica.com
www.blowtech21.com
www.cabinaslagos.com
www.casermovil.com
www.celetteiberica.es
www.emm-automotive.com
www.geinsa.com
www.ballero.com
www.launchiberica.com
www.instalacionesfmg.es
www.mercurydos.com
www.neocab.com
www.pillardspain.com
www.rotassystem.es
www.hildrebrand.es
www.spanesi.es
www.utilmadrid.com

Tecnología *y pasión*



Hacemos tu trabajo **fácil**
Especialistas desde 1895

AquaMax™ Extra

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

talleres



PRIMERAS VOTACIONES DE LA PRENSA

Un premio para lograr destacar a los mejores talleres de la red EuroTaller, promovida por los socios de Group Auto Union España

En busca de los Europremium 09



La directiva de **Group Auto Union España** convocó a los miembros de la prensa profesional, entre los que nos contamos, para realizar, como viene siendo habitual, la votación de sus 10 candidatos a **EuroPremium 2009**, los mejores de la Red EuroTaller.

Cruzando resultados

La mecánica del concurso plantea un cruce de las candidaturas propuestas por la prensa especializada y las de los proveedores patrocinadores del evento, a escoger entre los mismos 30 finalistas elegidos por la directiva, entre los aspirantes propuestos por cada Delegado de Zona de la Red. La votación se prolongó algo más de lo habitual, y es que el nivel de los talleres candidatos era notoriamente más elevado que otros años. Una vez elegidos los candidatos de la prensa, se deberá esperar a que los proveedores realicen su votación. Del cruce de ambas se obtendrán los 10 Europremium 2009, cuyos trofeos serán entregados el próximo 26 de junio en Madrid.



La prensa, tras las votaciones.



la IV Convención Internacional, un éxito de la GAUE.

Acelerón a los 4 Estándares de la Red Internacional Multimarca

Esta circunstancia era comentada con satisfacción tanto por **Juan Carlos Pérez Castellanos**, director adjunto del Grupo distribuidor, como por **Olivier Brysemael**, el responsable nacional de EuroTaller. Ambos señalaban que el mayor nivel en esta séptima edición de los premios era una circunstancia buscada por la Red, que ya en Junio del año pasado creó la figura de Coordinador Zonal que, desde Enero de este año, ha ido visitando a los 261 talleres voluntarios que, durante la pasada edición 2007 de la Convención, se comprometían a llevar a la práctica en su totalidad los 4 Estándares de la red (Formación, Información, Imagen -han realizado un relooking del logotipo que se implantará paulatinamente en Europa- y Marketing).

El seguimiento de los Estándares, en cinco fases

Los cuatro Delegados Zonales (Centro-Euskadi-Castilla, Catalunya-Aragón-Levante, Andalucía Oriental, Andalucía Occidental) realizan la supervisión de la red, con una media de visitas de 8 a 10 talleres a la semana, de lunes a jueves, dejando los viernes para editar los informes, organizado en varias fases: la primera, contempla una reunión de presentación de media hora; la segunda, una entrevista para la revisión, entre los voluntarios, de los estándares de unas 2-3 horas por entrevista, mediante un cuestionario de 20 páginas con parámetros de estudio y la toma de 12 fotografías estandarizadas.

La tercera fase contempla la visita del resto de talleres (los no-voluntarios), para la realización de una entrevista algo menos extensa, de sólo 1 hora.

La cuarta fase contempla un planteamiento, por parte de los Delegados de Zona, apoyados por los Delegados Regionales a los Voluntarios, de 2-3 propuestas de mejora en el cumplimiento de los estándares.

La Fase 5 contempla una nueva visita de supervisión para valorar los resultados, en la que se toman las 12 imágenes estandarizadas, con las que se podrá realizar la comparativa: antes y después.

La Red se va de Convención

EuroTaller va a celebrar su V Convención Internacional (en cuya materialización se está trabajando para que sea sorpresiva, fresca y dinámica) el

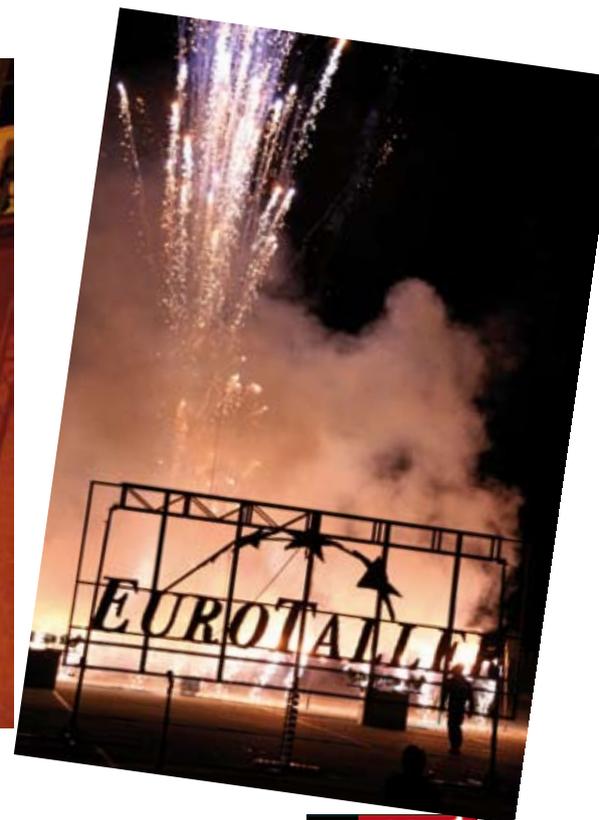
fin de semana de 30 y 31 de mayo en el Hotel Auditorium, en el que, con una notoria presencia internacional (se cuenta con más de 1000 invitados), bajo el lema "Estrenamos una nueva etapa de éxitos".

Para comunicarla entre la Red (recibir la invitación para dos personas, supone que el taller debe haber incrementado sus compras un 15% sobre 08 de enero a mayo), se ha planteado un plan de animación con varios envíos que se iniciaba el 26 de febrero y termina el próximo lunes, empleando el correo convencional y las nuevas tecnologías (e-mail o SMS). A lo largo de la jornada del sábado se van a tratar los temas de la actualidad como oportunidad, el desarrollo internacional, la generación de negocio a través de la tecnología, mantenimiento y reparación mediante la financiación, las ventajas de una red y el trabajo en equipo.

Tras la cena de Gala, con espectáculo, música en directo y animaciones, el domingo se destina para que los congresistas regresen a su lugar de origen. ●

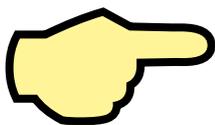
① www.10g.net

www.eurotaller.com



Una amplia of

El mercado posventa de componentes de frenado es muy amplio y competitivo. En 2008 las ventas se han mantenido estables según la mayoría de proveedores consultados por lo que sigue siendo menos volátil que otras piezas del automóvil de naturaleza semejante y quizás este sea su mayor atractivo. En el siguiente reportaje les ofrecemos un repaso a las propuestas de algunos de los más importantes proveedores.



En el Especial Frenado 2009, Mundo Recambio y Taller les propone el siguiente portafolios de producto:

BEYCOUNION: Barcelona. Delegación en Borox (Toledo). Esta firma importadora y distribuidora, en materia de frenado propone la marca **Allied Nippon** de la cual es importador en exclusiva para España. El catálogo 2009 de dicha marca incluye componentes de fricción, concretamente 2.800 referencias entre pastillas y discos. La cobertura del parque alcanzada es muy alta, superior al 97%. De entre toda la oferta, sobresalen las pastillas de freno con homologación R90 mientras que la última novedad es la gama de pastillas de freno Racing fabricadas en kevlar y adaptadas a la conducción urbana.

BSF AUTOMOCIÓN: Galdácano (Vizcaya). Fabricante y distribuidor de la marca BSF. Opera en el mercado posventa con el catálogo de frenos de tambor y frenos hidráulicos 2007/08, el de frenos de disco 2006/07 y el de latiguillos de freno 2007/08. A través de ellos ofrece fricción e hidráulica para turismos y vehículo comercial: pastillas, discos, el kit de discos y pastillas *Super-Pad*, cilindros de freno y de embrague, válvulas reguladoras, bombas de freno y embrague, el *Super-Kit*, el *Top Kit*, mordazas, etc. En total, el número de referencias supera las 4.000 con las que satisface las demandas del 98% del parque. El producto estrella de BSF es el *Top-Kit*, un kit de freno premontado compuesto por un juego de mordazas premontadas y prerregladas y por un juego de cilindros y muelles. Las ventajas de este producto son un ahorro de tiempo en el proceso de montaje y una frenada más segura porque se sustituyen todos los componentes dinámicos.

Conjunto de tambor BSF.
La oferta de esta marca vizcaína supera las 4.000 referencias.



La gama de fricción de Ate destaca por sus prestaciones. Ejemplo de ello son los discos *PowerDisc* y las pastillas *PowerPad*.



CONTINENTAL AUTOMOTIVE SPAIN: Alcobendas (Madrid). La gigante de origen alemán es el fabricante de la marca de frenado **Ate** cuya oferta es una referencia en el mercado de reposición al superar las 8.000 referencias, las 32.500 aplicaciones y el 95% de cobertura. Toda ella se reparte en varios catálogos, los de fricción e hidráulica K-16 2008 (se prevén nuevas ediciones para el cuarto trimestre de 2009), el de herramientas WK3 2008, el de vehículos y aplicaciones especiales HB7 2007, el catálogo electrónico ETK de edición trimestral y el catálogo on-line al cual se accede a través de la web www.ate.de. Todos los productos Ate cumplen con las exigencias de primer equipo y el elenco a elegir es amplio: pastillas, las pastillas reforzadas *PowerPad*, discos, los discos reforzados *PowerDisc*, tambores, zapatas, juegos de zapatas sueltos y premontados, pinzas, latiguillos, cables, cilindros de freno y embrague, sensores de velocidad de rueda para ABS, indicadores de desgaste, servofrenos, reguladores de frenada, líquido de frenos, utilaje específico, etc. Por sus elevadas prestaciones, las pastillas y discos *PowerPad* y *PowerDisc* son los componentes estrella Ate.

CORPORACIÓN UPWARDS 98: La Muela (Zaragoza). Las conocidas **Brembo**, **Urpa** y **Villar** son las marcas de esta firma fabricante y peso pesado del mercado de reposición. Bajo marca Brembo, marca con destacada presencia en primer equipo y en el mundo de la competición, ofrece los catálogos de discos 2007/2008, de pastillas 2007 (ampliación en 2009), de kits de reparación de zapatas y cilindros 2008, de discos y pastillas Kit Disc 2009 y el catálogo de gama sport 2008. La marca Villar propone dos

ENTES DE FRENADO

erta a elegir



En el disco Brembo Dual-Cast, la cara de frenado es de hierro fundido y la campana, de aluminio. El resultado de esta combinación es mayor ligereza y prestaciones.

catálogos, el de hidráulica y fricción (zapatas) y kits de reparación de zapatas y cilindros, de fecha 2006 pero del que ya está lista una edición 2009 que aparecerá en cuestión de días y el catálogo de discos y pastillas 2007/2008. Finalmente, con Urpa ofrece a la posventa el catálogo de discos 2007. La oferta para vehículo turismo y vehículo industrial ligero es amplísima: 954 referencias en pastillas, 987 en discos, 1.398 en hidráulica, 498 en latiguillos, 330 en zapatas, 337 kits estándar y 185 premontados de zapatas y cilindros, 251 en kits de discos y pastillas, etc. Con semejante oferta, la cobertura del parque, es prácticamente total, del 99%. Algunos productos son técnicamente avanzados por lo que ofrecen elevadas prestaciones, ejemplo de ello son los discos de freno Max y Dual-Cast, estos últimos fabricados en dos materiales, fundición gris y aluminio, que aportan mayor ligereza y capacidad de frenado.

