



Si no te gusta este menú... Declara los neumáticos que compras fuera

**La Ley obliga a reciclar todos los neumáticos.
SIGNUS te ayuda a gestionar su reciclaje.**

Al poner estos neumáticos en el mercado de reposición español te conviertes en **productor de neumáticos** y la ley te impone la obligación de gestionarlos a la finalización de su vida útil.

Adhiriéndote a SIGNUS, como productor de neumáticos:

- ✓ Cumplirás con la ley.
- ✓ Contribuirás a mejorar el medio ambiente.
- ✓ Te beneficiarás a ti mismo y al sector.

Infórmate
91 767 04 34
info@signus.es

SIGNUS

SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN DE NEUMÁTICOS USADOS



Fundada en 1980 por
Jordi A. Viñals Viñals

ISSN 1139-8647

Depósito Legal B-22343-1980

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
mryt@ceiarsis.com · www.ceiarsis.com

DIRECTORA GENERAL
Pilar Grau
GERENTE
Glòria Viñals
DIRECTOR ADJUNTO
Ernest Viñals

editorial 322

noviembre 2009

Sentido común

Encontrarán en esta páginas mucha información: sobre París (que valdrá una misa, pero con un **EquipAuto** no tan valioso como antes), actores que explican sus productos, algún que otro divertimento (que nos volvimos a ir de rally con **Magneti Marelli**, ya lo verán), entre otras cosas.

Pero queríamos centrarnos en lo que encontrarán de **Serca**, de su **XX Congreso**. Especialmente, en lo que se desprendía de lo dicho por su ponente "estrella", **Leopoldo Abadía**, un señor que, desde la humildad pero con la convicción y seguridad de una vida de trabajo, nos hablaba de crisis, de ninjas, de **churros y palancas**, de esfuerzo, y de honestidad. Apelando a lo bueno de las personas.. *Al think global, act local*. Al "a ver qué haces tu, y tu, y tu, y tu..." que somos todos.

Sentido común en estado puro, escribimos en el texto del resumen. Y lo mantenemos.

Qué alivio encontrar quien cree que los valores, los de siempre (los que -y perdonen el atrevimiento- hemos defendido tantas veces). Porque en un mundo lleno de *tiburones* de las finanzas, *fatuos líderes de opinión* más que del *buengobierno*, profesionales de los pocos escrúpulos que miran sólo el beneficio propio, y demás fauna, con más peligro que un saco de bombas, resulta reconfortante.

Ojalá, al final, el **sentido común** vuelva a campar por donde solía, que es lo que reclamaba Abadía. Bueno, quizá no por donde solía, que está este país hecho un berzal, pero al menos que campe de nuevo. Y que campe pronto.

Que se haga lo que se debe, porque es lo que se debe hacer (que les parecerá una verdad de Perogrullo, pero que es el núcleo -explicado a lo Abadía- de una cosa que explicó Kant, el filósofo, cuando desarrolló su moral: el *Imperativo Categórico*; "obra sólo como si la máxima de tu acción fuera a tornarse por tu voluntad en ley universal").

Quizá si hacemos lo que debemos, lo que el sentido común dicta, y lo hacemos muchos y a la vez, entonces veamos, pero de verdad, esos esperados *brotes verdes*.

Porque ya está bien de brotes psicóticos.



NURIA

En la posventa española de la automoción, casi ni hace falta su apellido. Y como el Editorial es uno de los emplazamientos de honor de un medio escrito, les traemos aquí estas palabras.

Nuria Álvarez, editora de los medios de posventa y logística en R.B.I., la periodista más veterana en el ejercicio de la profesión en la prensa especializada del sector, una de la más respetadas, una de las más queridas, y poseedora (junto con nuestra Pilar Grau) de la distinción **ANCERA de Oro**, nos anunciaba su "notición" el 27 de octubre, pocas horas antes de comunicarlo oficialmente al sector: dejaba su puesto en la editorial.

Es difícil resumir y ponderar en unas líneas su solvente trayectoria, su elegante talante profesional y personal, el *saber estar* que imprimió a los medios bajo su responsabilidad y que consiguió transmitir a su equipo y, a la vez, la vibrante pero serena competencia que su eficaz trabajo ha supuesto para nosotros y, nos consta, para el resto de colegas de profesión. Y por supuesto, para la posventa.

Y más que eso, es difícil explicar el cariño que todos y cada uno de los miembros de esta casa (los ausentes y los presentes) le tenemos. Y le tendremos.

No dudamos que, haga lo que haga, lo hará muy bien. Porque está en su naturaleza. Y le irá de perlas. Así que ese no es el deseo que expresamos.

Si acaso, que sea feliz descubriendo y superando nuevos retos, que alcance cimas desconocidas, y que disfrute. Sobre todo que disfrute: de su familia, de la vida y del trabajo.

Porque se lo merece.



Actualidad

06 NOTICIAS

Informaciones de la posventa.

09 DISTRIBUCIÓN

Actualidad CIRA

¿Como impulsar la competitividad de las empresas de recambios?

10 DISTRIBUIDORES

Un cara a cara de éxito

III Convención Asociados, Talleres y Proveedores Cecauro, en Madrid.

13 TALLERES

Seguros, fiables y aún verdes

Ier Congreso de Talleres DP, la red de DiPart.

16 TALLERES

"Promesas cumplidas"

Cuarta Convención Top Truck en El Espinar, Segovia.

18 DISTRIBUIDORES

Congreso R.I. (Reunión Inteligente)

Serca celebra en Córdoba su vigésimo congreso.

22 ENTREVISTA

Best Practices

Charlamos con Eduardo Velázquez y Ricardo Buchó, director comercial y de marketing de Audatex España.

24 DISTRIBUIDORES

Horizonte 2010

Viajamos a Cádiz para charlar con Rafael Gargallo, gerente de A.R.E. y Nicolás Alfaro, coordinador nacional de Proximeca.

42 EVENTOS

¿El tamaño importa?

Resumen de EquipAuto en París.

Temas del mes

51 MERCADO

Compás de espera

Mercado posventa de embragues.

10



13



18



16



22



24



27



62



EL DESINGRANITE

Día VIP en el WRC

Con Magneti Marelli, un día de lujo en el rally Catalunya Costa Daurada.

56

**Técnicamente fuertes,
gama amplia**



**Iguale y mejore el rendimiento del equipo original,
instale correas Micro-V® XF y tensores DriveAlign® Gates**

Todos y cada uno de los sistemas de transmisión por correa de accesorios necesitan productos de máxima calidad. Las **correas Micro-V® XF** y los **tensores DriveAlign® Gates** están diseñados para igualar o mejorar los requisitos de los equipos originales. Para una completa cobertura del parque automovilístico y un ajuste perfecto garantizado, los productos para transmisiones por correa de accesorios de Gates son la clave del éxito del recambio.

No se conforme con una calidad inferior a la de equipo original. Insista en Gates.



A Tomkins Company

noticias

LA GAMA ES AMPLIA Y CUBRE PRÁCTICAMENTE TODAS LAS NECESIDADES DEL MERCADO

Monbat, las baterías de Jasper Tradint

En el reportaje sobre **baterías** que publicamos el pasado número 320 correspondiente a septiembre no mencionamos la oferta de **Jasper Tradint** por lo que aprovechamos estas líneas para subsanar el error y comentar la interesante propuesta de la firma importadora y distribuidora de Mataró (Barcelona) en materia de baterías.

Aldo Tamborra, máximo responsable de Jasper Tradint, es el representante y agente en España de la marca búlgara de baterías **Monbat** y Jasper Tradint gestiona la actividad logística que permi-

te a esta marca estar presente en todo el mercado español. La gama Monbat consta de cuatro líneas de producto, las *Dynamic*, *Premium*, *G.E.M.* y *Megalith*, esta última para aplicaciones de náutica. Fabricadas en tecnología calcio-calcio, las baterías *Premium* se erigen como las más destacadas de la gama por su elevada capacidad de arranque. De hecho, aportan hasta un 30% más de potencia que las baterías convencionales, su sellado especial permite que sean libres de mantenimiento y, por sus prestaciones, están especialmente indicadas para los vehículos con un amplio equipamiento

eléctrico. La última novedad, sin embargo, son las baterías *G.E.M.*, que han sido recientemente presentadas a nivel europeo. Se benefician de la tecnología AGM con electrolito absorbido sin ácido para un mayor rendimiento y destacan por su mínima autodescarga cuando están almacenadas. La línea más equilibrada es la *Dynamic*, pensada para los vehículos más vendidos del mercado y que destaca por su fiabilidad en el arranque y estabilidad durante su funcionamiento. Esta gama incluye variantes para vehículo industrial ligero y pesado. ●

www.monbat.com



SUS PASTILLAS CUMPLEN LA NORMA EUROPEA ECE R90

La calidad Japanparts, homologada

El especialista en recambio para el vehículo asiático **Japanparts** ha elaborado un listado con todas sus referencias en **pastillas de freno** que cumplen con la norma **ECE R90**. Esta lista es muy amplia, asciende a 117 referencias, por lo que la gama de pastillas de freno Japanparts cumple mayoritariamente con los exigentes estándares de calidad que el equipo original.

De ámbito europeo, la norma R90 entró en vigor en 2001. Derivada de la anterior norma R-13 su objetivo es acabar con las pastillas de freno económicas y de poca calidad. Todos aquellos fabricantes o distribuidores que ofrecen al mercado de reposición pastillas homologadas con la R90 garantizan que suministran un producto cuyas prestaciones son equivalentes a la del equipo original. Todas las pastillas de freno que superan cumplen con la norma R90, entre ellas las de Japanparts, han superado unas exigentes pruebas de resistencia, unos exhaustivos análisis de rendimiento en caliente y en frío y la diferencia de rendimiento entre la original y la de recambio homologada nunca es superior al 15%. Un marcaje en la pastilla identifica que cumple con esta norma.

Recordemos que **Ribó Representaciones del Automóvil** ostenta la representación en España de la italiana Japanparts. ●

www.japanparts.it



HA PUESTO EN MARCHA UNA TIENDA ON-LINE QUE FUNCIONARÁ LAS 24 HORAS DEL DÍA

Repuestos Ramiro apuesta por las nuevas tecnologías

"Repuestos Ramiro lo tiene claro: el servicio es nuestro mayor reto y nuestro objetivo final es que el taller sea capaz de hacer el 90% de sus reparaciones en un tiempo menor a 24 horas". Con estas palabras define **Miguel Ángel Ramiro**, responsable de **Repuestos Ramiro**, los objetivos de la tienda on-line, un nuevo servicio puesto en marcha por la firma distribuidora de recambios y socio de **Group Auto Union**.

Operativa a partir del 26 de noviembre, esta tienda on-line, cuyo lema es 24 Horas al día 365 días al año, está concebida como un servicio de comercio electrónico. A través de ella el cliente, por medio de las herramientas informáticas y con el apoyo de la plataforma electrónica **TecDoc**, puede pedir sus necesidades de material en cualquier momento, teniendo información de las piezas seleccionadas (disponibilidad, entrega, precios, consulta de pedidos, consulta de albaranes, estadísticas, etc) en cualquier momento del día. Actualmente Repuestos Ramiro cuenta con cuatro puntos de venta en la provincia de Jaén, en Jaén capital, Linares, Úbeda y Alcalá la Real. Gestiona una media de 65.000 referencias para los sectores de la electricidad, mecánica, carrocería y pintura y neumáticos a través de 34 profesionales, quince furgonetas y seis motocicletas de reparto. ●

www.repuestosramiro.com



REALIZARÁ VARIAS
CAMPAÑAS
PROMOCIONALES HASTA
FINAL DE AÑO

Comprar en DAVASA tiene premio

Con el objetivo de incentivar las ventas de los recambios de mayor rotación, **Grupo DAVASA**, socio de **Centro Holding España**, ha puesto en marcha durante estos meses varias **campañas promocionales**.

La promoción de **amortiguadores** y **embragues Sachs** es una de ellas. Desde el 1 de octubre hasta el 31 de noviembre realizando determinados pedidos de estos componentes, DAVASA regala una completa cafetera que no solo hace café sino también bebidas calientes como té así como chocolate o capuchino. También recibirán de obsequio esta cafetera aquellos que compren **motores de arranque** o **alternadores de intercambio Bosch**. Esta segunda promoción también tiene validez entre el 1 de octubre hasta el 31 de noviembre o hasta agotar existencias.

La compra de **baterías** en DAVASA también va acompañada de regalo. Hasta el 15 de diciembre, los clientes que adquieran baterías de las marcas **Centro**, **TecAuto** o **AutoPro** serán obsequiados con una paletilla de jamón ibérico.

Por último, DAVASA se adelanta a la Navidad y, desde el 1 de octubre hasta el 15 de diciembre regala completas cestas navideñas por la compra de **filtros Bosch** y **Purflux** y **aceite** lubricante **Motul**. ●

www.davasa.es

BREVE

ZF Trading Aftermarket Ibérica ha trasladado sus oficinas a Sant Cugat (Barcelona). La nueva dirección es la siguiente: calle Sant Esteve, 29 08173 Sant Cugat del Vallès. La firma proveedora de amortiguadores o embragues conserva, no obstante, el teléfono y el fax de contacto para consultas y tramitación de pedidos que son el 902 100 537 y el 902 100 538 respectivamente. Tampoco ha variado la dirección fiscal ni el centro logístico. La dirección fiscal es: C/ Carles Buigas, 3-9 Polígono Industrial Can Torras y Can Llobet 08192 Sant Quirze del Vallès (Barcelona). Vitoria, por su parte acoge el centro logístico, concretamente el número 5 de la calle Ollamendi del Polígono Industrial Jundiz de la capital alavesa.

www.zf-trading.es

GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN TIENE
EN MARCHA UNA NUEVA PROMOCIÓN

Relojes por baterías

Desde el 15 de noviembre hasta el 15 de enero estará en vigor la campaña promocional de **Grupo Serca Automoción** a través de la cual regala un reloj Viceroy valorado en 90 euros por la compra de **baterías**. La mecánica de la promoción es muy simple: se obtiene el elegante reloj por la compra de 25 baterías **Serca** o 15 baterías **Serca Oro** o **Tudor**.

Todos aquellos interesados en la promoción, pueden ponerse en contacto con su distribuidor Serca habitual o más cercano. ●

www.serca.es

Serca
PROMOCIÓN DE ACCIÓN DE ALICANTE

Le regalamos este precioso reloj Viceroy (valorado en 90€)

Por la compra* de 15 Baterías Serca Oro o Tudor.

o 25 Baterías Serca

PROMOCIÓN VÁLIDA DEL 15 DE NOVIEMBRE AL 15 DE ENERO DE 2010 EN TIENDAS PARTICIPANTES EXTERNAS (LÍMITE EMPLEO)

*La compra de dichas Baterías podrá realizarse de forma acumulable durante el periodo de la promoción.

PARA BENEFICIARSE DE ESTA PROMOCIÓN PONGASE EN CONTACTO CON SU DISTRIBUIDOR HABITUAL DE PRODUCTOS SERCA

Serca TAB TUDOR



LA BATERÍA TRADICIONAL
HA MUERTO

NUEVAS BATERÍAS
TAB SEALED MAGIC:
SELLADAS, CALCIO/CALCIO,
PERFECTAS



TAB
Batteries

info@tabspain.com
Tel. 93 719 79 18
Fax 93 729 27 08

ORGANIZADAS POR EL GREMIO DE TALLERES DE BARCELONA

III Jornadas Innotaller

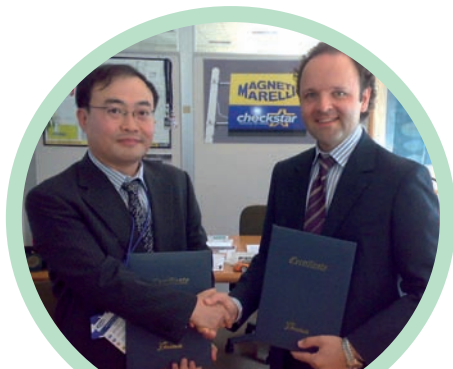
El **Gremio de Talleres de Barcelona** organizó el pasado 21 de octubre la tercera edición de sus **Jornadas Innotaller**. Este 2009 el tema principal de las ponencias fue la **rentabilidad** de los talleres de reparación de automóviles. Tras abrir las Jornadas **Francesc Faura**, Presidente del Gremio de Talleres de Barcelona y, recordemos, Presidente de **CETRAA**, se impartieron varias ponencias. **Antonio Salinas**, técnico y colaborador del Gremio reflexionó sobre el futuro de la diagnosis; **Carlos Soler**, Director Comercial de **Texa Ibérica Diagnosis**, explicó las características de los equipos de diagnosis **Axone Pad** y **Direct** de la marca italiana. **José Ramón de Francisco**, de **Barin**, describió como las instalaciones centralizadas de lubricantes aumentan los beneficios del taller; **Rafael Sellerés**, Gerente de **Hildebrand** expuso las tecnologías de su empresa para reducir los costes derivados del uso de las cabinas de pintura; **Javier Velasco**, Director General de **Audatex**, comentó las virtudes de herramientas informáticas

como el **AudaTaller** y lo mismo hizo **Ricardo Bastida**, de **Gt Motive** que, en su caso, se refirió a soluciones como el **Gt Estimate**, herramienta con la que hizo una demostración sobre su funcionamiento José María García, del concesionario **Renault Retail Group** de Esplugues de Llobregat (Barcelona). También tomaron la palabra en la reunión **Santiago Pérez**, un médico del trabajo que instó a los setenta asistentes, en su mayoría representantes de talleres, a evitar posturas incorrectas que pueden generar dolores crónicos; **Carles Molina**, de **Mapfre**, que explicó la ley sobre atmósferas explosivas; **Armando Higuera**s, Secretario General de **CETRAA**, quien presentó una masilla libre de estireno desarrollada por un grupo de trabajo que cuenta con el apoyo del programa europeo **SafeWorker** o **Francisco Alcolea**, de **Barin**, que explicó las virtudes de una estación de lavado que lava sin tocar la carrocería y destaca por su bajo mantenimiento. Las Jornadas culminaron con unas conclusiones, que fueron leídas por **Lluís Camarasa**, Secretario



De izquierda a derecha, **Lluís Camarasa** y **Francesc Faura**, Secretario General y Presidente del Gremio de Talleres de Barcelona.

General del Gremio de Talleres barcelonés. Los participantes en las Jornadas concluyeron: 1/ En la actualidad disponemos de tecnología eficaz para la simplificación de los procesos, el ahorro de costes directos y la optimización de la productividad, cuya puesta en práctica debe asumir el taller para maximizar su rentabilidad. 2/ La aplicación de nuevos métodos de trabajo permiten al taller fomentar su productividad, su seguridad e incrementar la calidad de servicio que presta. 3/ La aplicación de enfoques empresariales innovadores sistematizando más los métodos de trabajo y equipamiento que utiliza el taller proporcionará una perspectiva de incremento y diversificación de su eficacia, su capacidad de atención de vehículos y, por consiguiente, su repercusión positiva en la economía del taller. ● www.gremibcn.com



MAGNETI MARELLI
DISTRIBUIRÁ DOS EQUIPOS
NEXTECH EN ESPAÑA

Se amplía el mercado de la diagnosis

Magneti Marelli After Market Parts & Services y **Nextech**, empresa surcoreana proveedora de soluciones de diagnosis, han alcanzado un acuerdo a través del cual la compañía de origen italiano comercializará a nivel europeo dos de los equipos de diagnosis de Nextech, el **Asian Connect** y el **Asian Gold** (en la imagen). El **Asian Connect** es compacto y destaca por su facilidad de uso en el que el profesional lo utiliza bajo entorno PC. Dispone de conexión USB y WiFi. El **Asian Gold**, por su parte, es compacto portátil, cuenta con una pantalla LCD retroiluminada y su software permite grabar los datos diagnósticos y su posterior visualización en función gráfica. Ambos destacan por la cobertura de diagnóstico que proporcionan a los parques asiático y americano por lo que Magneti Marelli aumenta su servicios a sendos parques circulares ● www.magnetimarelli-checkstar.es

NOMBRES PROPIOS

José María Cantero es, desde el pasado 14 de octubre, el nuevo Director General de **Friction Materials Group (FMG)** y de **Eurofren Systems**, esta última, firma fabricante de las marcas de frenado **Road House**, **Remsa** y **Woking**. Cantero coge el testigo de **César Serrano**, quien se ha jubilado y lo hace tras 28 años en la compañía donde ha desempeñado varios puestos de responsabilidad, especialmente en los diez últimos como Director de Operaciones, división que integra las áreas de producción y de logística. www.roadhouse.es

Todas las noticias en

www.mundorecambioytaller.com

- El X-431Diagun de Launch, premiado en Alemania
- La web de GKN, ahora en castellano
- ZF Trading Ibérica: nuevo catálogo de elevelunas Lemförder para turismos (2009-2010)
- Volkswagen elige UFI Filters para el nuevo Polo
- Sogefi equipa al Mini Clubman con Purflux
- La seguridad de Neumáticos-online.com, certificada
- ContiTech: nuevos portales en Internet para recambios de automoción
- Auto Imagen, distribuidor de las llantas Borbet
- Denso lanza bujía de reposición para el Mitsubishi Lancer EVO X
- Bosch desarrolla un revolucionario sensor
- Crece la oferta de calentadores Denso
- Hella entra en las Administraciones Públicas
- Los servicios de reparación y mantenimiento, los más valorados por nueve de cada diez usuarios de renting
- El Plan 2000E se proroga hasta 2010
- Nuevos neumáticos de invierno Bridgestone
- Nuevas referencias RTS
- Más correas Stretch Fit de Gates
- Bosal lanza su gancho eléctrico retráctil
- Nace Accesit-jobs.es
- Nueva tecnología de Mann+Hummel para los filtros de partículas diésel
- Grupo Serca te viste de Ferrari
- CETRAA, conforme con el futuro marco jurídico para los talleres



¿Cómo impulsar la competitividad de las empresas de recambios?

La Asociación Catalana de Recambistas, CIRA, celebró una jornada en la que Fernando Pardo, de PriceWaterHouseCoopers presentó un estudio sobre las fortalezas y debilidades del colectivo de empresas de recambios o Antoni Pujadó (Cecauto) y Antonio Tejada (Recambios Gaudí) explicaron como la informatización de sus empresas ha aportado rentabilidad a sus negocios respectivos. El coloquio posterior también sirvió para aclarar ideas a la treintena de asistentes.

CIRA, la **Asociación Catalana de Recambistas**, organizó el pasado 27 de octubre en Barcelona la jornada titulada **Mejora de la Competitividad de las Empresas de Recambios de Vehículos en Catalunya**. El acto convocó a unos cuarenta representantes de empresas de distribución de la comunidad catalana.

En el diván

Tras abrir las jornadas **Juan Rodríguez**, Presidente de CIRA, quien adelantó que el estudio realizado por **PriceWaterHouseCoopers** está focalizado en la identificación de las debilidades más extendidas en el colectivo de empresas de recambios, **Fernando Pardo**, consultor de PWC presentó dicho estudio, titulado **Plan de Acción de Mejora de la Competitividad del Sector de Piezas y Componentes de Recambios de Vehículos en Catalunya: Principales Resultados**. Por lo que respecta a las principales debilidades, Pardo explicó que las tiendas de recambios pecan de no tener bien definidos los procesos de trabajo lo que deriva en que no se aprovechan al máximo los recursos disponibles. Así mismo, en el día a día, aún se utiliza demasiado el teléfono para gestionar los pedidos y se producen muchas devoluciones como consecuencia de la falta de información técnica de los talleres. Sobre esta cuestión Rodríguez comentó que la información técnica es uno de los caballos de batalla de las asociaciones de distribución y explicó que, por ejemplo, en Francia o Bélgica, introduciendo el número de matrícula en el ordenador se accede a todos los datos técnicos del vehículo. Pardo prosiguió su discurso destacando el déficit tecnológico del sector que se traduce en una gestión del stock poco y mal automatizada, falta de información o un uso poco extendido de programas y aplicaciones de gestión específicas para el sector. También, apuntó Pardo, en muchos casos las funciones de los trabajadores no están bien definidas ni distribuidas y la logística no está informatizada o existe un exceso de stock obsoleto.

Para mejorar todas estas cuestiones, PWC propone acciones como definir de forma más concreta el organigrama de la empresa; definir y clasificar la cartera de clientes; centralizar los pedidos de los talleres a través de un sistema informático; implan-



De izquierda a derecha, Fernando Pardo (PriceWaterHouseCoopers), Antoni Marsal (UPM-Unió Patronal Metal·lúrgica) y Juan Rodríguez (CIRA).



La jornada organizada por CIRA reunió a un buen número de representantes de empresas de recambios.



De izquierda a derecha, Miguel Ángel Cuerno (ANCERA), Antonio Tejada (Recambios Gaudí), Antonio Pujadó (CECAUTO) y Juan Ramón Cervantes (Isi Condal).

tar un sistema de información integral de gestión; automatizar el almacén y las tareas de la plantilla e implantar un plan de formación.