ESMAFRI: Arganda del Rey (Madrid). La cartera de productos de frenado de esta empresa importadora y distribuidora reúne las gamas de las marcas **Indubal, Brembo, Cecauro, Road House, Galfer** y la propia **Esmafri**. Aunque es especialista en componentes de fricción para turismo, camión y maquinaria industrial también pone a disposición del mercado de recambio componentes de hidráulica. De hecho, sus más de 30.000 referencias en stock abarcan discos y pastillas de freno, mordazas, kits de freno,

Kit premontado Esmafri. La firma de Arganda del Rey (Madrid) propone tanto hidráulica como fricción.



premontados de zapatas, tambores, etc. Para turismos, las referencias estrella son los kits de reparación de zapatas y los kits premontados. Para vehículo industrial, tienen especial aceptación el remachado de zapatas, los forros y el torneado de tambores ya que Esmafri también es especialista en reparaciones de fricción.

EUROFREN SYSTEMS: Pozuelo de Alarcón (Madrid). Es el fabricante y distribuidor de sistemas de freno para turismos y vehículo industrial y **Road House, Remsa y Woking** son sus marcas. Su amplia oferta cubre cualquier tipo de necesidad, en componentes de fricción dispone de más de 3.300 referencias de turismo que le permiten alcanzar el 99% de cobertura del parque europeo. La oferta para industrial también es amplia, más de 500 referencias que satisfacen las demandas del 95% de este parque. El elenco de recambios propuestos abarca pastillas, discos, zapatas, tambores, mordazas premontadas y el Dual Kit, kit compuesto por pastillas y discos. Para vehículo industrial, propone discos, pastillas y forros. Toda la oferta está recopilada en la versión 3.0 de su catálogo general de fricción Road House y Remsa editado en junio de 2008 y en la versión 5.0 del catálogo para vehículo industrial lanzado recientemente. Su última novedad lanzada al mercado es el nuevo programa de discos de freno, nacido como consecuencia de más de cinco años de colaboración tecnológica con el mayor fabricante asiático de componentes de frenado para reposición. Este nuevo programa hace compatible fabricar más de veinte millones de discos al año con altos estándares de calidad (KBA, TÜV, etc.) y garantizando una cobertura del parque prácticamente total (99%). El producto estrella, sin embargo, es el Dual Kit, la gama Dual Kit de Road House incluye en un mismo pack pastillas y discos lo que permite un montaje conjunto de ambos componentes lo que redundará en una reparación más segura y rápida a la vez que, a posteriori, se evitarán problemas de desgastes y ruidos. Además, el cambio de pastillas y discos a la vez supone un precio más económico de ambos componentes y una mayor facilidad de stock para los talleres y distribuidores.



Gama de productos Road House. La marca de Eurofren Systems es una referencia del mercado por su amplia oferta. Dentro de ella destacan el programa de discos o el Dual Kit.

FEDERAL MOGUL IBÉRICA:

Barcelona. Fabricante de las conocidas marcas **Ferodo** y **Necto** su oferta de fricción cubre buena parte de las necesidades del parque. Mención especial merece, por sus características técnicas, su gama de pastillas de freno. Las de turismo están fabricadas con un material especial de fricción que proporciona

Pack de pastillas Ferodo, una de las marcas de frenado de Federal Mogul Ibérica junto con Necto.



La crisis

Rubén Llándier
Director Comercial de Icer Brakes

No se puede negar que estamos ante un momento económico particularmente difícil. A nivel general, aumenta el número de desempleados, se retrae el consumo y no hay alegría. Todo esto es cierto y aplicable también a nuestro sector pero debemos reconocer que es también un **momento de cambios y de oportunidades** y me gustaría centrarme en esto último.

En este momento y en nuestro sector, los distribuidores buscan reducir sus stocks, convertir en dinero "las entanterías", controlar los cobros y optimizar el personal. Para lograrlo, además de implantar una óptima gestión la distribución deberá contar también con sus proveedores fabricantes. Dependiendo de la flexibilidad y rapidez con la que los fabricantes nos adaptemos a esta coyuntura y comencemos a suministrar pedidos más pequeños con mayor frecuencia, a garantizar un óptimo servicio de todas las urgencias y de los pedidos de reposición y a pensar en el cliente, ayudando a nuestro distribuidor a rotar el material y a rentabilizar su negocio.

Cuando repasamos la trayectoria de empresas de distintos sectores, muchas de ellas tienen un punto en común, fue en una situación de crisis cuando lograron consolidarse, aumentar su cuota, innovar y convertirse en líderes de sus mercados, siempre a costa de otras, menos dinámicas y menos preparadas. No lo olvidemos, vamos a prepararnos, a pensar, a innovar para lograr que estos cambios, sean beneficiosos para nuestras empresas.

mayor resistencia térmica y a la corrosión y unas altas prestaciones a la vez que reducen el nivel de ruido. Las de vehículo industrial se han desarrollado para dar prioridad a la larga duración. Buen ejemplo de las características de las pastillas para turismo son las variantes Termo Quiet mientras que las One Source de vehículo industrial proporcionan una larga vida útil a la vez que una elevada cobertura, más del 80% del segmento medio de vehículo industrial.

GALFER AUTO: Granollers (Barcelona). Fabricante de materiales de fricción que, bajo marca **Galfer**, pone al servicio de la posventa pastillas y discos de freno estándar, sport y racing, kits de freno compuestos por discos y pastillas, mordazas premontadas, latiguillos metálicos, kits de sobre medida Evo R Series y Evolution y kits completos de freno con pinzas. Esta gama de fricción ronda las 1.800 referencias con las que satisface las demandas del 98% del parque circulante. Aunque su especialidad son los componentes deportivos, acaba de ampliar la gama de pastillas estándar en más de cien referencias y la de discos en más de ochenta. El destino de algunas de estas referencias son el Audi A4, los BMW X5 y X6, el Peugeot 308, el



Galfer es un fabricante que propone una versátil gama de fricción que garantiza una alta demanda del parque. Su especialidad son los componentes de corte deportivo.

Volkswagen Scirocco o los vehículos comerciales Citroën Jumpy y Jumper, Fiat Ducato y Scudo y Peugeot Boxer y Partner. Las líneas de pastillas y discos de freno Sport también se han ampliado en cien y cuarenta referencias respectivamente mientras que 68 nuevas referencias en mordazas premontadas hacen más versátil ahora está gama al cubrir aplicaciones de modelos como el Citroën Jumpy, el Fiat Sedici, el Ford Focus o el Suzuki Splash. Recientemente también ha desarrollado una pinza de freno de seis pistones monoblock que aporta una muy alta potencia de frenado. Para el próximo mes de junio ha anunciado el lanzamiento del catálogo estándar 2009-2010. Y una última hora, ha lanzado nuevos kits de latiguillos metálicos FK para motocicleta.

GROVISA: L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona). Delegaciones en Coslada (Madrid), Bilbao y Murcia. Distribuidor en exclusiva de las marcas de frenado **Pagid** (fabricada por TMD Friction) y **Samko**. Con la primera ofrece pastillas, indicadores de desgaste y discos de freno y con la segunda, hidráulica, latiguillos, kits y kits premontados. Ambos catálogos son de 2009, se dispone de versión on-line y para el 15 de junio está previsto el lanzamiento de la nueva tarifa de precios de Pagid. La gama Pagid suma 989 referencias en pastillas, 970 en discos y 77 en indicadores de desgaste. En cuanto a Samko, ofrece 450 en kits, 134 en kits premontados, 590 en zapatas y 3.124 en hidráulica. Estas cifras se traducen en una cobertura nacional de más del 97% con Pagid y de más del 94% con Samko. Como novedad, acaba de incorporar nuevas pastillas y discos para modelos nuevos del mercado como el Honda Civic, los Volkswagen Touareg y Multivan (V), el Audi A5 o el Citroën C4 Grand Picasso.



Componentes de frenado Pagid. Grovisa distribuye la gama de frenado de esta marca fabricada por TMD Friction.

GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN: Esplugues de Llobregat (Barcelona). Este importante grupo de distribución, al igual que ha hecho con otras líneas de producto, ha apostado por la marca propia



Grupo Serca Automoción pone a disposición de sus clientes 251 referencias Serca en kits de discos y pastillas como el de la imagen.

Una mala fijación puede resultar fatal

El 100% de las pastillas de freno ICER cumplen las estrictas exigencias del reglamento R-90 y son las únicas del mercado que incorporan el sistema patentado NRS, asegurando la adherencia entre el material de fricción y el soporte metálico a lo largo de la vida del producto.



Ventajas del sistema "NRS":

- Evita el desplazamiento de la zapata.
- No se despegan.
- Desaparecen los ruidos.

ICER
ICER BRAKES S.A.

48 años
Fabricando fricción

Más madera...

Jesús Hortal
Director de Marketing de Road House

Nuestro jefe de almacén está que echa chispas agobiado por el trabajo. La atención telefónica y las llamadas se duplican. Hay que controlar muchos más pedidos. La frenética actividad genera nuevas necesidades. Nuestra red de ventas se mueve más que nunca. Cada vez surgen más preguntas técnicas. La administración y facturación también está a tope. Hay que resolver sobre la marcha todo esto que nos está viniendo. Pero un momento y me hago la gran pregunta: **¿Estaremos vendiendo mucho más?**

No, qué va, marchamos muy dignamente y en algunas líneas de producto crecemos, pero es que cuando hablo con los colegas del sector la respuesta es igual: "La crisis da mucho trabajo y rinde poco". Parece que nuestros problemas son extrapolables a algunas cuantas compañías, aunque no todas lo afronten de la misma manera. En estos momentos todo lo que parecía irrelevante en años anteriores se cuestiona ahora. Jamás se han atomizado tanto los pedidos, los envíos urgentes, los presupuestos (especialmente en vehículo industrial se mira hasta el céntimo), las consultas técnicas de catálogo para no enviar tres referencias diferentes "que alguna valdrá...". Los distribuidores giran la vista hacia nosotros porque realmente algunos necesitan nuestra ayuda. Es nuestro deber estar a la altura. No podemos transformar la realidad de nuestro sector exigiéndole según nuestras necesidades particulares. Compensa mucho más el adaptarse a la realidad de la demanda de nuestro sector, a sus necesidades y a su verdadero tamaño: "efecto koi" como diría mi amigo François Passaga, o llámesele como se quiera, básicamente consiste en evitar vaporosos negocios que inflan y camuflan la realidad: "salvar el mes", "salvar el año", "ahora no, el mes que viene...". Lo burbujeante de estas estrategias, junto con otros efectos colaterales de la crisis, nos ha llevado a una reducción sustancial de los stocks de nuestros distribuidores. Había que ponerse al día por el bien de todos, pero ahora ya hay que trabajar a buen ritmo, si no, empezaré a creer en el milagro de los panes y los peces.

En el mercado del freno, para soportar y adaptarse a este tirón, había que estar ya preparado. Un mercado que mueve más de 3.000 referencias en el que la tienda media es sólo capaz de estocar la quinta parte requiere de una flexibilidad logística y de unos niveles de servicio al máximo de cobertura. Todo eso, si se acompaña de un marco de relaciones comerciales competitivas, estables y duraderas, y de una estrategia a largo plazo con tus distribuidores, creo que te dará la clave de una palabreja muy en boga: "Sostenibilidad", que no es ni más ni menos que la capacidad de vivir y adaptarse a las exigencias de tu mercado. De otra manera, sólo me viene a la cabeza la imagen de los hermanos Marx quitándole tabloncillos al tren y a Groucho gritando aquello de: "Más Madera..."

Serca en materia de frenado. Su oferta al respecto es abundante, entre los catálogos de hidráulica y fricción y kits de reparación de zapatas y cilindros, el de pastillas y el de discos, suma 1.398 referencias en hidráulica (más de 13.000 aplicaciones), 954 en pastillas, 987 en discos (cobertura a 1.897 modelos), 330 en zapatas o 251 en kits de discos y pastillas. Con ellas, cubre las necesidades del 98% del parque de turismos y vehículo comercial ligero. Además, la actualización de la gama es constante, Grupo Serca Automoción ya ha adelantado que está lista la nueva edición 2009 del catálogo de hidráulica y fricción (zapatas) y kits de reparación de zapatas y cilindros así como la del catálogo de discos y que en septiembre editará la nueva versión del de pastillas.



Discos de freno ABE de la marca Jurid fabricada por Honeywell. La calidad es la carta de presentación de esta línea de discos.

HONEYWELL AFTERMARKET EUROPE: Barcelona. Multinacional fabricante de las populares marcas de este mercado **Bendix, Jurid** y **Stop**. Con ellas pone a disposición de la posventa unas 5.500 referencias que prestan servicio al 95% del parque y que se reparten entre los catálogos de hidráulica, freno de tambor, frenos de disco, cables y vehículo industrial. Los productos de fricción son los más sobresalientes de toda la gama de esta firma fabricante. La calidad es su principal seña de identidad y prueba de ello son productos como los frenos de disco ABE o las pastillas de freno "híbridas", ambas propuestas presentadas en la pasada edición 2008 de Automechanika Frankfurt. Los discos ABE, especialmente diseñados para los talleres de la posventa, han superado los estrictos tests de calidad y rendimiento de la entidad certificadora alemana TÜV. Por su parte, las pastillas híbridas, deben este nombre, al concepto de fabricación, éstas se fabrican en función de su destino. Es decir, en Europa, donde se valoran más las prestaciones y la calidad, se fabrican con materiales que dan prioridad a la capacidad de frenado. En países como Estados Unidos o Japón, que valoran más el confort, dan prioridad, por ejemplo a la reducción de ruido o a la duración.

ICER BRAKES: Pamplona (Navarra). Fabricante de pastillas de freno para turismo y furgoneta, forros de freno de tambor y guarniciones y zapatas de freno de aplicaciones ferroviarias. Para la posventa del automóvil, bajo marca **Icer**, propone el catálogo general de fricción 2009, el de fricción de aplicaciones asiáticas 2008-2009 y el de fricción de vehículo industrial 2008-2009. Éstos, incluyen pastillas y forros de freno así como indicadores de desgaste y recopilan 1.500 referencias para turismo con las que alcanza el 99% de cobertura del parque, 500 referencias en forros de camión (una de las gamas más completas del mercado nacional) y 190 referencias puras de vehículo industrial con las que satisface las demandas del 99% de este parque. Las pastillas multicapa con tecnología NRS se erigen como el buque insignia de la gama Icer. Estas pastillas disfrutan de un sistema de unión entre el material de fricción y el soporte metálico llamado NRS. Este sistema de retención mecánica, cada vez más generalizado en primer equipo, asegura un anclaje perfecto del material de fricción al soporte metálico a la vez que aporta un efecto amortiguador que elimina las vibraciones del sistema de freno y, por tanto, de cualquier tipo de ruido.



Las pastillas de freno con tecnología multicapa y NRS son las estrellas de la gama de frenado Icer Brakes. Dicha tecnología reduce las vibraciones del sistema de frenado.



Saldrá bien parado

Gracias a TEXTAR, que le ofrece el programa de frenado más completo del mercado. Para ello, desarrollamos nuestros productos a través de la más avanzada tecnología, una cuidadosa selección de las materias primas, una producción siempre adaptada a las necesidades de cada vehículo y un estándar de calidad obtenido en el banco de pruebas más exigente del sector.

Por eso, los principales fabricantes de automóviles eligen nuestros productos.

TMD
FRICION

Atención al cliente: Tel. 96 134 05 36 - Fax. 96 134 01 18
Email: atcliente@tmdfriction.es
Ventas y Marketing: Tel. 902 364 530 - Fax. 902 364 534
Email: marketing@tmdfriction.es
www.textar.com

TEXTAR

PASTILLAS
DISCOS
ZAPATAS
ACCESORIOS
LÍQUIDO DE FRENOS
CERATEC
KIT DE FRENOS

Proveedores de vehículo industrial

Algunas firmas especialistas en vehículo industrial participan en el mercado posventa de frenado. Buen ejemplo de ello es **Haldex España** (Parets del Vallès, Barcelona) que se dedica a la fabricación de componentes de frenos para vehículos comerciales y dispone al respecto de válvulas, ABS, EBS, palancas automáticas, pinzas de freno, secadores, forros, pastillas, calderones de aire-acero y aluminio, racorería push-in, etc. El número de referencias **Haldex** supera las 4.000 y las más "populares" son las palancas automáticas de freno, los ABS y EBS y las válvulas de freno neumático.

Más específica aún es la oferta de **Industrias Zelu** (Arre, Navarra), que fabrica ralentizadores electromagnéticos (frenos eléctricos) para vehículos industriales y para aplicaciones industriales (dinamómetros, bancos de ensayos, etc.). **Klam** es su marca y ofrece recambios para sus ralentizadores. Su producto estrella es su ECS (*Electronic Retarder Control System*) para el control de los ralentizadores electromagnéticos.

Wabco es un referente en la fabricación de sistemas de control y de seguridad para vehículo industrial. La delegación española, **Wabco España** (San Fernando de Henares, Madrid) ofrece componentes de frenado para vehículo industrial, de hecho, todos los componentes relacionados con el sistema de frenos, desde compresores hasta pastillas de freno o unidades electrónicas de control. Su extensa oferta se traduce en más de 12.000 referencias actuales recopiladas en un catálogo general de productos. El componente estrella de la gama **Wabco** es el sistema electrónico de freno EBS con posibilidad de incorporar la suspensión electrónica integrada ECAS para remolques y el **SmartBoard** para controlar el funcionamiento del vehículo remolcado.

Otras firmas especializadas en vehículo industrial que también cuentan con programa de frenado son **Europart Hispano Alemana** o **RS Turia**.



Actuador Anchorlok de Haldex
EBS (sistema de freno electrónico) Wabco para remolque



ITAL RECAMBIOS: Madrid.

Centros de distribución en Barcelona, Valencia, Murcia, Málaga y Sevilla. Esta firma importadora y distribuidora opera en el mercado posventa de frenado con las marcas **Raicam**, **Metelli**, **Budweg** y **Nipparts**. Con la primera ofrece pastillas, zapatas, kits de zapatas y kits premontados; con Metelli, discos, hidráulica, tambores y kits premontados; con Budweg, pinzas de freno y con Nipparts, componentes de frenado específicos para el parque asiático. Sumando todo este elenco de productos, cubre las necesidades del 95% del parque circulante.

Pastillas de freno Metelli. La madrileña Ital Recambios distribuye los productos de esta marca italiana.

ROBERT BOSCH ESPAÑA: Madrid.

La multinacional alemana, bajo marca **Bosch**, dispone de un programa de frenado que es un referente de la reposición. En su oferta no falta de nada en cuanto a componentes y soluciones de mantenimiento. El elenco de componentes abarca discos, pastillas, accesorios de pastillas, testigos de desgaste, pinzas, juegos de reparación de pinzas, tambores, zapatas, cilindros de rueda, accesorios de zapatas, los kits Pro y Super Pro, cilindros principales, amplificadores de la fuerza de frenado, grupos hidráulicos con unidades de mando integrada, unidades de mando, sensores de giro de rueda, sensores de giro del volante, sensores de aceleración, sensores de relación de giro, latiguillos, cables de freno y líquido de frenos. Con semejante oferta, huelga decir que cubre cualquier necesidad del mercado. Así, por ejemplo, la gama de discos supera las 900 referencias con las que cubre las demandas del 96% del parque rodante europeo mientras que la gama de pastillas alcanza el 95% de cobertura. Aparte de este amplio elenco de componentes, Bosch ofrece soluciones a este mercado como promociones (hasta el 30 de junio hay una vigor) o el programa de intercambio de pinzas de freno Bosch Exchange a través del cual ofrece a los talleres una completa gama de pinzas de freno con las que puede realizar operaciones de sustitución más económicas. Por último, apuntar que Robert Bosch acaba de potenciar la fabricación de elementos de fricción tras adquirir la empresa estadounidense Morse Automotive Corporation dedicada a la fabricación de zapatas y pastillas de freno.

MAGNETI MARELLI AFTERMARKET: Llinars del Vallès (Barcelona).

La división posventa del fabricante italiano pone a disposición del mercado la gama de frenado **Magneti Marelli** que incluye discos, pastillas y kits de freno premontado. El pasado mes de mayo presentó el nuevo catálogo de discos 2008/09 que incluye 520 referencias, aplicaciones por marca y vehículo y por código así como tabla de equivalencias. Esta familia de producto también incluye más de 300 referencias en cojinetes de rueda. Por lo que respecta a la oferta de pastillas, suma más de 900 referencias las cuales destacan por el silencio de marcha que proporcionan mientras que la línea de kits de freno premontado es la propuesta de la marca italiana para dar servicio al freno de tambor. Todos los componentes de frenado Magneti Marelli gozan de calidad equivalente a la de equipo original.

Portada del Catálogo de discos 2008/09 de Magneti Marelli.



Componentes de hidráulica Bosch. La marca alemana ofrece de todo en materia de frenado destacando su amplio elenco de componentes electrónicos.





LIDERAZGO



La empresa líder en el mercado europeo de materiales de fricción, tras una fructífera etapa de colaboración y desarrollo común en tecnología y homologaciones entre nuestros equipos y los del mayor fabricante asiático de discos, consigue la distribución exclusiva en el mercado español y portugués del programa de discos con la calidad, la gama y el servicio que han conducido a Road House al liderazgo mundial de la fricción.



TUV tested and KBA Type Approved regarding S22 in connection with S20 of German SIV20



Kraftfahrt-Bundesamt
DE-24932 Flensburg



C/Pino, 7 • Pol. Ind. El Guijar
28500 Arganda del Rey (Madrid) SPAIN
Tel.: +34 91 876 88 60 • Fax: +34 91 876 88 63
E-mail: marketing@roadhouse.es

www.roadhouse.es



Disco de freno Pro de Textar. Representan las más altas prestaciones de la marca de TMD Friction en cuanto a respuesta de frenada, resistencia y reducción de vibraciones.

TMD FRICTION ESPAÑA: Paterna (Valencia). Delegación comercial en Sant Joan Despí (Barcelona). Este importante fabricante de componentes de fricción propone para turismo las marcas **Textar**, **Mintex** y **Pagid**. Con ellas, pone a disposición del mercado posventa pastillas, discos, zapatas, tambores, kits de freno trasero, indicadores de desgaste así como accesorios diversos. Con la marca Mintex, además, ofrece kits de freno delantero. Con ellas, la cobertura del parque circulante se sitúan en torno al 97%. Los últimos catálogos son muy recientes, el de Textar y el de Pagid se presentaron el pasado mes de marzo y son edición 2009. Próximamente, lanzará el catálogo Mintex. Como marcas de referencia que son, la actualización de la oferta es constante. Así, Textar y Mintex presentaron durante 2008 la gama de kits de freno trasero montados y premontados. Con ellos, ambas marcas proporcionan al taller un pack que le aporta rentabilidad pues reduce el tiempo de montaje en la sustitución del freno trasero. Así mismo, la gama de kits Textar y Mintex garantizan una frenada más eficaz ya que se sustituyen al mismo tiempo todos los componentes del freno trasero sometidos a desgaste. La ampliación de referencias también merece especial atención, a lo largo de 2008 y en lo que llevamos de 2009 la gama de pastillas de freno para turismo de Textar, Mintex y Pagid ha crecido en 140 referencias; la gama de discos Textar, en 300; la de discos Mintex, en cien. También se han introducido un centenar de nuevas referencias entre zapatas, tambores, indicadores y accesorios. Sus productos más innovadores son los discos *Pro* de Textar, que destacan por su resistencia, respuesta de frenada, una conductividad técnica mejorada que distribuye de forma más uniforme el calor y su facilidad de montaje, y las pastillas *Ceramic Fusion* también de Textar que ofrecen ventajas como el hecho de no generar polvo durante la frenada.

VALEO SERVICE ESPAÑA: Getafe (Madrid). Comercializa el material de fricción fabricado por la francesa Valeo. Su último catálogo es de 2008 y reúne un total de 1.850 referencias entre pastillas, discos, mordazas, kits de discos y pastillas y kits de mordazas premontados. La gama **Valeo** se dirige a los parques de turismo y furgoneta y la cobertura alcanzada de su gama de fricción alcanza el 98%. Las últimas referencias puestas a disposición del mercado de reposición están mayoritariamente destinadas a aplicarse en vehículos asiáticos. También ha aumentado la oferta Valeo en pastillas con tecnología NRS de fijación del material de fricción al cuerpo de la pastilla cuyos resultados se traducen en una mayor resistencia y una reducción del ruido.