La informatización, clave

Antonio Pujadó, Presidente de **Cecauto**, y **Antonio Tejada**, Gerente de **Recambios Gaudí**, explicaron cómo sus empresas se han dotado de "competitividad" gracias a la informática en una segunda parte de la reunión que estuvo moderada por **Miguel Ángel Cuerno**, Presidente de **ANCERA**. Pujadó destacó que hoy en día es imprescindible adaptarse a las nuevas tecnologías y ofrecer el máximo de servicios on-line y recordó que, a la larga, la adaptación a las TICs (Tecnologías de Información y Comunicación) reduce los costes. Actualmente, el 83% de las consultas que llegan a Cecauto se gestionan vía on-line. Tejada, por su parte, ejemplificó como una empresa de recambios puede adaptarse a las nuevas tecnologías. Recambios Gaudí hace un año puso en marcha una completa web y un completo servicio informá-

tico que permite al cliente conocer el estado del pedido, ver el estado del almacén, acceder a información técnica, etc. El resultado es que, en tan solo un año de funcionamiento, las ventas por internet representan ya el 40% del total.

Juan Ramón Cervantes, de **Isi Condal**, confirmó que la informatización de las empresas de recambios es imprescindible. Además, la informatización debe abarcar todas las áreas de la empresa, desde el pedido de la pieza hasta la gestión del almacén pasando por las tareas administrativas. Cuerno también intervino para animar a los asistentes y recordarles que tienen un gran potencial y les recordó que asociaciones como ANCERA batallan en Europa para obtener un marco legal favorable. La reunión culminó con un coloquio con varias intervenciones y con el cierre de **Antoni Soy**, Secretario General de Industria y Empresa de la **Generalitat de Catalunya** que instó a las empresas de recambios a interesarse por las subvenciones que otorgan las administraciones. ●

i www.cira.es

III Convención Asociados y Red de Talleres
Cara A Cara
 Talleres · Proveedores · Asociados



III CONVENCION ASOCIADOS, TALLERES Y PROVEEDORES
 CECAUTO 3 Y 4 DE OCTUBRE, MADRID

Un Cara a Cara de éxito

Un millar de profesionales de la reparación se acercaron a las instalaciones de Cecauto en Madrid para conocer la oferta de los más de 30 proveedores que dispusieron de stands específicos.

La convención fue inaugurada por los directivos de **Cecauto Centro** **Jesús Lucas, Antonio Mendo, Miguel Menéndez**, los miembros de las patronales invitados al acto, **Miguel Ángel Cuerno**, de **ANCERA**, **Miguel Ángel Obregón**, de **SERNAUTO**, y miembros relevantes de la estructura de distribución nacional como **Bernardino** y **Rubén Sánchez**, de **Cecauto Valencia**.

A decir de todos los expositores, como **TENNECO**, **CONTINENTAL**, **NGK**, **UFI**, **BRAIN BEE**, **DAYCO**, **SCHAEFFLER**, **VALEO**, **REMY**, **GOODYEAR-DUNLOP**, **ZF TRADING**, **RH**, **BREMBO**, **MANN+HUMMEL**, **EXIDE**, **NISSENS**, **FEDERAL-MOGUL**, **TECNOTEST**, **CARS MAROBE**, con quienes pudimos charlar, se consiguió una gran convocatoria (más de 1000 talleres pasaron por los stands allí dispuestos) en las instalaciones de Coslada del almacén regulador de Cecauto en Madrid.

El punto de inflexión del evento fue la multitudinaria cena en la que se reunieron 500 profesionales, y tras la que se hicieron entrega de premios a distintos profesionales del sector:

PREMIOS CAMILO: AUTO REPUESTOS SANTI, S.L. Santiago Alcocer
 EURO RECAMBIOS. CLEIS, S.L." Clemente Jacinto y Eduardo

PREMIOS TALLER: TALLERES GARZON TRUCKS atendido por el asociado de Cecauto: EXCLUSIVAS DARMA
 TALLERES MIJAI MOTOR, atendido por el asociado de Cecauto COMERCIAL MORA.

Galardón conmemorativo a los 10 años: Juan Fernández Fernández, de AUTOMÓVILES ODEON S.L. ●

www.cecauto.com



La inauguración fue a cargo de miembros del distribuidor madrileño, de las patronales y del Grupo Cecauto: de izquierda a derecha, Miguel Menéndez y Jesús Lucas (Cecauto Centro), Miguel Ángel Cuerno (presidente de ANCERA), Miguel Ángel Obregón (subdirector general SERNAUTO), Bernardino Sánchez (Cecauto Levante), Antonio Mendo (Cecauto Centro) y Rubén Sánchez (Cecauto Levante).



Más de 1.000 talleres visitaron la sede de Cecauto Centro a lo largo del fin de semana.



Para los aprovisionamientos, buen surtido de intendencia en el interior de las instalaciones.



Las instalaciones se podían visitar, para explicar cómo consigue Cecauto el plus de servicio al taller.



En animada charla.



Para UFI, un momento importante de acercar aún más la marca al taller.



Brain Bee, con su sólido stand y su solvente producto.



Llamar la atención del taller, ese era el objetivo. En el stand de Schaeffler lo consiguieron con un con un sorteo.



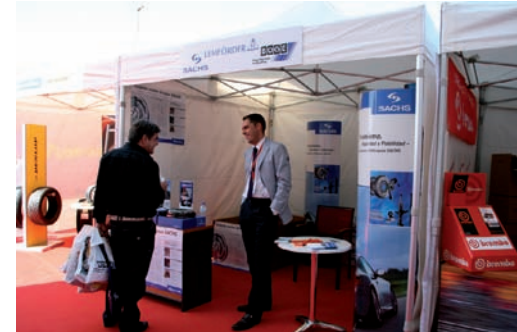
Un muleto siempre es un buen reclamo.



Toda la oferta de frenado de Brembo, puestecita para lucir.



Los talleres completaban el recorrido a todos los stands.



Al cliente, siempre con una sonrisa.



Cars Marobe se lo pone en bandeja... En la convención de Cecauto presentaron la nueva incorporación a su equipo humano: Lucas García.



WD-40 presentaba como producto estrella de WD-40, la Lata Doble Acción, la "lata inteligente".



LA RED DE TALLERES DEL GRUPO DIPART SE VISUALIZA EN UNIDAD EN SU PRIMER CONGRESO NACIONAL

Seguros, fiables y aún verdes

El nacimiento de la nueva red de talleres DP ha superado su prueba de fuego en el reciente 1er Congreso Nacional celebrado el pasado 10 de octubre en Toledo, el primer "acto social" de la red 'verde' en su evolución hacia el concepto de centros integrales de mantenimiento del automóvil.



La verde red de talleres que en 1996 crearon varios grupos de distribución vive una segunda juventud, ahora que el joven grupo DiPart dirigido por Fernando Riesco se ha hecho con la enseña y los talleres que la sustentan. Los Talleres DP, cuya imagen no esconde en absoluto sus orígenes basados en la red que promovieron en su día Biguisur, Gecorusa y Sacorauto, se han reunido por primera vez bajo su nueva marca en el 1er Congreso Nacional celebrado en Toledo este pasado fin de semana (curiosamente en el mismo Hotel Beatriz en el que los Talleres SPG de Serca hicieron también su primer congreso

en 2003; el mismo hotel en el que con apenas 15 días de diferencia se habían reunido los Talleres STAR de Gecorusa en su 4º Congreso).

Todo (casi) nuevo

Nuevo grupo, nuevas caras, nueva red de talleres... Aunque no todo fue tan nuevo, porque la experiencia de los Talleres Verdes se encarna en Carlos Miranda, actual promotor de la red de Talleres DP y maestro de ceremonias del Congreso de Toledo.

La bienvenida a los 215 asistentes al congreso (un 80% de la red de talleres, todo un éxito de convocatoria) corrió a cargo de Fernando Riesco, actual gerente de DiPart. Él fue quien

lidió con la tarea de explicar a los talleres por qué antes eran *verdes de apellido* y ahora son Talleres DP y cómo Biguisur se desmembró para que una parte de sus socios formaran ahora el grupo DiPart.

Riesco insistió en que DiPart no es un simple grupo de compra, sino ante todo y sobre todo una empresa de servicios. Dos son las líneas de trabajo en las que están haciendo hincapié: consolidar la red de distribuidores a escala nacional y cohesionar y hacer más notoria la red de Talleres DP. Se trata de "*poner en manos de nuestros socios y franquiciados todos los servicios necesarios para mejorar su competitividad e incrementar su volumen de negocio*".



Foto de familia del primer congreso nacional de Talleres DP realizado en Toledo al que asistieron 215 personas, un 80% de la red, lo que puede considerarse todo un éxito.



Los nuevos productos DP se presentaron también en el congreso de Toledo. La nueva identidad visual de la red no esconde su origen "verde".

Amigos con miga

Tras la pausa para el café, los Talleres DP presentes en el congreso de Toledo acogieron a varios colaboradores que dieron a conocer qué se hace y qué se hará en el futuro inmediato para mejorar la calidad técnica y de servicio de la red.

Luís Robles, de la empresa especialista en formación y asistencia técnica Cars Marobe, presentó el programa de formación técnica y de gestión que se desarrollará durante 2010, caracterizado por la flexibilidad, la calidad y la personalización.

Por su parte, **Antonio Amores** del servicio de asistencia técnica Neotec, presentó las caras normalmente anónimas de quienes atienden las llamadas telefónicas o los correos de los talleres solicitando ayuda y analizó las principales demandas recibidas durante 2009 y sus planes para el próximo año.

Roberto Ayala, de la empresa Solcom, presentó la estrella del congreso, el nuevo portal de Talleres DP para llegar al usuario final. Se trata de una herramienta de comunicación que debe relanzar la red de talleres y aumentar el flujo de trabajo al establecer conexión directa entre el franquiciado y su cliente final.

Seguramente la intervención más animada fue la de **Miguel Ángel Cuerno**, presidente de ANCERA, quien sobre todo habló del futuro del reglamento sobre la Euro 5, el acceso a la información técnica y la protección que pretenden imponer los constructores sobre las piezas que ellos comercializan a escala europea. Aunque las preguntas de los talleres presentes en Toledo



Luís Robles presentó el programa de formación de Cars Marobe para Talleres DP.



Roberto Ayala, de Solcom, durante la presentación del nuevo portal web.



Antonio Amores, del servicio de asistencia técnica de Neotec.



Miguel Ángel Cuerno, presidente de ANCERA, suscitó el debate entre los talleres asistentes.

derivaron indefectiblemente hacia la mal llamada *ley de garantías*, refiriéndose al actual reglamento 1400/2002 que permite realizar las operaciones de mantenimiento y las reparaciones durante el periodo de garantía del vehículo en cualquier taller, sea de la red del constructor o independiente. Sorprende ver que a pocos meses de su venci-

miento y sustitución por el nuevo reglamento que debe aprobarse en mayo de 2010, muchos profesionales (y ya no digamos los usuarios finales, mayoritariamente legos en la materia) son aún desconocedores de las oportunidades que brinda la *nueva pero casi vieja* legislación europea.



Fernando Riesco, gerente de DiPart, hizo un repaso a la historia reciente de la red y analizó las oportunidades de negocio de un momento difícil como el actual.



Carlos Miranda, coordinador de la red, presentó las líneas de actuación para convertir los talleres de la red DP en centros de reparación integral del automóvil.



La primera reunión de los Talleres DP demostró la cohesión de la red, a pesar de los malos momentos por los que ha pasado. Para 2010 el énfasis se pondrá en la formación y en la integración de servicios.



El nuevo panel visual que figurará en todos los talleres de la red permite incorporar las ofertas que el taller cree mediante la nueva herramienta de comunicación integrada en el portal.