Pastillas Valeo con tecnología NRS de fijación del material de fricción al cuerpo de la pastilla. Recientemente ha aumentado la oferta de este tipo de pastillas.

directorio web

www.adparts.com
www.adr98.com
www.agreu.com
www.ate.de
www.bccorona.com
www.beycounion.com
www.blueprint-adl.com
www.bpwtrapaco.com
www.brembo.com
www.bsf.es
www.cecauto.com
www.centroholding.com
www.cojali.com
www.davasa.es
www.dieseltechnic.com
www.dimsport.es
www.dipart.es
www.distribuidoracaballero.com
www.dryasa.com
www.ebcfrenos.com
www.esmafri.com
www.europart.es
www.exclusivasbcn.com
www.export.navarra.net
www.febi.com
www.federalmogul.com
www.frenosvillar.com
www.frenzar.com
www.galfer.es
www.gecorusa.com
www.gerstenmaier.es
www.groupautounion.com
www.grovisa.com
www.grunosur.com
www.grupauto.com
www.haldex.com
www.holyauto.com
www.honeywell.com
www.icerbrakes.com
www.impormovil.es
www.irunabrakes.com
www.italrecambios.es
www.jbs.com.es
www.magnetimarelli-checkstar.es
www.prome.com
www.qhspain.com
www.radsa.es
www.remsa.com
www.roadhouse.es
www.robert-bosch-espana.es
www.rsturia.com
www.serca.es
www.textar.com
www.tmdfriction.com
www.valeoservice.com
www.wabco-auto.com
www.worldtradeauto.com
www.zelusl.com

All you need...



La llave del éxito



Calidad de equipo original.

Una **completa gama** para su elección de pastillas de freno, discos y tambores, así como líquido de freno y productos hidráulicos. **Para turismos y V.I.**; grandes o pequeños vehículos. Con **homologaciones** en marcas y modelos de reconocimiento mundial.

Rápido y seguro montaje gracias al alto índice de adaptación de los productos comercializados.

Alto rendimiento constante, durante toda la vida útil del producto.

Alta rentabilidad: ratio coste - rendimiento. **Garantía de proveedor de E.O.**

Bendix[®]
by Honeywell

JURID[®]
by Honeywell



Devenir (RAE):

1. intr. Sobrevenir, suceder, acaecer. Llegar a ser. Fil. La realidad entendida como proceso o cambio, que a veces se opone a ser.

EL AUTOMÓVIL AFIRMA EL CAMBIO DE PARADIGMA

El devenir es verde

La industria del automóvil (y su entorno) se está preparando desde hace ya bastante tiempo al ritmo marcado por las nuevas normativas (Euro 4-5-6...). Esto hace necesario el uso cada vez mayor de componentes “verdes” para cumplir con las continuas exigencias medioambientales (propulsores, catalizadores, filtros, etc.). Además, los constructores se suman al despliegue de los híbridos y eléctricos como alternativa para la lucha por la existencia de las marcas (perdón, competencia).

Brotos verdes

Que lo verde está en boca de todos, es una evidencia. El cambio de paradigma (cultural, científico, técnico) así lo apunta y aparece con el uso de un lenguaje cada vez más presente de nuevos conceptos, metáforas y analogías que giran alrededor de todo aquello que, de una forma genérica, llamamos **verde: ecológico, sostenible, medioambiental, reciclable, de bajo consumo, respetuoso con el entorno**, etc..

Tomemos de entrada, y como ejemplo, el uso de un término que se utiliza (cada vez más) para definir una situación en la que se aprecien nuevos indicios positivos en las cifras económicas. Por ejemplo, nos dice la ministra europea de economía: “en una semana se podrán ver **los brotes verdes** de la economía”; otras expresiones parecidas toman las siguientes características “el FMI también ve “brotos verdes”, pero pide cautela” o “los únicos brotes verdes son los billetes, y están en pocas manos”.

El sector energético

Si nos situamos en el sector energético, el camino emprendido es hacia el concepto **renovable**, y aquí lo verde es sinónimo de huerta (solar),

de parque (eólico), del interior de la tierra (geotérmico).

Unos datos interesantes y que nos sitúan ante la realidad actual son bastante reveladores: somos la primera potencia mundial en energía termosolar, la segunda en fotovoltaica y la tercera en energía eólica. Un sector que aporta la quinta parte de toda la producción eléctrica en España (20,5%) y da empleo a unas 200.000 personas.

Pero, ¿por qué hablamos del sector energético? pues porque estará (más bien está) íntimamente relacionado con el uso y aplicación de este nuevo cambio de paradigma económico, que es el de pasar de la economía y dependencia del carbono (petróleo) al de las energías renovables. Una energía necesaria para recargar las baterías de los vehículos que van e irán apareciendo. Por tanto y siguiendo con los colores, podemos afirmar que el devenir va del **negro-petróleo** al **verde-renovable**.

Los automóviles que vienen y su impacto

Tal y como se prepara el mercado, el automóvil está condenado a tirar de la economía verde y cumplir con un mandato normativo acorde a los nuevos tiempos. Es por ello que todos sus componentes seguirán la



Honda Insight, los constructores se esfuerzan en lanzar vehículos más "verdes".



Smart Micro Hybrid Drive: Hasta los vehículos de dimensiones más reducidas tienen su versión "ecológica".



La marca nipona Toyota, pionera en el desarrollo de motores híbridos; su Prius va ya por la tercera generación.



Impacto medioambiental

El impacto ambiental va asociado a la presencia en el medio de sustancias, materiales u objetos que impliquen riesgo, daño o molestia grave para las personas y bienes de cualquier naturaleza. Cuando estas sustancias ponen o es probable que pongan en peligro la salud del hombre, su bienestar o recursos, directa o indirectamente, se denominan contaminantes. A continuación proponemos definir algunos de los conceptos asociados:

- **Contaminación atmosférica:** Alteración de la composición normal del aire por la presencia de partículas sólidas o líquidas, vapores y gases que no formen parte de su composición normal o que superen sus concentraciones normales.
- **Emisión:** Lanzamiento de materiales al aire, ya sea por un foco localizado o como resultado de reacciones iniciadas por un proceso fotoquímico.
- **Factor de emisión:** Cantidad de contaminantes de la atmósfera que son vertidos por un foco por unidad de producción.
- **Nivel de emisión:** Cantidad de un contaminante emitido a la atmósfera por un foco fijo o móvil, medido en una unidad de tiempo.
- **Instalación de depuración:** Equipo, dispositivo o grupo de ellos que permite reducir la emisión a la atmósfera de algún contaminante.
- **Contaminación por vertidos:** Sustancias de deshecho que las instalaciones evacúan al exterior y que por sus características y volumen pueden ocasionar un perjuicio en el medio.
- **Contaminación acústica:** Presencia en el ambiente de ruidos o vibraciones, cualquiera que sea el emisor acústico que los origine.
- **Ruido:** todo sonido no deseado, incluyendo tanto las características físicas de la señal como las psicofisiológicas del receptor.
- **Emisión sonora:** nivel de ruido producido por una fuente sonora de titularidad pública o privada, medido en su entorno conforme a un protocolo establecido.
- **Contaminación del suelo:** Alteración negativa de las características físicas, químicas o biológicas del suelo por la presencia de componentes de carácter peligroso de origen humano, en concentración tal que comporte un riesgo para la salud humana o el medio ambiente, de acuerdo con los criterios y estándares que se determinen por el Gobierno.

CERTIFICACIÓN ISO 14001

Certificación concedida al Sistema de Gestión Medioambiental de una organización según la norma UNE-EN ISO 14001. Esta norma fue creada en 1996 por la International Organization for Standardization (ISO), con el propósito de guiar a las empresas a la hora de llevar a cabo políticas y sistemas de gestión medioambiental en sus centros productivos, y permite evaluar de forma sistemática, objetiva y periódica el funcionamiento del sistema, garantizando así su comportamiento medioambiental a los stakeholders externos.

CERTIFICACIÓN EMAS

EMAS (Environmental Management Systems) es el acrónimo de la expresión inglesa EcoManagement and Audit Scheme que se ha traducido al español como Sistema Comunitario de Gestión y Auditoría Medioambiental. Nace como un instrumento de carácter voluntario dirigido a las organizaciones para que éstas adquieran un alto nivel de protección del medio ambiente.

A diferencia de la norma ISO 14001 (aplicable a empresas de todos los sectores y tamaños) sólo es aplicable a los sectores industriales y, además de los requisitos de un sistema de gestión medioambiental, otorga especial importancia a los aspectos del respeto a la legislación, la mejora del comportamiento medioambiental, la comunicación externa y la implicación de los trabajadores.

máxima de contribuir a un menor impacto medioambiental visto desde un todo cíclico-vital. En estas etapas, las de mayor impacto son, por este orden: **el uso del mismo, su obtención, el tratamiento de materias primas, y el retiro.**

Para solucionar los problemas ambientales que producen los automóviles es posible hacer dos planteamientos. Por un lado seguir investigando en el desarrollo de tecnologías más eficientes y de menor impacto (fundamentalmente para la fase de uso), y por otro lado abordar el problema desde el punto de vista del diseño, reduciendo el consumo de recursos y favoreciendo su reciclado (fundamentalmente para las fases de fabricación y retiro).

Desde el punto de vista de las soluciones adoptadas podemos citar algunas: **nuevos propulsores ecológicos, híbridos o eléctricos, filtros de partículas, catalizadores, nuevos materiales, nuevos combustibles...**

Normativa

A petición del Parlamento Europeo, en la legislación de la Unión Europea sobre vehículos se ha introducido un nuevo planteamiento regulador que establece las disposiciones fundamentales sobre las emisiones de los vehículos.

En marzo de 2001 la Comisión lanzó el programa «Aire puro para Europa» (CAFE, Clean Air for Europe). Como resultado de este programa se ha adoptado una estrategia temática sobre la contaminación atmosférica que determina la necesidad de seguir reduciendo las emisiones del sector del transporte (transporte aéreo, marítimo y terrestre), de los hogares y de los sectores energético, agrícola e industrial para poder alcanzar los objetivos de la UE en materia de calidad del aire. En este contexto la reducción de las emisiones de los vehículos se entiende como parte de una estrategia global. **Las normas Euro 5 y Euro 6** son una de las medidas encaminadas a **reducir las emisiones de partículas y los precursores de ozono como los óxidos de nitrógeno y los hidrocarburos.**

La norma **Euro 5** es un programa de medidas reglamentarias de la Comisión Europea y aprobadas por el Parlamento Europeo el 22 de mayo de 2007 por el que se establecen los requisitos técnicos para la homologación de los vehículos de motor en lo que se refiere a las emisiones, para evitar que difieran de un Estado miembro de la Unión Europea a otro.

El programa Euro 5 sustituye al Euro 4 que estaba en vigor desde enero de 2005 y supone comparativamente una disminución de la cantidad de óxido nítrico autorizado emitido por los vehículos a motor hasta los 60 miligramos por kilómetro (mg/km) en motores de gasolina y 180 mg/km en los motores diésel.

Asimismo, el programa contempla **una reducción del 80% de la materia particulada**, que pasará de los 25 mg/km a los 5 mg/km., esto obligará a equipar los nuevos modelos diesel con **filtros de partículas**, una medida que a partir de enero de 2011 se extenderá a las versiones diesel de modelos ya existentes, que deberán contar con un filtro de partículas a su salida de fábrica.

Aunque la norma Euro 5 entrará en vigor a partir del 1 de octubre de 2009 para los vehículos de categoría B, estipula un periodo de adaptación hasta 2012 para aquellos fabricantes de automóviles de más de 2.000 kg tales como las ambulancias, los vehículos de rescate o los automóviles familiares.