Talleres en liza

La situación actual del mercado de posventa independiente no es la más halagüeña, pero tampoco hay que ser pesimista, porque a pesar de la indisposición económica, el parque de vehículos susceptibles de entrar en los talleres va en aumento: la edad media del parque aumenta hasta los 7,4 años, disminuye la cantidad de vehículos en garantía (de 4,8 a 4 millones) y casi el 28% de los vehículos que ruedan en España tiene más de 10 años de antigüedad. El mensaje de Fernando Riesco desgranaba las consecuencias de esta situación básicamente en tres frentes: se produce una fuerte reducción de operaciones en los servicios oficiales de la red del constructor; los fabricantes de automóviles se vuelven más agresivos en la posventa y ofertan cada vez más planes de fidelización para mantener *atados* a sus clientes; e internet se ha convertido en un elemento clave de comunicación con el usuario final y entre los propios actores de la posventa. Por ello, se plantean desde Talleres DP los siguientes objetivos estratégicos:

- Ser una solución global para cada uno de sus clientes y evitar así la dispersión
- Transmitir seguridad y fiabilidad en cualquier operación, por sencilla que esta sea
- Mejorar los niveles de formación para aumentar la competitividad del taller
- Ahondar en el uso de internet como medio de comunicación, tanto entre el taller y el socio recambista como hacia el usuario final
- Aproximar más la marca del Grupo a la Red para transmitir unión y colaboración intensa

Todos estos objetivos convergen en el concepto de Centro de Reparación Integral del Automóvil, una idea que se presentó en el congreso de

Toledo como forma de traspasar las barreras del taller tradicional.

2009 en marcha, 2010 en acción

Carlos Miranda se encargó de reparar lo hecho y lo pendiente. El año en que estamos ha sido el de lanzamiento del grupo y la red de talleres, así que había muchas cosas por hacer. Las más notables han sido las relacionadas con la identidad corporativa: nuevo logotipo, nueva cartelería, nueva ropa de trabajo, identificación de los vehículos, documentación, libros de mantenimiento, facturas... Junto a lo visible, lo menos visible, el nuevo programa de gestión para el taller que resulta una herramienta imprescindible para optimizar los esfuerzos y el tiempo. Las campañas informativas, la participación en el proyecto Avanza, la colaboración con la asesoría Ozonia, la asesoría jurídica del grupo, la implantación de la garantía nacional de 6 meses o 5.000 km para las reparaciones hechas en la red y también los planes de formación, que han comprendido cuatro cursos (inyección gasolina sistemas japoneses 1 y 2, cambios robotizados e inyección directa gasolina). Para 2010, además de seguir peleando en los frentes ya abiertos, DiPart se plantea la consecución de cinco objetivos estratégicos básicos para la red de Talleres DP:

- Creación de una figura como enlace directo entre la red y el centro de reparación, el llamado coordinador de red. Con ello se pretende dar una respuesta más inmediata a las necesidades del taller y mantener abierto un canal de comunicación y seguimiento.
- Disminución de impagos y ayuda financiera al cliente, para lo que se presentó un nuevo servicio de financiación de reparaciones acordado con Cofidis.
- Desarrollo de un nuevo elemento de comunicación hacia el usuario, el nuevo portal www.dipart.es.
- Desarrollo de una herramienta de pedidos y gestión en línea para el franquiciado, que está en avanzada fase de desarrollo actualmente.
- Implantación de un programa formativo lo más ajustado posible a las demandas de los talleres y socios.

Todas estas acciones deben llevar a Talleres DP y a los socios de DiPart a convertirse en uno de los grupos más prometedores de la posventa independiente española en los próximos meses. Brotes verdes no les faltan.... ●

 www.dipart.es

Portal directo

Durante el primer congreso nacional de Talleres DP se presentó el nuevo portal de información de la red. Con él, la red quiere subirse al tren de internet, el tercer medio de comunicación más visto después de la televisión y la radio y con el que se informan más del 60% de los conductores para la compra de su nuevo vehículo y la localización de su taller más cercano.

La idea es favorecer la comunicación del taller en dos direcciones. Hacia el cliente final, amén de presentarle sus servicios y su localización, el taller puede comunicarle las campañas en activo, las ofertas o incluso la venta de vehículos de ocasión o reservar hora para realizar la revisión del vehículo. Y hacia el socio recambista, el nuevo portal permite hacer los pedidos de ropa y merchandising, conocer el calendario de formación, la asesoría jurídica o las notas informativas.

El nuevo portal está claramente orientado a sus tres posibles visitantes, puesto que en su página principal (www.dipart.es) están claramente identificados los tres accesos distintos: para el taller, para el franquiciado o para el conductor.

Como principal novedad, el nuevo portal ofrece al taller una herramienta tremendamente novedosa y útil para crear material de marketing y comunicación directa que abre grandes posibilidades de aplicación. Con una enorme flexibilidad, el taller podrá crear a demanda carteles y documentos personalizados con los elementos de identidad de la red de un modo fácil e intuitivo, descargarlos en formato PDF e imprimirlos directamente en su equipo.





4ª CONVENCION TOP TRUCK EN EL ESPINAR, SEGOVIA 3 Y 4 DE OCTUBRE

"Promesas cumplidas"

Ese fue el lema de la reunión comandada por José Moreno, que concitó a 250 especialistas distribuidores y reparadores de vehículos industrial vinculados a Group Auto Union España.

La **Convención Top Truck**, la red de talleres de vehículo industrial de los socios de **Group Auto Union España**, se situó durante el sábado en las instalaciones de **Cetralsa**, la escuela de formación colaboradora de la red, vinculada al **Grupo Alsa**, con la posibilidad de que los asistentes se acercaran a los stands de los proveedores y estrechar así los vínculos entre ellos.

El domingo, la sesión lúdica llevaba a los asistentes a las carreras de camiones, situadas en el Circuito del Jarama, en Madrid, donde ese fin de semana se disputaba el Gran Premio Camión de España.

La formación, obligada

No en balde, en 2008 se han organizado 20 cursos de electrónica básica, avanzada e inyección, formando a un total de 80 alumnos a partir de sesiones que, sumadas, contabilizan 2.400 horas lectivas. De estos cursos, 14 han tenido lugar en el centro de formación de Cetralsa y seis en las diversas zonas a partir del camión Top Truck, una estructura formativa itinerante dispuesta para acercar los conocimientos al especialista sin apartarle de su loca-





lización laboral.

Moreno también insistió en la obligatoriedad de la formación: tres cursos/año como mínimo para los reparadores de la red, la única fórmula de que la calidad a los clientes (especialmente a las flotas) quede garantizada.

Y una advertencia: el 25% de los talleres de la red aún no han hecho curso alguno; si esta situación no cambia, podrían ser invitados a abandonarla.

Hot Line

Moreno situó la atención en la Hot Line, un servicio que ha supuesto la satisfacción de sus usuarios y que ha contabilizado más de 700 consultas (lo que supone casi 2000 horas de atención al cliente y una inversión de 50.000 euros el pasado 2008).

Acuerdos

Los beneficios de los acuerdos alcanzados con las empresas fue también recogido en la intervención del responsable de TopTruck: éstos serían las garantías al cliente ahorro en la factura de energía en los talleres; acuerdos preferencias con Cofidis (para servicios de financiación de reparaciones, al igual que la red de turismos EuroTaller) La Caixa, Sanitas o Seas 24 Horas (colaboradores de Top Truck para temas específicos del neumático) o el pago del seguro a todo riesgo (pero sólo cuando los camiones están trabajando, no cuando se encuentran parados).

Futuro inmediato

La formación volvía a ser uno de los puntos fundamentales de futuro, pero no sólo para la red, sino para los conductores, en su mayoría autopatronos, ya que Europa incide en el reciclaje profesional de los conductores profesionales.

Los nuevos cursos versarán en temas como cajas de cambio, mantenimiento (operaciones de servicio, lectura de esquemas eléctricos, hidráulicos y neumáticos; y sistema de freno convencional.

También se seguirán potenciando los acuerdos con las flotas, para abrir la horquilla de clientes ofreciendo nuevos servicios (y se habla del que está coordinándose con Fagor, en exclusiva, para el montaje y mantenimiento del sistema de gestión de control de flotas). ●

www.groupautounion.com



distribuidores

XX CONGRESO DE GRUPO
SERCA DISTRIBUCIÓN.
CÓRDOBA, 29 DE OCTUBRE



Congreso R.I.

(Reunión Inteligente)

Como decía el gerente del grupo de distribución, después de diecinueve congresos, el veinteavo tiene que salir bien, sí o sí. La cuestión es que en Serca no son de dormirse en los laureles, y les gusta innovar, probar, mejorar. Y lo hacen año tras año. Este, con actuación estelar de gurú mediático incluida, no ha sido una excepción.

Los Congresos de **Grupo Serca Automoción** se desarrollan partir de una fórmula probada a lo largo del tiempo, la de una reunión en la que se encuentran los socios del grupo con los proveedores para estrechar vínculos analizando la realidad sectorial, la presentación y la estructura ha ido variando, con la incorporación o supresión de los apartados menos conseguidos, lo que implica una labor de escucha y una determinación loable por poner en prác-

tica la mejora continua. Es uno de los congresos de referencia para el sector, uno de los más agradables (tanto la directiva, el consejo consultivo, como los socios, son gente estupenda, y además concita a numerosos proveedores, con quienes siempre nos gusta coincidir), de los más trabajados (se pulen los detalles, se *mima* al congresista –y a sus acompañantes–), y de los más intensos, también (se trabaja y mucho *in situ*, pero porque se ha trabajado, y mucho, previamente).

El mejor congreso de la historia

La edición de este año, el vigésimo, fue calificada por **Agustín García**, de *Recanvis Aicrag* y *presidente de Serca*, como el mejor de la historia del Grupo; bien es cierto que la perfección (que según **Carmelo Pinto**, gerente de, se consigue cuando tanto la estructura formal, que depende de los responsables de la central, como las ponencias, que aunque puestas en común, dependen de las aptitudes del propio ponente, funcionan), es un ideal que hay que perseguir, pero un ideal al fin y al cabo; siempre existe una posibilidad de enmendar aquello que no ha acabado de resultar a nivel de las expectativas, y a fe que en el Grupo eso se realiza como una religión.

Este año, Serca llegaba a su vigésimo congreso, situando como enclave a la bella Córdoba (actuando de anfitrión **Antonio Gutiérrez**, de *Auto Recambios La Viñuela*, apoyado por **Cruzber**, socio y proveedor del grupo). Y hay que decir que es una ciudad muy conocida para el sector, donde en diversas ocasiones se han venido realizando reuniones (de distribución, distribuidores y redes de talleres), así que no se contaba con el factor sorpresa (y confesaremos que el listón estaba alto) para los



David Corbeto, de *Recanvis Dacor*, satisfecho con su decisión.

Javier Devicente, de *Reymo*; cuatro meses en Serca y encantado.



asistentes; aún así, y en nuestra opinión, se consiguió proporcionar un entorno excepcional (el *Real Círculo de la Amistad*) para la celebración del congreso.

En esta ocasión, las innovaciones en la estructura (además del protagonismo absoluto de la tecnología para la imagen de proveedores y "retransmisión" pre y post congreso) consistían en un tándem entre proveedor y socio para el desarrollo de una de las ponencias (**Miguel Fiter** de *Mahle* y **Pepe Juesas** de *Auto Recambios Segorbe*), que los periodistas se incorporaran a las mesas de trabajo (aunque eso ya se había producido hace unos años, cuando la prensa fue portavoz de las mesas asignadas), y votaciones electrónicas para las preguntas a debatir en la mesa (que intensifican la participación y que implica disponer de material de conclusiones). Y es en este último punto donde quizá habrá que pulir detalles (dicho sea con ánimo constructivo): preguntas menos abundantes, para proporcionar algo más de tiempo para la discusión en la mesa, y presentadas previamente, para que las mesas tengan claras las pautas a debatir, o respuestas propuestas para las votaciones menos definidas, para evitar encorsetamiento, que luego se pueda matizar en las intervenciones. Intensificar la confianza

Agustín García, en su intervención introductoria, reclamaba intensificar la comunicación al usuario de los muchos valores añadidos de distribuidores y talleres, con el fin de consolidar la confianza, una confianza que también se les pedía a los proveedores, para atajar las "muchas barbaridades que se están haciendo con las marcas para no perder a los clientes".

SPG, velocidad de crucero

Joan Carles Rico, coordinador nacional de la red y responsable de maquinaria, presenta-



ba las acciones realizadas para la red (que consta ya de 156 puntos con 5 candidatos por confirmar y una involucración del 84,5% de los socios): con la supervisión de CETRAA, se presentaba el póster que recuerda la importancia de la firma de la OR por parte del cliente, los 8 cursos itinerantes sobre organización de la producción en el taller, y el próximo Congreso de SPG, el quinto, el próximo 28 de mayo en Valencia.

También quiso destacar la importancia de la maquinaria con su cuarto catálogo, de 96 artículos y 16 familias de producto.

Novedades informáticas

Pere Colomé, responsable del departamento de informática, se encargó de recordar la revolución que ha supuesto Internet, y de las aplicaciones que Serca ha ido poniendo a la disposición de socios y proveedores, para estrechar y agilizar la operativa de ambos (Serca Tarifas, Serca Gestión, Serca Condiciones, Serca Consumos), presentando un nuevo aplicativo para los socios para proporcionar mayor rapidez en la localización de las informaciones que se le envían cada semana.