La norma **Euro 6** entrará en vigor en 2014 e impondrá límites aún más severos a las emisiones contaminantes. De hecho, Bruselas espera conseguir una reducción del 68% en las emisiones de óxidos nítricos respecto a los niveles actuales.

Hermógenes Gil



Lexus: el lujo no es incompatible con el respeto medioambiental.



Tenneco, con su marca Walker presentó en Automechanika Frankfurt el filtro de partículas para motores diésel, los primeros para la posventa.

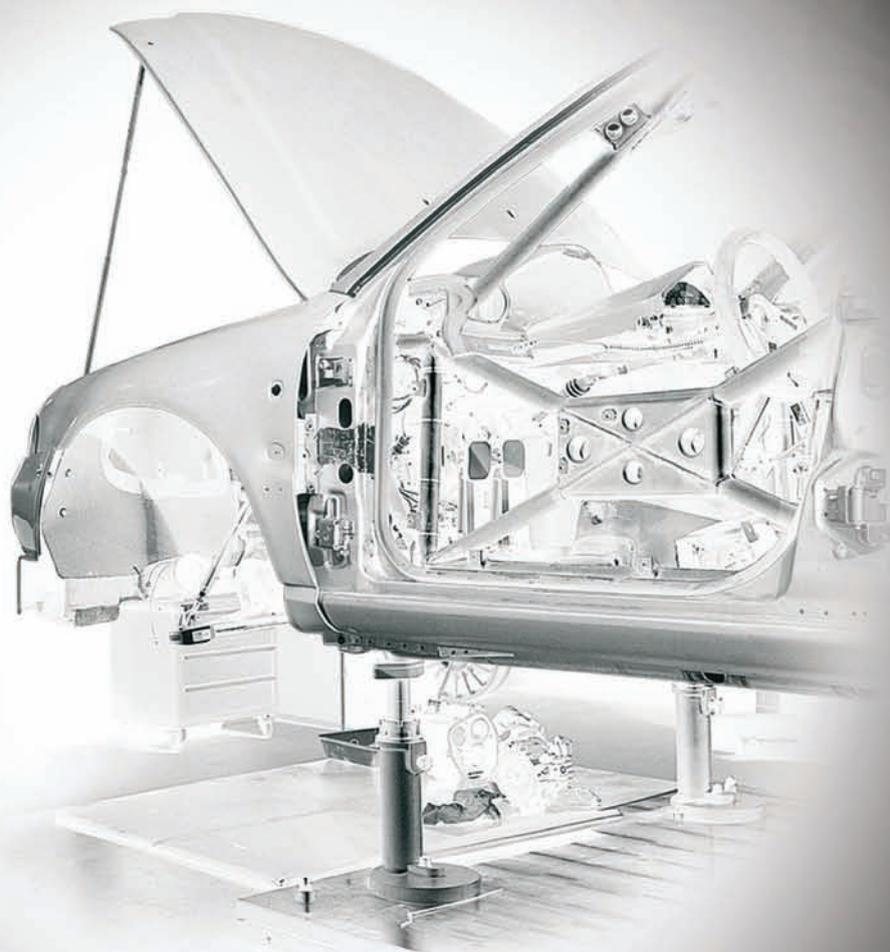
Los catalizadores, una de las primeras medidas en componentística para favorecer las emisiones "limpias".



Como se vio en el reciente salón del Automóvil de Barcelona, Renault gira al verde.

EQUIP AUTO

2009



100% NEGOCIOS

✓ REPARACIÓN
MANTENIMIENTO

✓ CARROCERÍA
PINTURA

✓ SERVICIOS

✓ EQUIPAMIENTOS
PIEZAS Y ACCESORIOS

✓ EQUIPAMIENTOS
DE GARAJE Y CARROCERÍA

PARIS 13-18 de octubre

Parc d'expositions Paris-Nord France

La feria de todos los equipamientos
para todos los vehículos

Para mayor información:
PROMOSALONS ESPAÑA
Tel: 91 411 9580 - Fax: 91 411 6699
promosalons@promosalons.es

Obtenga su pase en
www.equipauto.com

ESCAPES Y CATALIZADORES

Monotonía perpetua

Cada ejercicio es prácticamente igual al anterior, las ventas de escapes y catalizadores llevan varios años comportándose de la misma manera, los catalizadores con una tendencia al alza y los escapes, a la baja. El balance final es una estabilidad con ciertos visos de estancamiento. Estamos ante dos componentes con poco margen para la sorpresa pero que en el último año se han invertido levemente las tendencias de ambos.

Evaluar el **ejercicio 2008 del mercado posventa de escapes y catalizadores** no da mucho de sí, prácticamente podríamos reproducir las mismas conclusiones de los informes de 2007, 2006 o 2005.

Quizás el escape ha recuperado un cierto tono que, queda compensado por la atenuación de la tendencia al alza de los catalizadores. Así lo explica un importante distribuidor: *"El escape sale de su importante caída producida en los años anteriores y presenta una situación de estabilidad. El catalizador no acaba de alcanzar los niveles de sustitución de otros países europeos, afectado también por su precio y la crisis económica, que plantea al propietario evitar su sustitución hasta el último momento"*. Este mismo distribuidor matiza: *"El escape es un producto estancado a día de hoy en líneas generales. Lo que sí es cierto es que estamos hablando de un mercado importante que alguien debe de suministrar. Quien tiene un stock cuidado, revisado y con una gama amplia, se está convirtiendo en un auténtico especialista que acapara las ventas en su zona. Por su parte, el catalizador es un producto importante, en crecimiento natural. Afectado por otros elementos, como la venta de piezas ilegales a bajo coste, por talleres poco escrupulosos que prefieren vaciar la pieza aun sabiendo que va a provocar el rechazo del vehículo cuando pase la ITV, puede alcanzar sus niveles de sustitución correctos y ser un elemento que permita a los talleres capear la crisis actual*

siempre y cuando se acompañe de una diagnosis, una revisión correcta del vehículo y una profesionalidad que asegure su correcto montaje en el vehículo".

En una línea similar también se expresa un fabricante de referencia, que confirma que este año, a pesar de la atonía de este mercado, se han notado algunos cambios de tendencia, es decir, se ha recuperado algo el escape y ha bajado de rendimiento de ventas el catalizador: *"La tendencia en la venta de escapes continua bajando como ha venido haciendo desde hace años. En el 2008 estimamos que el descenso en la venta ha sido entorno al 10%. Este año, a pesar de la crisis, el comportamiento del escape es estable. En cuanto a catalizadores, el mercado se está comportando de forma inesperada notándose una caída en las ventas en el primer trimestre del año"*. Este fabricante también es crítico con las prácticas de algunos miembros de este mercado posventa: *"Debemos denunciar ciertas malas prácticas en el mercado con respecto a empresas que se dedican a reconstruir catalizadores y venderlos como piezas homologadas - a un precio más barato-. Estos productos incumplen las normativas medio ambientales, son competencia desleal contra quienes trabajamos productos legales -desde el fabricante hasta el taller- y suponen un fraude contra el cliente final. Dada la coyuntura económica en la que nos encontramos, este tipo de negocio puede estar creciendo"*. Sin lugar a dudas, todo una aviso a navegantes.

Breve muestra representativa de la oferta

A continuación les describimos qué proponen algunos de los proveedores más importantes de este mercado posventa:

AS

Uno de los más importantes en materia de catalizadores es el fabricante navarro de Beriain **As**. Bajo marca **As-CarSound** ofrece 1.121 referencias, recopiladas en su flamante catálogo 2009, que se traducen en 3.200 aplicaciones

para turismo y vehículo industrial lo que equivale a una cobertura del parque del 90%. 120 de estas referencias son de reciente aparición y la mayoría de ellas están homologadas bajo normativa de emisiones Euro III, es decir, de aplicación en modelos fabricados a partir del año 2000. Esta ampliación de gama ha supuesto un aumento de la oferta del 10%.

BOSAL ESPAÑA

Es otro de los pesos pesados de este mercado posventa. La firma de origen belga con cuartel general español en Leganés (Madrid) estrenó con la llegada de 2009 nuevo catálogo que recopila 5.000 referencias en escapes y 900, en catalizadores. Con las primeras, alcanza el 97% de cobertura gracias a las 13.000 aplicaciones disponibles para turismo, vehículo industrial ligero y agrícola y con la oferta de catalizadores, la cobertura es del 95% gracias a que las aplicaciones ascienden a más de 7.000. Su última novedad, de hecho, es el nuevo catálogo ya que incluye las nuevas referencias que ha ido lanzando. En este sentido, la actualización es constante ya que **Bosal** lanza una media de cincuenta nuevas referencias al mes. Adentrándonos en su oferta, sus productos

Catalizador As. La oferta de este fabricante navarro supera el millar de referencias en convertidores catalíticos.



ESCAPES Y CATALIZADORES

más destacados son los escapes de acero aluminizado con sistemas de reducción de peso y los equipados con sistema de evacuación de condensados para evitar la oxidación prematura. En materia de catalizadores, marcan la pauta los de monolito metálico, que reducen el consumo del vehículo y evitan el desprendimiento del monolito.

Los catalizadores metálicos Bosal reducen el consumo de combustible.

ellas, satisface las demandas del 95% del parque de turismos y vehículo industrial ligero. Con las 800 referencias disponibles en catalizadores, la cobertura del parque alcanza el 92% gracias a las 7.000 aplicaciones para turismos y vehículo industrial ligero. Las unidades estrella de esta gama son los escapes en acero aluminizado con sistemas de reducción de peso y los catalizadores para vehículos Euro IV.

KLARIUS

Los escapes **Tesh** y los catalizadores **Metal'Cat** y **EuroCat** son marcas de **Klarius**, multinacional británica que en España está afincada en la localidad madrileña de Coslada. Su oferta cubre prácticamente todas las necesidades del mercado de reposición. Los escapes Tesh superan las 5.500 referencias que le permite cubrir las demandas del 97% del parque. En materia de catalizadores ambas marcas son un referente del mercado, sobre todo, Metal'Cat gracias a sus más de 500 referencias propuestas (unas 150 con EuroCat). Además de la elevada cobertura del parque, estos catalizadores destacan por sus prestaciones al estar fabricados con sustratos metálicos (más eficaces que el monolito metálico) y por cumplir los últimos estándares europeos en materia de control de emisiones.



Escape Serca. La gama de la marca propia de Grupo Serca Automoción cubre las necesidades del 95% del parque.

TENNECO AUTOMOTIVE IBERICA

Los escapes **Fonos** y los catalizadores **Walker** son los más vendidos en el mercado de reposición y **Tenneco** es la firma fabricante. La sucursal española, **Tenneco Automotive Ibérica** pone a disposición de la posventa española una gama compuesta por 11.500 referencias que incluye los siguientes componentes: silenciadores tipo concha y semi-activos (SAM), catalizadores de dos y tres vías, filtros antipar-

ESCAPES DURAMÁS

Desde Jérez de la Frontera (Cádiz) llega la oferta de este fabricante que, bajo marca **Duramás**, propone tubos de escape y silenciadores de acero inoxidable o aluminizados. Su oferta supera las 3.000 referencias lo que le permite alcanzar el 95% de cobertura del parque de turismos. También comercializa catalizadores cuya oferta llega al 805 de cobertura.

Además de fabricar escapes, Escapes Duramás tiene implantada una red de talleres de montaje. En la imagen, el taller de Sevilla.



GRUPO SERCA AUTOMOCION

En su clara apuesta por la marca propia, este grupo de distribución ofrece a sus clientes y al mercado sendas gamas de escapes y catalizadores **Serca**. La primera suma 4.800 referencias que generan 12.000 aplicaciones. Con

Catalizadores para **AS** | todos los coches



AS CATALIZADORES, S.L.

www.as-sl.com

tículas diésel (FAP), abrazaderas y piezas de instalación, tubos acodados y de reducción, colectores con forma de media concha ensamblados con tubo, tubos de conexión, sistemas de canalización selectiva SRC (*Elimnox*), catalizadores trampas de óxidos de nitrógeno (*Nox Trap*), kits de instalación, etc. Dentro de esta oferta, destacan los escapes Fonos Aluminox Pro los cuales proporcionan un 25% extra de protección frente a la corrosión al estar fabricados con una doble capa de acero aluminizado disponiendo así de cuatro capas de aluminio que actúan como protectores ante la corrosión frente a las dos que ofrecen las variantes convencionales. Prueba de su resistencia es que disfrutan de treinta meses de garantía.