Marketing, la tabla de salvación

Víctor Baixeras, responsable de marketing, quiso recordar a los asistentes la aportación tan valiosa que supone esta herramienta; En



SOSTENIBILIDAD DE LOS NEGOCIOS: OBJETIVO COMÚN

Benito Tesier, presidente de la comisión de Recambios de *Sernauto* (asociación representada, además, por **José Antonio Jiménez Saceda**, uno de los invitados al congreso) realizó una lúcida reflexión hacia la localización de necesidades concretas y objetivos a lograr (quizá en las mesas de negociación, propuso), en vez de ser un "aspersor" de peticiones, a la posibilidad de homologaciones por líneas de producto, afirmando que las tensiones no deberían afectar al objetivo final: la sostenibilidad del negocio, para proveedores y recambistas, que se alcanza trabajando unidos. Es el famoso *Win/Win* del marketing.



Un marco elegante en Córdoba



El Real Círculo de la Amistad. Un lugar precioso y un nombre muy adecuado.

XX CONGRESO DE GRUPO SERCA DISTRIBUCIÓN.



sus palabras destacó que no es un gasto, sino una inversión, para la que no se necesita una gran inversión económica aunque sí ganas o creatividad. Emplearla supone creación de valor añadido, visibilización y redimensión de las empresas en los mercados, fidelización de los clientes y por tanto aumento de ventas...eso sí, el marketing debe suponer que toda la empresa se involucre y que sea entendido por todos como un pilar fundamental. Tanto, que en momentos de crisis, puede ser una salvación para las empresas, dijo.

Vendiendo ANCERA

Miguel Ángel Cuerno, presidente de ANCERA realizó una intervención en la que desgranó la labor de la patronal de los distribuidores españoles, y el *status quo* de cada uno de los temas: la tarea de lobby ante la renovación del RE 14000/2002 o de la futura EuroV, los flecos legales en la operativa de los desguaces, la gestión de la recogida de las baterías usadas, la Defensa del sector PV (dando como ejemplo el caso G+J, las publicidades de Motorpress), y las reuniones con las aseguradoras (AXA, Línea Directa –aunque, como confesaba, no son de momento fructíferas) para intentar que los “consejos” en materia de recambios favorezcan al recambio multimarca independiente.



Debate armonioso



CETRAA, dos acciones

También participó **Francesc Faura**, presidente de CETRAA, explicando dos acciones de la patronal: la primera es la postura de la patronal ante la falta de cumplimiento de los parámetros del Reglamento (a petición de la Dirección General de la Competencia), y la segunda, integración a OIRC (la asociación internacional de la Carrocería) para proporcionar a los socios mayor información y formación en un sector que está evolucionando mucho. Faura protagonizó diversas intervenciones “por alusiones” como la que realizó a petición de



Juan José Rodríguez, para pedir su postura ante la necesidad o no de un interviniente neutral para actuar en la relación distribuidor/taller/fabricante que dirimiera si una devolución es o no garantía: Faura recordaba que en las pólizas de los seguros de los talleres existe cubierta la figura del perito, caso de ser necesario...

PROVEEDOR DEL AÑO

Como viene siendo habitual, el congreso se cerraba con una cena, a la que se incorporaban las esposas de los congresistas (que habían realizado un estupendo periplo turístico disfrutando de la gastronomía local en un restaurante muy reconocido de la ciudad). Tras la misma, se hizo un repaso audiovisual de los premios “Proveedor del año” que el Grupo entrega desde 1995, y se procedió a desvelar los finalistas de este año (Dayco, Schaeffler-LuK, RH), llevándose el premio Road House, entregado por José Real y recogido por Fernando Perera y Jesús Hortal. Perera, en sus palabras de agradecimiento quiso reconocer la importancia de su equipo para la confección del galardón.

Serca y los “recados” de su gerente

Carmelo Pinto, el gerente de Serca, realizó un repaso a las acciones del grupo, presentó a los nuevos socios (anunciando novedades en breve), y revisó la historia de los veinte congresos.

Sobre el contexto, tras un análisis de las caídas de ventas, mencionaba que los talleres quizá deberán orientarse a zonas de vehículos híbri-





dos o ecológicos, buscando nuevas formas de atraer al cliente para lo que se necesita disponer de un tiempo para pensar. Presentó a los nuevos socios (2008 y 2009): **Manel Oliva**, de **Oliva Hermanos**, **Juan José y José Rodríguez**, de **Recanvis Ribot**, **Antonio Ruales** y **Javier Devicente**, de **Reymo**, y **David Corbeto**, de **Recanvis Dacor**. Explicó los resultados del grupo (que de 2003 a 2007 creció anualmente en dos dígitos, y en cinco años ha doblado sus resultados) anunciando que sus objetivos para este año son terminar con cifras similares a 2008 (argumentando que los resultados se han visto afectados por ser un grupo potente en el arco del Mediterráneo, donde se ha cebado más la crisis) y conseguir un crecimiento 2009-2014 del 40%. Y hubo "mensaje" para los fabricantes: en unas empresas dominadas por los financieros, los di-

rectores generales deben ser más escrupulosos a la hora de ayudar a los recambistas, y se tendrá en cuenta a aquellos que ayuden a formar a los distribuidores. Muchas críticas al servicio (lo calificó de nefasto) y llamadas a la fidelidad de los talleres a los socios, ya que también se pide de los socios a los proveedores.

La "Relación Inteligente", es cosa de dos

La primera de las ponencias de este año giraba entorno acerca de las relaciones del cliente con el proveedor estuvo a cargo de **Miguel Fiter**, de **Mahle** y **Pepe Jueas** de **Auto Recambios Segorbe**.

Fiter estuvo exponiendo los resultados de una encuesta realizada tanto a socios como a los proveedores, que analizaba la percepción de las 4P del marketing (Procesos, Personas, Resultados -por Performance, en inglés-, Posibilidades), mencionando que las relaciones se deben calcular en parámetros de una "Relación Inteligente" (aludiendo a la anunciada intervención posterior de Leopoldo Abadía y su publicidad en TV -con lo que también se juega en nuestro encabecamiento) en la que ambos actores ganen.

Jueas quiso hablar en el "lenguaje del recambista" para exponer las quejas de los socios respecto a la agilidad de los pedidos, los problemas de servicio de los proveedores lanzando la idea de unas posibles penalizaciones a quienes evidencien ese problema.

Al final, la solución radica en el compromiso y el trabajo conjunto (en el análisis de stocks, por ejemplo, para que el servicio se vinculara a esa gestión positiva) para que ambos ganen. A partir de ahí, las mesas debían analizar una serie de planteamientos (quizá excesivos, sin



mucho tiempo para cada uno), iniciándose las votaciones electrónicas (algo confusas, por lo encorsetado de las propuestas a votar), aunque consiguiendo involucrar en el trabajo a todos los congresistas: los más activos y los menos activos de las mesas de debate.

Recuperando el sentido común, el menos común de los sentidos

La actuación estaría anunciada no defraudó: **Leopoldo Abadía**, autor del recomendado y recomendable libro *La Crisis Ninja* que el equipo de Serca regaló a los congresistas, autografiado por su autor, explicaba su tesis: ésta es una crisis que se inició en los bancos de EEUU, se trasladó a Europa y ya es de alcance mundial, pero es, funda-

TRABAJO EN INTERNO

Al día siguiente, Asamblea. En ella, los departamentos de la central del grupo estuvieron profundizando para los socios lo presentado el día anterior como el nuevo **programa informático para la localización de las infos** y el **Professional Plus**, relanzándolo para dotar a los talleres de una entidad mayor que antes, elevándolo (casi) a red -como novedad una placa e identificaciones externas mayores que antes-, involucrándoles más con los socios. Para ello, se han editado 10.000 trípticos que serán repartidos por las compañías asociadas, para que se inicie el trabajo de prospección en 8.000 talleres.

También se daba a conocer el nuevo catálogo de imagen de Serca y se presentaba a 3 nuevos proveedores de servicios, con quienes el grupo ha llegado a acuerdos, que explicaron detenidamente su oferta. A partir de ahí (y después de las intervenciones de Carmelo Pinto y Agustín García) se votaba la ciudad del XXI Congreso: será **Ávila** en unas fechas similares.

mentalmente, una crisis de decencia causada por unos sinvergüenzas -los inventores de las hipotecas subprime- en la que todos -los estúpidos- se avinieron a vender un producto -a los ingenuos-comprado sin comprenderlo, y provocando un desajuste económico de proporciones mundiales que no se sabe cuándo acabará.

Abadía hizo una llamada a la cultura del esfuerzo: "no se puede hacer palanca con churros" decía en alusión a la generación que se está formando y que



no da la talla. Es tiempo de dedicarse, a sacar lo mejor de cada uno echándole horas, creatividad (el I+D+i, pero aplicado a cualquier escala), honradez ("*recuperar el manual de las personas: cuanto más honrado, más persona*", decía) y llegando a soluciones diferentes que supongan salir adelante en estos momentos largos, duros, pero apasionantes. Sentido común en estado puro.

A partir de ahí, más debate y votaciones con los temas expuestos por el "gurú campechano" (que es como le llama Buenafuente en su programa de televisión, siendo como es -aunque él lo niega- un especialista en economía mediático -nos explicaba con mucho humor los nuevos amigos que ha hecho entre las *celebrities* de la actualidad-, casi sin querer). ●

📍 www.serca.es

Quisimos que nos contaran cuáles son sus planes en nuestro sector, en el que están apostando muy fuerte, y que nos comentaran diversos aspectos relacionados con sus recientes productos.



CHARLAMOS CON EDUARDO VELÁZQUEZ Y RICARDO BUCHÓ, DE AUDATEX ESPAÑA

Best practices

Eduardo Velázquez, director comercial, y Ricardo Buchó, responsable de marketing y comunicación, de Audatex España, se muestran muy satisfechos con la andadura de su compañía, en especial de la herramienta **AudaTaller**; pero quisimos ver con ellos otros aspectos de valor añadido en su empresa, que continuamente crea productos a partir de la escucha atenta de las necesidades de los clientes, trayendo las mejores prácticas de su experiencia global (de ahí lo de *Best Practices*) a nuestro mercado.

Lo primero, para situar al lector, ¿quién es Audatex España?

Eduardo Velázquez: La compañía lleva seis lustros en España (este año es el 30 aniversario en nuestro país) y 40 años en el mundo y pertenece a **Grupo Solera**, (Grupo creado en 2005 por *Tony Aquila* y que desde mayo de 2007 cotiza en la bolsa de Nueva York-SLH). Recientemente se ha incorporado al índice *-Standard and Poors*, siendo la empresa

más joven de la historia en incorporarse a este índice desde su salida a bolsa. Eso indica la solvencia a nivel mundial; pero no es una empresa más en el Grupo, sino que Solera es Audatex: este es uno de los cambios que se produjeron hace tres años, cuando el actual propietario y fundador del Grupo decidió que a Audatex había que dedicarle el 100% del esfuerzo, un cambio respecto al anterior propietario (que era ADP, el mayor operador de *handling* de información del mundo, que sólo consideraba a la compañía como una parte de la tarta), y que ha supuesto que, al ser la parte central, haya mayor interés en inversión y desarrollo. Actualmente, somos el proveedor global de software y servicios líder mundial en la industria del automóvil. En España estamos realizando más del 80% de las valoraciones y peritaciones que realizan las compañías aseguradoras: 4.200.000 peritaciones anuales; hemos cerrado el año fiscal (americano) en cerca de 560 millones de dólares, se invierten 90 millones cada año en I+D+i, tenemos 55.000 clientes en 52 países, y ocho centros de creación y tratamiento de datos, uno de ellos en España, en Alcobendas, con una nueva ubicación desde hace un mes; y realizamos una gestión de más de 50 billones de dólares en piezas y mano de obra en todo el mundo. En España trabajamos con todas las aseguradoras y 3.000 talleres están trabajando con nuestros productos, algo que estamos intensificando. Además, la filosofía empresarial se ha reorientado a la dinamización, la competitividad en los mercados, la modernización de los servicios a los clientes; y de ahí las nuevas incorporaciones en España: del Director, **Javier Velasco**, la mía propia, la de **Ricardo Buchó**, la de **Miguel Ángel Ebrero** en el área de ventas, o la de **Francisco Cañadas** en la dirección de clientes.

Toda esta reorientación ha supuesto un incremento en la facturación y los beneficios, aunque siempre ha sido rentable.

No es lo habitual en los tiempos que corren...

E.V.: La verdad es que da satisfacción, tranquilidad y es motivador, porque supone la materialización del esfuerzo que hemos realizado y, como vemos que hay mucho futuro, seguimos pensando cosas nuevas para estar a la vanguardia de lo que el mercado necesita hoy y va a necesitar en un futuro. Si en años malos podemos ir a este ritmo, estamos seguros que, en años buenos, podemos hacer muchas más cosas.

Justamente ese es el caso del AudaTaller, recomendado por los propios especialistas...

E.V.: Nosotros tenemos un producto estrella, que es el **AudaPlus**, el estándar de valoración en el mercado español. Es una solución muy completa que da precios, tiempos, referencias, solapamientos en los tiempos, baremos de pintura, posibilidad de adjuntar fotografías, crear presupuestos, etc.... Pero nos hemos dado cuenta (y tengo la suerte de disponer de una experiencia de 8 años en este sector, en virtud de mi anterior responsabilidad) de que, de los 40.000 talleres que hay en España, hay un porcentaje muy importante que son PYMEs, que están luchando por modernizarse y ser competitivos, y a los cuales hay que ayudarles con soluciones adecuadas a su necesidad. Por esa razón decidimos sacar **AudaTaller**, un catálogo electrónico con toda la información que el taller necesita para el uso real que el taller realiza en su día a día. ¿Para qué va a pagar más por otras soluciones que no va a rentabilizar?.

El producto nace tras una encuesta de mercado y, los talleres medianos, sobretudo los pequeños, y los recambistas, nos dicen que lo que necesitan realmente es la información del precio de la pieza y la referencia original (que es una información cara y difícil); como nuestra base de datos cubre el 99% de turismos y el 97% del resto de todo el parque automovilístico (de los 32 millones que refiere la DGT), hemos creado un catálogo electrónico sencillo y fácil que permite la localización de la referencia





original y el precio actualizado del último modelo, con la ayuda de gráficos reales, pudiendo hacer un presupuesto rápido y preciso incluyendo la personalización de la cabecera de su taller, pero con un precio mucho más ajustado que *AudaPlus* o cualquier otra solución que hay en el mercado: 350 euros al año, que incluso se pueden financiar con nosotros para pagarlo mes a mes, uso ilimitado, con campos abiertos (precio-hora, tiempo empleado en cada reparación), ofreciendo un gran servicio para que se beneficien de él el máximo número de talleres.

Estamos muy satisfechos ya que en 15 semanas efectivas, el aplicativo ya está operativo en casi 300 talleres, con una previsión de que se amplíen en breve, puesto que hay otras 700 instalaciones en demostración totalmente gratuitas (muchas tras solicitarse promovidas por el efectivo "boca-oreja"), y no nos ponemos ningún límite.

A pesar de eso, se están llevando a cabo acuerdos con las patronales...

E.V.: Para facilitar ese producto y crear economías de escala, se ha llegado a acuerdos con las patronales de la posventa (*ANCERA, CETRAA, CONEPA*, etc.), con quienes tenemos una muy buena relación, además de poder beneficiarse todos sus asociados de una importante ventaja en precio; también se van a realizar encuentros (con cursos, ciclos formativos -formamos a los formadores de las asociaciones-) con los profesionales (regionalmente, provincialmente y localmente), para que éstos conozcan los productos y puedan decidir.

Audatex pretende intensificar el aporte de valor añadido para unos profesionales que ven así factible disfrutar de las ventajas incluidas en otros productos (como con *AudaPlus*, y para el que también se ha firmado un acuerdo de colaboración con *GANVAM*).

Este producto no se entiende sin un alto nivel de informatización de la posventa, ¿tiene el taller este alto nivel, tras los Proyectos PANTERA?

E.V.: Ya desde hace años interviene en ese proyecto, y somos conscientes de que la voluntad del taller es adaptarse al futuro, modernizándose en conocimientos, equipos, etc. Este proceso lleva ya unos años y nosotros hemos hecho un gran esfuerzo para que nuestras herramientas no supongan unos requerimientos altos en *hardware*. Con *AudaTaller*, por ejemplo, hemos conseguido una herramienta fácil, potente, con una formación mínima necesaria, unos requerimientos técnicos sencillos, una instalación que hacemos nosotros en remoto y un proceso de actualización de datos

automático y transparente, para que el profesional pueda trabajar inmediatamente y le saque rentabilidad desde el primer día; buscamos escuchar a los clientes, localizar sus necesidades, darles respuestas y que queden satisfechos.

¿Qué puede trasladarse a España sobre las piezas recicladas, tras el acuerdo Hollander-eBay Motors?

E.V.: Actualmente, todo se exporta: una de las sinergias de Solera es que somos vasos comunicantes entre países para incorporar las mejores prácticas. *AudaTaller* es un producto español, que está siendo analizado por otros países; la diferencia está en el proceso de maduración de los mercados para los productos. En EEUU y Canadá, el acuerdo alcanzado entre *eBay Motors* y *Hollander* para la venta de piezas recicladas está ya operativo, porque el mercado americano así lo permite. No sé lo que pasará en España, sí pienso que el mercado va a evolucionar hacia lo "verde", que nosotros estamos en medio de los diferentes actores sin favorecer a ninguno, pero dando el mayor servicio a todos, así que si los actores (que son lo que deben "activar" los cambios, con sus necesidades) o los usuarios, deciden solicitar una "cláusula verde" en las reparaciones, permitiendo que se instale una pieza renovada, verificada, etc. *Audatex* tiene la obligación de incluir ese servicio en sus productos. Tenemos el know how, y lo lanzaremos rápida y ágilmente, cuándo y cómo los actores del mercado decidan. Pero no puedo confirmar fechas. Eso sí, no sacaremos productos que el mercado no nos pida.

El tema de los estudios es muy importante en un mercado como la posventa, donde no es que se manejen demasiados datos sólidos...

E.V.: Nuestros estudios vienen avalados por ese volumen de datos que manejamos; tenemos un producto denominado *AudaEstadísticas*, que permite dar servicio personalizado para cada compañía con datos; pero nos posibilita (y ahí es fundamental la experiencia de **Ricardo Buchó**) dar datos genéricos mediante *Estudios*, para que cada una de las compañías se pueda comparar con el global, pero también para que los distintos actores entiendan mejor su sector y extraigan un conocimiento del mercado que les permita tomar decisiones. Es un valor añadido más que nos diferencia, pero no somos una empresa de estudios de mercado. ●

www.audatex.es

“Precio es lo que se paga, valor es lo que se obtiene”

Audatex no pretende ser el más barato del mercado (lo son donde pueden y hacen esfuerzos por facilitar el precio); su objetivo es aportar valor y ampliar los servicios de manera local, con un *know how* global. Y siguen en ello: además de productos como los mencionados, junto a

AudaMantenimientos, AudaCheck, AudaGlass, etc. la compañía proporcionará en un futuro a medio plazo (en virtud de las sinergias con otras empresas del Grupo), mejoras en sus productos como son las **piezas consultables en 3D**, la **incorporación a su extensísima base de datos de vehículos como los de los nuevos países emergentes** (disponen de un Centro de reciente creación en China), y las **actualizaciones on-line** son otra de sus ventajas.

Además, en el entorno a la gestión de siniestros en el mundo del automóvil, han ultimado la adquisición de **AUTOonline**, el portal web dirigido al sector profesional especializado en la valoración y compraventa de vehículos accidentados y usados, una plataforma que permite fijar el valor residual de un vehículo de manera rápida y sencilla, a partir de la puja que potenciales compradores realizan por los vehículos (coches, motos o vehículos especiales) anunciados en la web. Los vendedores, por su parte, pueden incluir datos detallados de los coches, así como imágenes digitalizadas para mejorar sensiblemente la precisión de las valoraciones. De este modo, es el propio mercado el que determina el precio final a pagar por este vehículo al final de su vida útil.





entrevista

AL HABLA CON

RAFAEL GARGALLO,
GERENTE DE A.R.E. Y CON
NICOLÁS ALFARO,
COORDINADOR DE SU RED DE
TALLERES PROXIMECA

Horizonte 2010

Nos fuimos a Cádiz para que nos contaran cómo están las cosas en el Grupo, para que nos comentaran cómo ven el panorama, sus resultados, sus previsiones y la andadura de la red que defienden; y el mensaje fue claro: salvar el 2009 y trabajar para el 2010.

Rafael Gargallo, gerente, y Nicolás Alfaro, responsable de la red de talleres Proximeca, de A.R.E., son conscientes de los momentos que la economía están viviendo, cuyos efectos llegan a sus socios y clientes, y por eso se muestran muy cautos en sus reflexiones y previsiones 2009; pero eso sí: no van a bloquearse: están animados y confían en el 2010. Y dieron su opinión sobre el sector posventa en España y los grupos que la conforman.

¿Cómo percibe su grupo la realidad del sector?

Rafael Gargallo: La situación económica provoca, en general, mucho parón. Y entre los socios hay miedo por su salud empresarial, ya que los efectos se están padeciendo más gravemente en determinadas compañías. Son socios con más antigüedad a quienes los movimientos (nuevos profesionales, nuevos almacenes que se están abriendo, con un servicio más rápido y personalizado que comprar al fabricante) están afectándoles más.

Los socios siguen creyendo que comprar al fabricante supone un plus, pero es verdad que estructuras de ese otro tipo están hoy muy vigentes, animadas por hecho de que las compañías encargadas de asegurar el riesgo a los fabricantes están reduciendo las coberturas.

Y se están produciendo aperturas de nuevas tiendas de gente joven (aunque con muchos inconvenientes, por la falta de créditos).

A pesar de eso, no hay que ser pesimista. Hay que seguir luchando.

¿Cómo tiene A.R.E. las cifras?

R.G.: Además de haber bajado las cuotas de los socios (ahí lo hicimos mal, aunque la voluntad era buena: facilitarles a los socios la permanencia) y este año hemos tenido la baja de Congost, lo que supone una cifra importante. En septiembre hemos recalculado con los fabricantes la cifra prevista, aunque este año la tendencia haya ido a la baja; este mes de octubre parece que la cosa está repuntando. Es verdad que, después de la regulación de stocks de principios de año y de unos meses como agosto y septiembre, los stocks han ido bajando.

El gran problema es qué pasará en el futuro, porque los talleres no tienen mucho trabajo, ya que la liquidez de las familias no ha mejorado, y se entra en el taller sólo cuando no hay más remedio y el coche no anda...las baterías, por ejemplo, son un producto extraordinario, porque no son caras y si se agotan el coche no va, así que se venden. Pero amortiguadores no se cambian, aunque haga falta: el usuario adapta su conducción.

¿Qué se prevé para este final de ejercicio?

R.G.: 2009 quiero que pase rápido; cumpliendo (aunque sea justito). Creo que nuestras cifras serán buenas en 2010, en el que vamos a tener un buen año: el parque ha vuelto a envejecer, no se han vendido coches, y el parque habrá que mantenerlo, aunque la situación de la falta de venta de vehículos nuevos no nos conviene en el largo plazo. Algo se animará con el nuevo Plan de ayudas aprobado, los bancos parece que (tímidamente) están cediendo, y creo que los talleres verán más trabajo. Hay que animarse, la crisis existe, hay problemas, pero es cíclico. No es un momento óptimo, pero no te puedes achantar. Enero está ahí ya.

¿Qué hay de nuevas incorporaciones?

R.G.: Algunos que se dieron de baja el año pasado nos hablan de volver, y hay tres socios en perspectiva: cerrados, DPR en Estepona, aunque su cifra se notará en 2010. Y hay dos más en Guadix, Granada, y San Martín de la Vega, Madrid; este último, un especialista de V.I. que quiere ampliar a turismo, porque el sector de industriales está aquí peor que el de coches.

¿Son tiempos de cambios?

En épocas de crisis suelen pasar tres cosas, y lo sé porque puedo presumir de ser el más veterano al frente de un grupo: hay quien ha ido solo y busca el calor de un grupo, hay quien es perro viejo y cree que solo podrá conseguir lo mismo (aunque no es así), y hay socios que se han ido a otros grupos pensando que iban a estar mejor y han visto que no es así (AD





Parts aparte, que es una sociedad que funciona muy bien y que lo único que falta es integrarlo materialmente en una sola sociedad: Josep Bosch lo ha hecho muy bien). Grupos como Group Auto Union España, por ejemplo, son demasiado heterogéneos, y no suponen una clara ventaja; a pesar de haber creado una sociedad para comprar, la operación de Auto Sport se ha hecho de socio a socio...

Esa operación, ¿supone para vosotros algún tipo de efecto negativo en vuestras zonas?