Escape Aluminox Pro de la marca Fonos. Su doble capa de acero aluminizado aporta un 25% extra de protección frente a la corrosión.

¿Crisis u oportunidad?

Heloísa Monzani
Directora Comercial Aftermarket de Bosal España

La definición de crisis es periodo o situación de dificultades o cambios bruscos. Pero no necesariamente todos los cambios son malos.

Me permito utilizar un texto corto de Albert Einstein sobre la crisis:

"No pretendamos que las cosas cambien, si siempre hacemos lo mismo. La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países, porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia, como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y grandes estrategias. Quien supera la crisis, se supera a sí mismo sin quedar "superado".

Quien atribuye a la crisis sus fracasos y penurias, violenta su propio talento y respeta más a los problemas que a las soluciones. La verdadera crisis, es la crisis de la incompetencia. El inconveniente de las personas y de los países es la pereza de encontrar salidas y soluciones. Sin crisis no hay desafíos, sin desafíos la vida es una rutina, una lenta agonía. Sin crisis no hay méritos. Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno, porque sin crisis todo viento es caricia. Hablar de crisis es promoverla, y callar la crisis es exaltar el conformismo. En vez de esto, trabajemos duro. Acabemos de una vez con la única crisis amenazadora, que es la tragedia de no querer luchar por superarla".

¿Qué es más difícil y angustiante que intentar vender escapes y catalizadores en este momento? Cuando todos (o casi todos) teníamos asumido que los escapes caen y no se cambian (el parque diesel solo aumentaba), que los catalizadores no se venden lo que pensábamos... Si tuviéramos miedo a los problemas y a la crisis, Bosal ya habría cambiado de producto o cerrado sus puertas.

Pero no, trabajamos (duro) todos los días con ilusión, con la seguridad de que por más que baje la tasa de cambios del escape, seguirán siendo necesarios. El panorama actual vuelve a propiciar la venta de coches a gasolina y haciendo menos kilómetros y trayectos cortos, aumentará la necesidad de cambio de escapes. También sabemos que los que tienen stock, son los que venden escapes (ya no se espera, es más fácil ir al recambista de al lado...). Y os aconsejamos a seguir creyendo en este producto, que tanto dinero ha traído al mercado en un pasado no muy lejano. ¿Oportunidad? Es lógico que si no se compran coches nuevos, se mantendrán mejor los coches que tenemos. Y ahí entra la venta de la mayoría de los productos de recambio, incluidos los escapes y catalizadores. Por supuesto, los cambios no son indolores ni inmediatos, llevará un tiempo hasta que los conductores (re)aprendan que es mejor mantener su coche. ¡Esta es nuestra oportunidad!

Hablando, de cambios, de la "creatividad" y de catalizadores, aprovecho la ocasión para informar que hay algunas empresas que se dedican a utilizar su "inventividad" para llamar de reconstrucción o regeneración a lo que es pura manipulación. Cogen las carcacas de catalizadores usados fabricados y homologados por sus fabricantes, las abren, vacían, rellenan con un monolito universal, sueldan, pintan y venden como refabricado, sin su marca u homologación. Y esto es ilegal, lesa al consumidor, lesa al recambista y al fabricante. Me explico: cada catalizador es desarrollado y homologado para un determinado tipo de vehículo, con su monolito interior calculado para el volumen de gases, niveles de presión y funcionamiento del vehículo. Los catalizadores universales no pueden, por ley, ser comercializados en España. Al poner un monolito universal, estas propiedades no se tienen en cuenta, por eso lesa al consumidor, que compra un producto pensando que es el apropiado (y no entro en los otros daños que este tipo de manipulación puede causar). Perjudican a los recambistas porque estos dejan de vender catalizadores y a los fabricantes porque es competencia desleal y se está utilizando nuestra homologación y marca. Un producto refabricado, debe llevar los datos y especificaciones de quien lo "remanufacturó" y se hace responsable por esta acción.

Hay que trabajar duro y ser inventivo, en muchos casos bajar costes y comprar mejor, pero en ningún caso, se debe abrir mano de la calidad, garantía y de la legalidad.

Más que nada, hay que ser positivos, trabajar más y mejor y ver las oportunidades que se nos presentan (o buscarlas) en estos tiempos "diferentes".

directorio web

www.adparts.com
www.as-sl.com
www.bccorona.com
www.bosal.com
www.catalogue.bosal.com
www.cecauto.com
www.centroholding.com
www.delfincard.es
www.dieseltechnic.es
www.dimsport.es
www.direaso.net
www.discapesl.com
www.donsilencioso.com
www.duramas.com
www.eberspaecher.com
www.europart.es
www.eurosil.es
www.findal.com
www.gecorusa.com
www.gerstenmaier.es
www.groupautounion.com
www.grunosur.com
www.grupauto.es
www.impormovil.es
www.irmscher.es
www.klarius.eu
www.kundo.es
www.mp-motorsport.com
www.pluspower.com
www.radsa.es
www.serca.es
www.tenneco.com
www.thundercompetition.com

**¡Para clientes
satisfechos!**

Innovación, servicio al cliente, logística "inteligente", por todo esto, Bosal es:

¡Nº 1 en ganchos de remolque!

Los profesionales eligen productos originales Bosal. Alta calidad, kits de cableado específicos para cada vehículo y un amplio catálogo en web; los elementos de valor añadido de los productos Bosal garantizan unos clientes satisfechos. ¡Sus clientes!. Y esto es lo que cuenta. Para más información consulte el catálogo electrónico: www.catalogue.bosal.com



GANCHOS DE REMOLQUE FIJOS Y DESMONTABLES

PEDIDOS
902 504 902
Fax: 91 685 79 03
91 685 79 07

BOSAL HELPLINE
96 101 10 94

bosal

www.bosal.com

Ecofit
Es una de las soluciones desmontables.
Combina la confiabilidad, la funcionalidad
y el diseño con una excelente
relación de calidad y precio.

VISITAMOS CIRCUIT CENTRO EN PARACUELLOS DEL JARAMA (MADRID)

Punto de encuentro

EDA, Equipamiento y Diagnóstico del Automóvil, es la delegación para el centro de la Península de Grupo Circuit. Más conocida, por tanto, como Circuit Centro, esta empresa suministra maquinaria y equipamiento para taller, imparte formación, dispone de show room, etc. En definitiva, es un punto de encuentro entre los distribuidores de Circuit y sus talleres clientes.



Las instalaciones de Circuit Centro ocupan 400 metros cuadrados. Su área de influencia es Madrid, Castilla y León (excepto León), Guadalajara y Toledo.



En el show room se puede contemplar la amplia gama de equipamiento para taller que distribuye Circuit Centro.

Diego Diezma, un experimentado directivo

El máximo responsable de **Circuit Centro** es **Diego Diezma** cuya experiencia profesional en la posventa del automóvil es larga y brillante. Así, Diezma trabajó durante una decena de años en **Grupo Belloc**, concretamente en las oficinas que posee para prestar servicio en la zona centro. De Grupo Belloc pasó a otra importante distribuidora, **Reynasa**. En esta firma socio de **Grupo Serca Automoción** ejerció de director comercial, cargo que dejó para incorporarse a EDA, más conocida como Circuit Centro.



Grupo Circuit ha ido aumentando su infraestructura hasta convertirse en conjunto de empresas que proporcionan al colectivo de talleres una amplia gama de equipos de diagnóstico y maquinaria para taller como equipos de alineación, equilibradoras, elevadores, desmontadoras, estaciones de carga y mantenimiento del sistema de aire acondicionado, equipos de soldadura, cargadores de batería, etc. Recientemente nos desplazamos hasta la localidad madrileña de Paracuellos del Jarama para conocer la actividad de **Circuit Centro** cuya razón social es **EDA, Equipamiento y Diagnóstico del Automóvil**.

Mucho más que distribución

Circuit Centro opera desde julio de 2008 a través de unas instalaciones de más de 400 metros cuadrados en la que una plantilla de tres empleados y dos comerciales de calle dan servicio a unos sesenta clientes de su zona de influencia que abarca la Comunidad Autónoma de Madrid, toda Castilla y León (excepto León) y las provincias manchegas de Guadalajara y Toledo. Tuvimos ocasión de conversar con el gerente de Circuit Centro, **Diego Diezma**, quien profundizó sobre las actividades que realiza esta empresa. Aparte de la distribución de los productos de Grupo Circuit, la formación ocupa un papel primordial, lo que es un servicio añadido muy valorado por sus clientes. Diezma confirma que EDA realiza formación habitualmente, una formación de carácter práctico que se suele impartir en la nave. De momento, la formación teórica se realiza en las oficinas ubicadas en la zona de arriba y las prácticas, abajo pero el objetivo es crear un espacio específico para la formación. El proyecto ya

está definido, solo queda ponerlo en marcha, concretamente consiste en habilitar en la zona inferior una sala específica para impartir la teoría para que toda la formación esté centralizada en una sola planta. Diezma apunta que la actividad formativa se enmarca dentro de la filosofía de la empresa de ofrecer el mejor servicio a sus distribuidores y, por ende, a sus talleres. Para que así, sea no solo imparte formación sino que les presta apoyo comercial así como un trato atento y personalizado. En definitiva, tal como subraya Diezma, el objetivo es que los distribuidores utilicen el cuartel general de EDA, o Circuit Centro, como punto de encuentro entre los distribuidores y los talleres. Para ello: *"Intentamos crear un vínculo entre el distribuidor y EDA. Aparte de formarles queremos que dispongan de nuestras instalaciones para hacer demostraciones, impartir formación, ofrecemos información sobre la maquinaria disponible, los talleres pueden venir a verla, manejarla, etc."* explica Diezma. Sobre lo último comentado, Circuit Centro también cuenta con un espacio habilitado para *show room*. En él se puede contemplar la amplia gama de equipamiento para taller que propone a su área de influencia. Cuando visitamos las instalaciones este *show room* estaba a medio gas pero motivado por una muy buena noticia, la participación de Grupo Circuit en Motortec fue todo un éxito al vender mucha maquinaria y darla a conocer a muchos profesionales de la reparación. Diezma se mostraba eufórico por este éxito e incluso nos comentó que se ha producido un punto de inflexión entre la edición de 2007 y la última celebrada el pasado mes de marzo de 2009. ●



Posan con una máquina Launch, Diego Diezma (izquierda), gerente de Circuit Centro, y Carlos López, director comercial de Launch Ibérica.



Sólo tenemos un pecado: Original.

Si se habla de original, ATE es protagonista. Todos los sistemas de freno ATE se desarrollan y fabrican según las más avanzadas tecnologías, con el fin de obtener niveles de calidad elevadísimos, reconocidos por los principales fabricantes de automóviles que eligen ATE para suministrar a sus series. Una calidad, la de los primeros equipos, que caracteriza todos los productos fabricados por ATE.

Sé original. Sistemas de freno ATE.

Continental Teves Aftermarket España
C/ Sepúlveda, 11
28108 Alcobendas (Madrid)

Teléfono: +34 91 126 6934
Fax: +34 91 657 2149

www.ate.de
e-mail: info.spain@contiautomotive.com





www.concedecoche.com

Con Micro



**Sergio Solero,
de BMW**



Contacto
Ducati Monster 1100S
El 'monstruo' más divertido

► **Contacto /73**

► **Contacto /72**

► **Noticias /70**



SEAT Exeo TDI 170



Gilera Nexus 300ie



Reuniones regionales Kia

A TRAVÉS DE ELLA, BMW IBÉRICA CONFIRMA SU APUESTA POR LA POSVENTA

En el Salón Internacional del Automóvil de Barcelona intercambiamos unas palabras con Sergio Solero, Director de Posventa de BMW Ibérica. Solero nos confirmó que la posventa, y más en los tiempos actuales, es una actividad más importante y que la marca alemana va a potenciarla con nuevas iniciativas, todas ellas orientadas a lo más importante, la satisfacción del cliente.