R.G.: En absoluto. Es más: puede que sea beneficioso; cuando las zonas son más grandes, hay más problemas en atenderlas. Además, nuestro sector tampoco está preparado suficientemente: en general, no tenemos una formación sólida como para atender esas dimensiones. Las nuevas generaciones sí se están formando y es posible que lo tengan mejor y sepan crear diferenciación y llevar adelante sociedades más grandes. Pero ahora todos más o menos estamos igual (quizá Serca lo está empezando a hacer muy bien, aunque más que un grupo, lo suyo es una manifestación porque son tantos que es difícil la unidad) y la veteranía es lo que marca la diferencia. A GECORUSA les dimos vida nosotros, con nuestros fallos y Dipart son los rescoldos de Biguisur.

Está mal cerrada esa herida...

R.G.: Para mí no se ha cerrado: creamos un proyecto en 1978, y en 2006 unos socios que apenas llevaban cuatro años, y yendo el grupo estupidamente, lo echaron a perder. Pero bueno, mi misión está más que cumplida, y no pienso hacer nada. Ojalá les funcione. Pero Fernando Riesco tiene que ver que se hacen las cosas mal.

¿Qué propuestas de valor añadido preparáis para los socios?

R.G.: Hemos avanzado bastante en maquinaria: el grupo **AGRA** (con quienes llevamos casi 16 años) ha abierto una plataforma nueva cerca de Lyon (que tengo que ir a visitar en breve), con otros grupos (como Starexcel, lo que me contaban en el stand de FEDA en EquipAuto) y nos mandan mensajes de forzar la máquina para montar una plataforma nosotros, aquí

en España, para llevarlo a cabo; nos aconsejan algo de unos 2.000 m2 para empezar .

Es verdad que los momentos son difíciles, y es delicado pedirles ahora dinero a los socios (porque queremos que entren todos los socios: quien no tenga disponibilidad, le buscaremos un crédito blando), pero posiblemente el futuro vaya por ahí, hay que tomar conciencia de ello, y quizá ahora es el momento de buscar una nave con buenas condiciones. Grupos como el nuestro o como otros, que no tiene almacén, al final tendrán que tenerlo, por el bien de los socios: el Grupo no es una ONG, pero algunos podrán tener acceso a productos a los que ahora no llegan porque están tocados económicamente (en nuestro caso son dos empresas, y vamos a tratar de resolver la situación).

En el primer trimestre de 2010, tomamos una decisión. Se ha pensado en Barcelona, Valencia o Madrid (y los franceses votan por Barcelona), las tres bien comunicadas y con los parques más importantes de la península.

Y, ¿cómo están los talleres Proximeca?

Nicolás Alfaro: En enero de 2010 vamos a replantear la oferta a los talleres: como por ejemplo la **atención telefónica**, de la que no están contentos: estamos valorando llevarlo a cabo con unos profesores que les dan cursos de formación para que hagan una *Hot Line*. También vamos a cambiar el vestuario laboral: vamos a jugar con el verde y amarillo, pero sólo como detalles; vamos a introducir el gris o el negro.

El próximo 20 de este mes realizamos el tercer **Congreso Proximeca** (aunque el primero que haga yo con ellos) en Pamplona para charlar con ellos y reflexionar sobre lo que necesitan, pero de una forma muy interna, valorando cuestiones como la imagen (en Proximeca mucho presupuesto iba a parar a luminosos, rótulos externos, etc., aunque luego el usuario no lo percibe, no se da cuenta); vamos a consensuar destinar los presupuestos a cosas que se perciban. Somos 25 en toda España y todavía hay que confirmar cuántos van a asistir. ●

📍 www.agreu.com

¿ CONOCE SUS DERECHOS ?

Protegido por la Ley Europea,
tiene el derecho a reali-
zar el mantenimiento
de su vehículo:

- ✓ En el taller que quiera
- ✓ Con los recambios que elija
- ✓ Desde el primer día y durante todo el período de garantía

Utilice su derecho a elegir libremente qué se hace con su coche y quién realiza el mantenimiento, después de todo se trata de

SU VEHÍCULO

mundo recambio y taller
mryt

ElectroCar

& P



DESDE 1980
APOYANDO A LA
POSVENTA
INDEPENDIENTE

PARA MÁS INFORMACIÓN
VISITE LA PÁGINA

www.r2rc.eu

Puede encontrar la guía de preguntas y respuestas sobre la R2RC
en www.mundorecambiotaller.com



27

Noticias

29

Noticias
Centro
Zaragoza

30

Noticias
CESVIMAP

31

Actualidad:
Talleres Pedro
Madroño y
sus equipos
de carrocería

32

Actualidad:
la red de
talleres
CertifiedFirst,
de congreso

34

Actualidad:
Vallesanauto
inaugura
instalaciones
en Sabadell

35

Actualidad:
VIII
Convención de
Distribuidores
Spies Hecker

36

Fichas
CESVIMAP

19

Informe:
lijadoras y
pulidoras

41

Actualidad:
El sector de
la carrocería
y pintura
en Equip
Auto 2009

PARA EL RECTIFICADO DE PINTURA

3M LANZA EL DISCO TRIZACT P1500



La gama de discos **Trizact** de **3M**, que cuenta con variantes tan populares como los **P3000** en variantes de 150 y 75 milímetros, se ha ampliado con la llegada del disco en grano **P1500**, disponible en formatos de 150 y 75 mm. Pensado para su uso en el proceso de rectificado de pintura, la firma fabricante asegura que este disco elimina las motas y la "piel de naranja" proporcionando un acabado más homogéneo a la vez que reduce el tiempo total dedicado al rectificado. El secreto de su elevado rendimiento es la tecnología de micro-pirámides que mejora el rendimiento del disco con el uso. Es decir, a medida que el microabrasivo se va abriendo, queda expuesta una mayor superficie

de lijado y el proceso se acelera. Así mismo, su utilización "en húmedo" proporciona un control total del polvo de lijado.

Con el lanzamiento de este nuevo producto, el proceso de reparación recomendado por 3M es el siguiente: lijado del defecto con el nuevo **Trizact P1500**; afinado de la superficie con **Trizact P3000** y pulido de la superficie con el sistema **Perfect-It**. 3M también recomienda el uso del **Trizact P1500** entre aquellos profesionales que utilizan la lija al agua a mano **Wetordry** porque acelera el proceso y permite lijar con máquina.

 www.3m.com

EL NUEVO MODELO 3300 PRO DESTACA POR SU BAJO CONSUMO

NUEVA PISTOLA DE PINTURA SAGOLA


Sagola ha lanzado al mercado una nueva **pistola de pintura**. Se trata del modelo **3300 PRO** y el fabricante vitoriano destaca de ella que está fabricada con los más altos estándares de calidad así como su bajo consumo de pintura.

En el proceso de fabricación se han empleado materiales de alta calidad así como los mejores procedimientos de fabricación en aras de obtener los mejores resultados en materia de fiabilidad y calidad en la aplicación de aparejos HS, imprimaciones y masillas. Prueba de la calidad de la nueva pistola 3300 PRO son sus tres años de garantía.

El bajo consumo es otro de sus puntos fuertes. La nueva pistola de Sagola consume poca pintura y poco aire. Esta reducción de consumo no va asociada una merma de rendimiento, todo lo contrario, la 3300 PRO genera la mínima niebla cuando se aparece fuera de la cabina (con la boquilla HVLP) y permite trabajar con rapidez cuando se aplican masillas y al-

tos espesores (boquillas 64S y 62S). Así mismo, los acabados industriales se pueden realizar con rapidez con la boquilla EVO obteniendo resultados satisfactorios. La versatilidad está asegurada gracias a la amplia gama de cabezales de alta transferencia y al amplio elenco de pasos de pintura (1.4, 1.6, 1.8, 2.20 y 2.80).

En materia de diseño y ergonomía, Sagola también da un paso adelante con la nueva pistola de pintura 3300 PRO. Ésta cuenta con un cuerpo de aluminio cromado que aporta robustez y facilidad de limpieza, se ha mejorado la ergonomía para facilitar la labor diaria del pintor y unos nuevos reguladores mejoran el control del caudal de aire y de pintura. Las boquillas de aluminio son de gama alta para obtener una alta transferencia de producto.

 www.sagola.com



ESTE SERVICIO ON-LINE HA RECIBIDO UNA PROFUNDA RENOVACIÓN

EL TALLER VIRTUAL DE DUPONT ES AHORA UN FIVE STAR

El Taller Virtual de **DuPont Refinish** ha sido puesto al día y ahora ha adoptado la imagen de un **Five Star**. A este taller virtual se accede clicando www.dupontfivestar.es y, navegando por este portal, podemos realizar un paseo virtual para conocer el funcionamiento de un taller Five Star desde que el vehículo llega al taller hasta que se le entrega al cliente una vez reparado.

El taller virtual Five Star permite conocer los procesos de productividad que DuPont implanta en su red de talleres de carrocería y pintura así como las ventajas de ser miembro de Five Star. A través de la ruta, los visitantes (se recomienda visitar el taller virtual a gerentes de talleres) pueden conocer cómo incrementar la productividad, cómo promocionar su negocio o como mejorar la calidad de servicio para atraer a nuevos clientes.

Ulrich Bathke, Director de Aftermarket y Programas de Fidelización de DuPont Refinish para EMEA, subraya el éxito que ha tenido el taller virtual desde el primer día, lo que ha motivado su actualización: "*Desde su lanzamiento, el taller virtual ha demostrado ser un apoyo visual muy efectivo. Ayuda a reforzar lo que DuPont Refinish representa y muestra cómo los talleres pueden beneficiarse de ello en su trabajo diario. Además, subraya nuestra posición como la marca de pintura posventa,*



dinámica y productiva, de DuPont y demuestra que ofrecemos soluciones reales para que los talleres incrementen su productividad. Ahora que ya hemos integrado la rotulación de Five Star, podemos afirmar que el taller virtual realmente abarca todo aquello que representa lo mejor de DuPont Refinish". El taller virtual DuPont Refinish lleva un año en funcionamiento.

www.dupontrefinish.es

CESVIMAP IMPARTIRÁ FORMACIÓN A LOS USUARIOS DE LOS PRODUCTOS LECHLER

ACUERDO LECHLER-CESVIMAP

Fruto de la alianza entre **Lechler**, fabricante italiano de pinturas, y el Centro de Experimentación y Seguridad Vial Mapfre, **CESVIMAP**, el pasado mes de julio CESVIMAP realizó labores de **formación** a los profesionales del repintado que trabajan con los productos Lechler. El pasado mes de octubre el acuerdo se puso en práctica ya que se celebró el primer curso de Lechler en las instalaciones de CESVIMAP en Ávila.

Este acuerdo tiene su importancia en el sector ya que Lechler es la primera empresa de repintado que suscribe un acuerdo de colaboración con CESVIMAP. Dicho acuerdo suma las sinergias de Lechler y CESVIMAP, la primera aporta las diferentes temáticas formativas que actualmente imparte a los usuarios de sus pinturas y la segunda, su amplia experiencia y medios a nivel formativo.

www.lechler.it / www.cesvimap.com



Foto cedida por CESVIMAP.

BREVE

Centro Zaragoza ha dado a conocer los **cursos presenciales** que impartirá en **noviembre** y en **diciembre**. La mayoría de ellos están pensados para el profesional del taller de carrocería y pintura. Los más interesantes son: **Reparación de Plásticos** (4 de noviembre, 6 horas, 340 euros), **Reparación y Pintado de Plásticos** (4 y 5 de noviembre, 12 horas, 608 euros), **Pintado de Plásticos** (5 de noviembre, 6 horas, 340 euros), **Técnicas de Reparación de Salpicaderos** (6 de noviembre, 6 horas, 340 euros), **Técnicas de Reparación de Camiones Siniestrados** (16 y 17 de noviembre, 10 horas, 740 euros), **Técnicas de Reparación de Motocicletas Siniestradas** (16 y 17 de noviembre, 10 horas, 740 euros), **Bancadas** (25 al 27 de noviembre, 16 horas, 798 euros) y **Carrocería Rápida** (14 al 17 de diciembre, 22 horas, 1.112 euros). Todos los precios son sin IVA.

www.centro-zaragoza.com

Y ARGACOLOR ORGANIZÓ UNAS 'JORNADAS DE RENTABILIDAD' Chapistería gil, en el calendario Spies Hecker

De Arnedo al mundo, **Chapistería Gil**, taller de carrocería y pintura de esta localidad riojana ha restaurado y pintado un Ford A Sedán del año 1929 que, originariamente había pertenecido al ejército español y que se reincorporó a a vida civil después de la guerra. Los profesionales de Chapistería Gil, taller de la red **Identica** de **Spies Hecker**, han trabajado con los productos de repintado de la marca alemana, especialmente la línea **Permasolid HS Serie 275** de alta calidad, y tras muchas horas de trabajo, el resultado ha sido fantástico, tanto que Spies Hecker lo ha escogido como "obra maestra" por lo que será incluido en el **calendario internacional Masterpieces 2010** de la marca alemana de pinturas de automoción. Prueba de la calidad del trabajo de Chapistería Gil es que ha sido elegido entre los más de 300 candidatos que se presentaron al concurso de obras maestras de Spies Hecker de las cuales doce (una por cada mes) son solo las elegidas para aparecer en el calendario Masterpieces.