Sergio Solero, Director de Posventa de BMW Ibérica, (derecha), conversó con Ernest Viñals (izquierda), coordinador de edición de Mundo Recambio y Taller, en el Salón Internacional del Automóvil de Barcelona.



La estrategia Number One

El servicio posventa es cada vez más importante para las firmas automovilísticas. Hemos llegado a esta conclusión tras varias entrevistas con los máximos responsables de esta actividad de varias marcas que así nos lo han confirmado. También lo ha hecho recientemente **Sergio Solero**, Director de Posventa de **BMW Ibérica** con quien conversamos durante la pasada edición del Salón Internacional del Automóvil de Barcelona celebrada el pasado mes de mayo.

“La fidelidad del cliente es fundamental”

Solero nos explicó el porqué es cada vez más importante el servicio aftermarket: “La posventa, en el contexto actual del mercado, tiene una importancia estratégica mayor que años antes. El entorno está cambiando, el cliente está cambiando –es cada vez más exigente-, por tanto, la satisfacción del cliente cobra la máxima importancia porque la fidelidad del cliente al taller de la marca asegura el negocio futuro de nuestra red”.

Para impulsar la fidelidad del cliente, BMW Ibérica está implantando algunas novedades en su actividad de posventa, tal como apuntó Solero: “Hace algunos meses presentamos un pack de mantenimiento que destaca por la flexibilidad que ofrece al cliente ya que éste realiza ahora las operaciones de mantenimiento en función del kilometraje que recorre o de los años que tiene previsto tener su BMW. Este producto, además, es muy fácil de vender por parte de los concesionarios ya que lo pueden proponer en la misma fase de venta del vehículo, es decir, el cliente elige su pack de mantenimiento del mismo

modo que elige el color del vehículo”.

El Director de Posventa de BMW Ibérica también subrayó que desde la red se quiere dotar a los profesionales de los concesionarios de un perfil más comercial y no tan exclusivamente técnico: “Hasta ahora el personal de la posventa ha tenido un perfil eminentemente técnico. En BMW queremos que también tengan un perfil comercial, que sean técnicos-comerciales, este perfil más comercial debe servir para ofrecer el mejor trato a los clientes los cuales, como he apuntado, cada vez demandan más información y llegan al concesionario con más información sobre el vehículo que les interesa. Sobre la atención al cliente también tenemos en mente desarrollar nuevas estrategias en nuestra red para que sea aún mejor”.

Toda esta estrategia de impulso de la actividad posventa se puso en marcha hace un año y medio aproximadamente. Solero nos desveló su nombre y sus objetivos: “Es la estrategia Number One y consiste en situar al cliente en el centro de todo, que todo gire en torno a él. En la fase de ventas, solo se ve al cliente una vez, cuando compra el coche. Lo que importa es que vuelva, que tenga muchos más contactos con la red oficial BMW. La red de concesionarios BMW da el mejor servicio a sus clientes después de la venta y, dentro de nuestra estrategia, la actividad después de la venta es cada vez más importante y prioritaria”.

Reparación rápida & hospitalidad BMW

Sobre si BMW Ibérica tiene puesto en marcha algún programa de reparación rápida, Solero nos confirmó que sí, de hecho están implementando

uno que ya lo desarrollan una veintena de concesionarios. Explicó sus características: “Se denomina Fast Lane BMW y Mini y es un concepto distinto al Quick Service tradicional. Desde BMW Ibérica, aprovechamos nuestro programa de reparación rápida para ofrecer la mejor atención al cliente, es decir, queremos que la hora y hora y media que nuestro cliente está en el concesionario BMW esté lo más a gusto posible, para ello, comerciales de la marca le pueden informar si está interesado en algún modelo, puede tomarse un café y, si lo desea, puede trabajar allí mismo. Queremos que, mientras su coche está sometido al programa de reparación rápida, el cliente tenga tiempo para sí mismo”.

Huelga decir que, tras escuchar las manifestaciones de Sergio Solero, la actividad de posventa de BMW Ibérica, está recibiendo un fuerte impulso. 

www.bmw.es

DEPARTAMENTO POSVENTA DE BMW IBÉRICA: DATOS Y CIFRAS CLAVE

Razón social: BMW Ibérica, S.A.
Avenida de Burgos, 118. 28050 Madrid
Teléfono: 913 350 505/597
Página web: www.bmw.es, www.mini.es
Responsable del Departamento de Posventa: Sergio Solero
Número de concesionarios y filiales: 84
Número de talleres autorizados: 3
Marcas de recambios: BMW y Mini
Número total de referencias: 71.533

PREMIO QUE FORD MOTOR COMPANY ENTREGA A SUS MEJORES CONCESIONARIOS

Nicolás y Donnay Motor, Chairman's Awards

Ford Motor Company ha premiado a los concesionarios oficiales Ford **Nicolás, S.A.** (Vilafraña del Penedès, Barcelona) y **Donnay Motor** (Barcelona) con el **Chairman's Award 2008**. Este galardón, de ámbito europeo, es el más importante que pueden recibir los miembros de la red de la marca del óvalo y reconoce el trabajo y el compromiso de los concesionarios Ford por ofrecer un servicio de calidad que proporcione mayor satisfacción y fidelización del cliente.

José Manuel Machado, Presidente de **Ford España**, se encargó de entregar los Chairman's Award y sobre el premio explicó: "El equipo que formamos marca y concesionarios hemos entendido que la capacidad de mejora en el día a día y el buen servicio que se ofrece al cliente, se traduce en una inversión de futuro".

Nicolás, ya obtuvo este galardón en 2006. Este concesionario de Vilafraña del Penedès, pertenece a **Grupo Nicolás**, empresa que posee las concesiones **Tarraco Center**, **Garatge Central**, **Auto Venda Vilanova** y otros cinco puntos de venta. En

2008, Grupo Nicolás ha vendido 2.120 unidades. Jaime Nicolás, gerente de Nicolás, comentó que significa el premio: "Un reconocimiento al excelente trato que desde Nicolás hemos dispensado a nuestros clientes en estos primeros 30 años de existencia. Nuestra meta es conseguir la satisfacción del cliente al cien por cien y sólo con voluntad de mejora podemos lograrlo. Crecer en estos tiempos de crisis con el apoyo y el voto de confianza que ellos nos otorgan es la mejor noticia que podíamos esperar".

La barcelonesa Donnay Motor también repite premio pues ha sido premiada tres veces con el premio Chairman's Award. No obstante, es la primera vez que lo recibe la nueva dirección, encabezada por su gerente, José Luis Huguet. Huguet valora "el prestigio" que supone recibir este premio y considera que Donnay Motor lo ha conseguido por "disponer de un excelente equipo y mucha motivación". Donnay Motor en la actualidad forma parte del **Grupo Montalt**, que también posee la concesión **Automoció 2000** desde finales de 2008. 

www.ford.es



EN ELAS HA EXPLICADO SU ESTRATEGIA PARA LA RED DE CONCESIONARIOS Y TALLERES OFICIALES

Kia celebra reuniones regionales de posventa

Recientemente ha culminado la ronda de **reuniones regionales de posventa** con las que **Kia Motors Iberia** ha explicado su estrategia de posventa 2009 a su red de concesionarios y talleres oficiales.

Estas reuniones se han celebrado por segundo año consecutivo y Kia Motors Iberia les da mucha importancia porque le permite estar en contacto con los 150 Servicios Técnicos oficiales de la marca coreana a los que les ofrece información detallada sobre las distintas áreas que conforman la actividad posventa. Prueba de la importancia que tienen estas reuniones es que han participado en ellas directivos como Alberto de Aza, Director de Posventa; Ramón Toba, Gerente de Servicio; Claudio Tamargo, Gerente de Marketing de Posventa; Jaime

Domínguez, Responsable de Garantías; Juan Manuel García, Responsable de Formación y Asistencia Técnica o Ángel Pérez, Gerente de Ventas y Operaciones de **Mobis Parts Europe**, empresa que, desde marzo, gestiona los recambios de la marca y que en las reuniones explicó la nueva gestión al respecto a los asistentes.

Desde el otro lado también valoran positivamente estas reuniones. Los concesionarios y talleres oficiales las aprovechan para intercambiar opiniones o dudas entre ellos o transmitir las a la marca.

Madrid, León, Barcelona o Córdoba han sido algunos de los escenarios donde se han celebrado estas reuniones regionales de posventa Kia. 

www.kia.es

LO RECIBIERON CASACUBERTA AUTOMÒBILS, NEUMÀTICOS NAVALIEGOS Y JAPOAUTO

Toyota España entregó los premios Ichiban

El pasado 8 de mayo, en el marco del Salón Internacional del Automóvil de Barcelona, **Toyota España** entregó los **Premios Ichiban** correspondientes a 2008. Los concesionarios agradecidos fueron **Casacuberta Automòbils**, de Barcelona; **Neumàtics Navaliegos**, de León y **Japoauto**, de La Rioja.

A través del Premio Ichiban, el Toyota España reconoce a los mejores concesionarios de la marca nipona que operan en nuestro país en lo que respecta a satisfacción del cliente, para el constructor japonés, pilar clave de su estrategia de crecimiento.

Así, los tres concesionarios premiados han sido seleccionados por su trabajo y mejora en varios aspectos clave de las ventas y el servicio posventa. Toyota España ha evaluado no solo la atención general al cliente sino detalles como la bienvenida en el concesionario, el proceso de entrega del vehículo o la gestión de las citas en el taller.

La palabra Ichiban proviene del eslogan de satisfacción del cliente de Toyota, "Okyakusama Ichiban", que significa "el cliente es lo primero" en japonés. Por tanto, "Ichiban" significa "primero" o "número uno". 

www.toyota.es



NERVIOSA, ENÉRGICA, DEPORTIVA, ROJA, ITALIANA: ASÍ ES LA DUCATI MONSTER 1100S



El monstruo de las curvas

Era 1993 cuando salían a la calle las primeras Monster, firmadas por el atrevido lápiz de Miguel Ángel Galluzzi, el diseñador argentino responsable de su inconfundible y legendario diseño. Desde aquel entonces, el modelo no había cambiado sustancialmente hasta que en abril de 2008 se lanzaba la segunda generación completamente nueva de la Monster, la 696. Desde septiembre está en la calle la versión más potente, la que hoy probamos.

La primera generación de la **Monster de Ducati** estuvo en catálogo más de 15 años prácticamente sin cambios profundos. Tal fue el impacto de su diseño que no necesitó cirugía para ser año tras año la moto de Borgo Panigale más popular y vendida. Pero nada es eterno, así que desde hace poco tenemos una nueva Monster y la versión que aquí probamos está sin duda alguna en el lado opuesto de la 696. Mientras la Monster básica es más urbana, de menor altura, más compacta, menos brusca en la respuesta del motor, la 1100S es la compañera ideal de quien busque el paso por curva más efectivo, la frenada más salvaje y las mejores prestaciones. Entre la 696 y la 1100S las diferencias se perciben a simple vista. La más notable es el basculante trasero, que en las 1100 es monobrazo, dejando la preciosa llanta Marchesini totalmente a la vista por el lado derecho de la moto. La 1100S lleva suspensiones más deportivas totalmente regulables firmadas por Öhlins y piezas en fibra de carbono que le permiten perder 1 kg de peso respecto a la

versión 1100 estándar. El ahorro de peso no es tan significativo como el aumento del rendimiento de la moto, que se convierte en su versión S en una auténtica máquina de adelantar, gracias al mayor rendimiento de la parte ciclo. Su motor, que no tiene una cifra de potencia demasiado alta (95 CV), es el tradicional bicilíndrico en L de Ducati refrigerado por aire y aceite con distribución desmodrómica. Es una gozada en aceleración y disponibilidad de la potencia y responde como un disparo a cualquier insinuación del puño derecho, de manera que será fácil levantar la rueda a la salida de una curva o al encenderse el verde del semáforo. El precio de la Ducati Monster 1100S está por encima de los 14.000 €, mientras el de la 1100 se queda en casi 12.000 y el de la 696 está ligeramente por encima de los 8.000 €. Sólo quien sepa apreciar las mejoras técnicas de la versión S pagará gusto los más de 2.000 € de sobreprecio por *adelgazar un solo kilo*.... **C**
www.ducati.it
www.monster.ducati.com



Instrumentación minimalista inspirada en MotoGP. Se echa de menos el nivel de carburante.



Trío de ases para el eje delantero. Llanta Marchesini, frenos Brembo y suspensión Öhlins. ¿Algo más?



La óptica delantera utiliza dos parábolas multiconvex. En el centro, la luz de posición imprime carácter visual a la Monster.



La ubicación del cierre del asiento no podría ser peor. Es casi imposible no quemarse con el escape al meter la llave.

Ducati Monster 1100S	14.087 €
Motor	1.078 cm ³ , 2 cil. en L a 90°, inyección electrónica, refrigeración por aire y aceite, catalizador (Euro 3)
Potencia	95 CV
Cambio • Transmisión	6 velocidades • por cadena
Suspensión del. • tras.	Horquilla invertida Öhlins 43 mm Ø • Monoamortiguador Öhlins regulable con bieletas
Frenos del. • tras.	Dos discos, 320 mm Ø, pinzas radiales • Disco simple, 245 mm Ø
Depósito • Peso	15 l. • 168 kg



Puntos fuertes

Deportividad sin paliativos
 Motor enérgico y lleno de vida
 Estética única e inconfundible



Puntos menos fuertes

Practicidad para el uso diario cercana a 0
 Ubicación llave asiento junto al escape



CITROËN BERLINGO COMBI SX MULTISPACE 1.6 HDI 110 CV FAP

Más moderna, menos industrial, misma versatilidad

► **Citroën** renovó en 2008 su vehículo industrial ligero **Berlingo** y la variante Combi que hemos probado de "industrial" le queda poco, quizás solo las formas cuadradas traseras. Por lo demás, es prácticamente un turismo monovolumen al que, encima, supera en algunos aspectos como, por ejemplo, la anchura trasera o la capacidad de maletero. Eso sí, seamos justos, el confort de la Berlingo es inferior a cualquiera de los monovolúmenes compactos existentes en el mercado.

Lo primero que llama la atención es la estética, muy moderna y 100% Citroën, de hecho el frontal es muy parecido al C4 Picasso. Detrás, como ya hemos apuntado, cede en este aspecto pero, claro, por mucho que se "turismice" no deja de ser un vehículo comercial ligero. Este aumento de diseño, como suele ser habitual en muchos casos, se tra-

duce en una merma de espacio. A la cinta métrica nos remitimos, el nuevo Berlingo es notablemente más grande que su predecesor, 4.380 mm frente a 4.137, y en cambio el maletero es más pequeño, 505 litros frente a 624. Lo lógico sería pensar que se ha producido un movimiento de traslación hacia la habitabilidad trasera, en el nuevo Berlingo, ésta es muy buena pero no mucho mejor que en la anterior generación. Sí que mejoran claramente la calidad de acabados y el confort aunque en este último apartado se queda por detrás, aún, de un turismo convencional. La seguridad también ha aumentado con la inclusión de serie del ABS y del ESP como equipamiento opcional.

Otro de sus puntos fuertes es la versatilidad, estamos ante un vehículo robusto en el que quizás al comprador no tendrá tantos reparos en utilizarlo como coche para todo, el maletero

es grandioso y con un amplio portón, las plazas traseras son amplias en anchura y espacio para las piernas por lo que no echaremos de menos que se desplace la banqueta, abundan los huecos para dejar objetos y, según el nivel de equipamiento, ofrece mesas de escritorio. Siguiendo en materia de equipamiento, éste es más que suficiente tratándose de la naturaleza de este vehículo, la versión probada, la SX Multispace, cuenta de serie con airbags frontales, mandos en el volante, faros antiniebla, control de velocidad, aire acondicionado, radioCD con MP3, etc. En cuanto al precio, se ha incrementado respecto al anterior Berlingo pero sigue siendo competitivo, la versión probada, la Combi SX Multispace con motor HDi FAB de 110 CV cuesta unos 19.000 euros. **C**

www.citroen.es

GILERA NEXUS 300IE, LA INTERPRETACIÓN LATINA DEL ESCÚTER DEPORTIVO

Rapidez Interurbana

► La nueva **Gilera Nexus** con motor de 300 cm³ reporta grandes sensaciones a su piloto. Su precursora en diseño es la Runner, que en versión ciclomotor ha gozado y goza aún de mucha aceptación entre el público más joven que busca deportividad. De hecho, es un vehículo más cercano a una pequeña moto que a un maxiescúter, especialmente por su configuración del chasis, con un puente central muy marcado que, al margen de la incomodidad que representa, ofrece una resistencia superior al chasis y un comportamiento en curva espléndido.

La Nexus 300 se mueve con extraordinaria soltura. Su motor empuja fuerte y sube rápido de vueltas, así que pronto nos encontraremos moviéndonos entre el tráfico

urbano e interurbano con celeridad. Lástima que una rueda trasera demasiado pequeña (es de 14") para la potencia y peso de la moto nos pueda amargar el trayecto cuando hay curvas o viento lateral. El cofre bajo el asiento incorpora luz y toma de corriente y cuenta con mucho espacio, aunque difícilmente cerrará con la mayoría de cascos integrales por su falta de altura. Su precio de 4.500 € resulta más que interesante para la calidad, equipamiento y tamaño que ofrece. La Gilera Nexus está disponible también en 125 y 500 cm³. **C**

www.es.gilera.com



LA MARCA ESPAÑOLA SE ESTRENA EN EL SEGMENTO 'PREMIUM' CON EL SEAT EXEO



A cuatro bandas

Calidad, equipamiento, deportividad, precio. El nuevo Exeo representa toda una revolución para SEAT que entra de pleno en el segmento 'premium' del mercado de las berlinas ejecutivas dispuesto a encarnar la solución más competitiva de entre los constructores europeos. La marca de Martorell se apoya nada menos que en la plataforma de la anterior generación del Audi A4 para llevar a buen puerto la tarea.

El referente más inmediato del nuevo **SEAT Exeo** dentro de la marca se remonta a la anterior generación del Toledo, aquella cuya carrocería era de tres volúmenes y cuyo éxito fue sonado en nuestro país por ser una alternativa seria a las berlinas ejecutivas europeas con gran calidad pero a un precio muy atractivo. La nueva berlina de SEAT, de la cual se ha presentado ya en el Salón de Barcelona la carrocería familiar ST, vuelve a los tres cuerpos pero renuncia al nombre de la capital castellana para abrir una nueva etapa en la nomenclatura de los modelos españoles, tendencia que seguirá el futuro SUV de SEAT basado en la plataforma del Audi Q3, el Tribu.

El Exeo destaca por la calidad general del vehículo, tanto en cuestión de acabados y equipamiento como en comodidad, comportamiento, diseño y prestaciones. No en vano, la plataforma del antiguo Audi A4 (B7) es un altísimo punto de partida. La unidad que probamos monta por primera vez en SEAT el motor diésel Common Rail 2.0 de Volkswagen con 170 CV y montado en posición longitudinal, lo cual también indica marca un hito tecnología y prestaciones.

El nuevo Exeo es extremadamente cómodo en las plazas delanteras, pero hereda la misma falta de espacio que ya demostró el A4 en las traseras. En el tablero de instrumentos, heredado del A4 Cabrio, todo está a mano y ordenado, aunque su diseño queda gris comparado con otros modelos de la marca, más atrevidos y modernos. La capacidad del maletero es buena (460 litros) sin ser



excelente, además de presentar la limitada boca de entrada típica de los modelos cuatro puertas.

Podemos adquirir un Exeo desde 19.990 € (1.6 gasolina 102 CV) y hasta la llegada de versiones más potentes (que a buen seguro las habrá), el TDI de 170 CV en acabado Style con filtro de partículas DPF que probamos nosotros es el techo de gama. Su precio de 26.450 € pone en verdaderos apuros a la competencia más directa, formada por berlinas francesas y alemanas, especialmente. 📍

www.seat.es



Puntos fuertes

Relación precio-calidad-equipamiento
Plataforma bien conocida a toda prueba
Motor prestacional y de bajo consumo



Puntos menos fuertes

Plazas traseras manifiestamente incómodas
Navegador sin pantalla táctil

SEAT Exeo 2.0 TDI 170 CV DPF Style

26.450 €

Motor	1.968 cm ³ , 4 cil. línea, turbodiésel Common Rail, filtro DPF
Potencia • Par	170 CV a 4.200 rpm • 350 Nm a 1.750÷2.500 rpm
Transmisión • Tracción	Manual, 6 relaciones • delantera
Velocidad máxima • 0 a 100 km/h	229 km/h • 8,4 s.
Consumo medio • Emisiones CO ₂	5,8 l/100 km • 153 g/km



El nuevo Exeo hereda el tablero del A4 Cabrio. Resulta ordenado y claro, pero más 'soso' que el de sus hermanos de familia.



La nueva berlina de SEAT estrena el motor 2.0 TDI con Common Rail y DPF con hasta 170 CV. Va montado en longitudinal.



Opcionalmente, la guantera puede convertirse en una nevera para mantener frescas las bebidas. Cuenta con conexión iPod.



Maletero generoso de 460 litros, aunque como es normal en los tres volúmenes cuenta con una puerta de acceso estrecha.

BERU Ultra X Titan.

La innovación de las bujías de encendido con la fuerza de titanio.

Para más potencia de chispa, incluso bajo una presión más alta en la cámara de combustión y por ello una combustión más eficaz.

Cuanto más alta sea la presión de la cámara de combustión, mayor tiene que ser la potencia de la chispa.

Aquí la innovación de las bujías de encendido BERU Ultra X Titan fija nuevas bases: con una aleación de níquel-titanio altamente resistente a la combustión y unos electrodos de masa contruidos inteligentemente para una mayor seguridad de encendido y para una combustión altamente eficaz. Como consecuencia se consigue un ahorro de combustible y valores menores de emisión.

**15 tipos de bujías de encendido.
90% de cobertura de mercado.
100% adecuado para talleres.**

El programa exitoso Ultra X se llama ahora Ultra x Titan y contiene en total 15 tipos: 6 de las bujías de encendido Ultra X acreditadas completadas por las 9 nuevas bujías de encendido que juntas constituyen la línea Ultra X Titan y ofrecen una cobertura de mercado de aproximadamente 90%

La innovadora construcción poly-V: 5 puntas de encendido se activan con chispas alternativas y garantizan una gran seguridad de encendido y, como consecuencia, una combustión con ahorro de combustible en un rendimiento de encendido constante de larga duración.



Los productos BERU están distribuidos en España por Grovisa

grovisa
www.grovisa.com S.a.

BERU

Perfección integrada

www.beru.com

BARCELONA

Botánica 141 - 143
Pol. Ind. Gran Via Sur
08908 - L'Hospitalet de Llobregat
Tel.: 93 264 20 20 / 902 425 450
Fax: 93 264 15 16
E-mail: ventasbcn@grovisa.com

MADRID

Juan de Villanueva, 8
Pol. Ind. Coslada
28820 - Coslada
Tel.: 91 669 45 75 / 902 425 450
Fax: 91 669 74 43
E-mail: ventasmad@grovisa.com

BILBAO

Asua-Erandio, Sector Q, Nave 10 C
Pol. Ind. Atxa - Erandio
48950 - Asua-Erandio
Tel.: 94 453 90 78
Fax: 94 453 90 77
E-mail: bilbao@grovisa.com



berton

SOLUCIONES 7 DE DIAGNOSIS



TDU_for_PC



TDU_PAD



TDU_PAD_wire



TDU_GEN



TDU_PDA



TDU_PHONE

GRATIS*

Nueva dirección y teléfonos

Polígono Can Negoci - Amics d'Argentona, 28 - 08310 ARGENTONA - BARCELONA - ESPAÑA
 Tel. 902 906 999 - Fax 93 380 66 20 - web: www.berton.es - e-mail: berton@berton.es