Siguiendo con la actualidad de Spies Hecker, **Argacolor**, distribuidor de Spies Hecker para la zona centro peninsular, organizó unas "**Jornadas de Rentabilidad**". Éstas consistieron en tres seminarios a los que acudieron una media de veinte talleres por sesión. La rentabilidad fue el tema principal de las presentaciones en las cuales se abordaron cuestiones como los baremos de reparación, las herramientas de peritación o los procesos de reparación más eficientes, todo para hacer del taller de carrocería y pintura un negocio rentable.

www.spieshecker.es





CERTIFICACIÓN DE PIEZAS DE CZ: Calidad, precio y servicio.

Los servicios de certificación de CZ están dirigidos a verificar de acuerdo con criterios técnicos y objetivos, la calidad de los productos utilizados y de los procesos seguidos para llevar a cabo la reparación de un vehículo siniestrado, permitiendo de este modo a los clientes de este servicio identificar y diferenciar los que cumplen los requisitos marcados por CZ.

La marca "PIEZA CERTIFICADA CZ" se ha convertido en una referencia de calidad y seguridad a nivel internacional, donde se han vendido ya más de 5.000.000 de piezas de carrocería con esta etiqueta identificativa.

De esta manera, CZ contribuye clara y decididamente a la generación de mercados competitivos, al identificar recambios de calidad contrastada, haciendo con ello posible que el taller pueda disponer de varias opciones para reparar con calidad y que el usuario final quede plenamente satisfecho con la calidad, precio y servicio. ◀



La actividad de CZ va cada vez más allá de nuestras fronteras. Además de las piezas certificadas con la etiqueta CZ, que se reconocen y comercializan en la mayoría de los países europeos, CZ ha ampliado la actividad de certificación de talleres a otros países europeos.

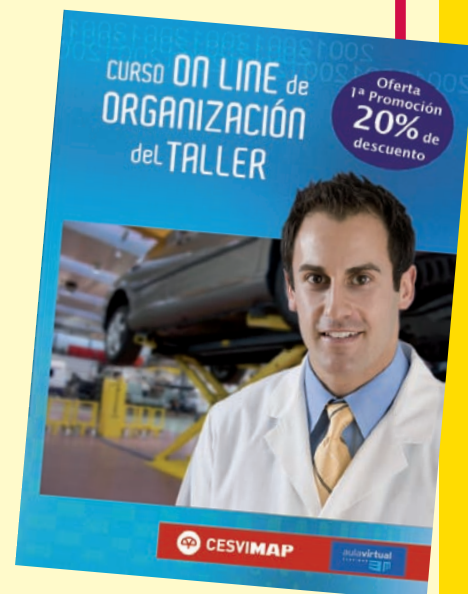
Asimismo, CZ se ha posicionado como un centro de investigación del automóvil que participa permanentemente en proyectos de I+D+i, superando los más altos requisitos para obtener el apoyo financiero y logístico de instituciones europeas, las cuales al mismo tiempo nos han asociado, con otros Institutos y Universidades de amplio prestigio en el ámbito tecnológico mundial para desarrollar conjuntamente novedosos proyectos de investigación. ◀



Curso on line de Organización del Taller

El taller de carrocería y pintura es una empresa integrada por áreas relacionadas entre sí, de modo que la consecución de los objetivos globales dependerá de las aportaciones realizadas por cada una. Su éxito se fundamenta en dos factores clave: las personas y los procesos. En un entorno cada vez más competitivo, la fidelización del cliente es uno de los argumentos que garantizarán la supervivencia del taller. La preocupación por satisfacer al cliente debe estar presente desde su entrada en el taller hasta su despedida tras la reparación. Así, en noviembre dará comienzo el primer Curso on line de *Organización del Taller* de CESVIMAP. Este curso se enmarca dentro de la experiencia del Centro de Experimentación y Seguridad Vial MAPFRE de más de 8 años impartiendo formación on line, y a las 12 ediciones de su curso "estrella" de *Iniciación a la*

Peritación de Automóviles y la primera edición del Título Universitario de *Especialista en Postventa en Automoción*.
 Duración: 3 meses (75 horas)
 Finalizado el curso, los alumnos seguirán teniendo acceso al Aula Virtual y a sus materiales durante los siguientes 6 meses.
 Metodología: 100% on line, tutelado por profesorado de CESVIMAP que también ha desarrollado los materiales didácticos.
 Certificado: Una vez superado el proceso global de evaluación, CESVIMAP entregará el certificado de aprovechamiento del Curso On Line de Organización del Taller, en el que figurará la calificación obtenida en cada módulo, siempre y cuando se realice, al menos, el 80% del curso.
 Profesorado: Los materiales y la tutoría son realizados por personal especializado en formación on line de CESVIMAP.



I Ciclo de conferencias CESVIMAP

Dentro de la Cátedra CESVIMAP, firmada entre esta entidad y la Universidad Católica de Ávila, ya ha dado comienzo el I Ciclo de Conferencias CESVIMAP, en su primera jornada: El presente del sector de la automoción: fabricación, venta, postventa y reciclado.

El 15 de diciembre tendrá lugar a segunda jornada, bajo el tema: Gestión de recursos del taller de automoción: constitución, personas y tecnología.

Esta jornada contará con una conferencia sobre "Trámites para constituir una empresa y líneas de ayuda y subvenciones. Concesionarios, talleres, recambios y otros servicios postventa", impartida por la Cámara de Comercio de Ávila.

Los temas de "Selección de personal" y "Motivación y liderazgo" los pronunciarán personalidades de MAPFRE; "Spiga+" será impartido por Lidera Soluciones; de "Fiscalidad" hablará la propia Universidad Católica de Ávila y "Financiación" será explicado por Caja de Ávila.

Estas entidades se suman a la presencia de Ford, Volvo, Ibericar, Aniacam, Anfac, Faconauto, Ganvan y Sernauto, que estuvieron en las jornadas del 27 y 28 de octubre, inaugurando el Ciclo de Conferencias.

Para inscribirse gratuitamente, rellene y envíe el boletín que encontrará en www.cesvimap.com





El alcalde de la ciudad, dirigiéndose al equipo directivo.

TALLERES PEDRO MADRÑO, CERTIFIEDFIRST, ACTUALIZA SUS EQUIPOS DE SECADO DE CARROCERÍA

El RoboDry de Symach, operativo en Talavera

Un taller de referencia incorpora un sistema de secado revolucionario para conseguir que sus clientes experimenten satisfacción e ilusión en lugar de preocupaciones.



La segunda generación familiar, junto a la primera: (de derecha a izquierda) José Carlos Madroño, Marisol Cerro, Pedro Madroño y Ángel Madroño.



Ángel Madroño, dirigiéndose a los asistentes.



El RoboDry, mientras se realiza una operación de repintado.

Pedro Madroño es el impulsor de una empresa familiar, **Talleres P. Madroño**, actualmente regentada por sus dos hijos, **Ángel** y **José Carlos**, y que opera en Talavera de la Reina, Toledo, en unas instalaciones de 1.700 abiertas al público en marzo de 2005, que ahora van un paso más allá con la incorporación del innovador sistema de secado **RoboDry** de **Symach**, unos equipos que distribuye en exclusiva para nuestro país el equipo de PPG, y que consiguen unos tiempos de secado realmente revolucionarios.

Presentado en sociedad

Para presentarlo en sociedad, realizaron un multitudinario acto el pasado 29 de octubre en sus instalaciones al que acudieron, además de clientes, proveedores, compañías de seguros y amigos, las principales autoridades municipales, como el alcalde de la localidad, **José Francisco Rivas**, o el Subdelegado del Gobierno en Toledo, **Javier Corrochano**. Tras la entrega de una placa conmemorativa al impulsor del proyecto del Centro integral de asistencia del automóvil, Ángel Madroño explicó que su voluntad es conseguir que sus clientes experimenten satisfacción e ilusión, sustituyendo al demasiado habitual momento difícil que supone para muchos la entrada en un taller. El alcalde de la ciudad también les dedicó unas palabras de reconocimiento a la labor de toda una vida y hubo un momento lúdico con la actuación de un mago.

Uno de los mejores talleres españoles

La compañía lleva más de 40 años dedicada al negocio de la reparación, siendo un referente en su ciudad, para su provincia, y modélicos para el resto del Estado, gracias a su constante renovación profesional, calidad, seriedad y preocupación mediambiental. Algo que ha sido reconocido con diversos premios y distinciones, como el TQ de oro de **CESVIMAP**, el primer taller en conseguirlo o el Cinco Estrellas de **Centro Zaragoza**, entre otros.

Trabajan con el Grupo PPG desde hace más de 12 años (con su marca **Nexa Autocolor**) y son uno de sus talleres de referencia en la red de profesionales altamente especializados **CertifiedFirst**. ◀

- 📍 www.tallerespedromadrono.com
- www.nexaautocolor.com
- www.certifiedfirst.com



Talleres P. Madroño, un referente en la ciudad, la provincia y un ejemplo para el resto del estado.

CONGRESO CERTIFIEDFIRST, LA RED DE TALLERES DE CARROCERÍA DE PPG, EN CASTELLDEFELS, 20 Y 21 DE OCTUBRE

VISIBILIDAD PARA DINKIES Y ALFA

La red de talleres de carrocería CertifiedFirst celebró su Congreso bajo el lema "Menos es Más", una frase proveniente de la arquitectura en alusión a conseguir más resultados, rentabilidad y productividad con menos complejidad, y despilfarro: se presentó a los asistentes una gama de soluciones con el fin de reducir el tiempo de permanencia del vehículo en el taller.



A lo largo de todo el congreso se iba repitiendo el video corporativo que ponía el acento en la evolución tecnológica de los vehículos y los tiempos ("los '50 no volverán", repetían insistentemente durante las intervenciones) mezclando el genio creativo (Picasso) y el futuro más *cibertecnológico* (vehículos más cercanos a naves espaciales pilotados por el Tom Cruise de *Minority Report*). Para enfatizar lo de que menos es más, el equipo de **PPG Refinish Ibérica** (tal como vemos en la imagen de entrada, de izquierda a derecha, **Juan Navarro**, director de marketing, **Ignacio Bravo**, director de las marcas, **Xavier Pegueroles**, coordinador de la red de talleres, **Jesús Jiménez**, director comercial) iba desgarrando datos y propuestas con el fin de que los talleres asistentes (80 de los 120 que conforman la red, de la mano de los distribuidores (parte de los asistentes lo eran) localicen los elementos que le hagan estar en "pole" en el mercado, eliminando lo innecesario y ofreciendo antes que los competidores aquello que los clientes necesitan.

Pero no cualquier cliente: los *Dinkies* y las mujeres *Alfa* (las parejas sin hijos y con dobles ingresos, y las directivas prescriptoras). Los clientes normales ya no existen; si acaso, son (y retorremos la oreja del idioma) *transnormales*, es decir, que encajan en una categorización determinada para la que hay que perfilar su necesidad específica. Y resolverla satisfactoriamente, antes que nadie.

Primera jornada: datos, formación, servicios

En la primera jornada, los temas presentados abarcaron una serie de datos de mercado: las matriculaciones (con una caída algo menor tras el Plan 2000E), el parque (que se incrementa), la edad del mismo (que envejece y supone mayores incrementos de reparación), la tipología de daños (los leves se incrementan, una tendencia que a pesar del descenso puntual de 2008 va a seguir al alza), los importes de las reparaciones (cada vez mayores), el precio/hora (que se eleva), el renting (que crece, cuyos porcentajes de entrada en taller son más altos que los vehículos de flota tradicional), tras los que se planteó qué quieren los clientes, afirmando que se trata de simplificar un problema (llevar el vehículo al taller) empalizando con ellos.

Tras una intervención en la que se explicó la filosofía



del Grupo por orientarse al futuro y responder sin defraudar a los clientes, orientándose al mercado, siendo esto más fácil en una red como CertifiedFirst (se presentó la nueva imagen de **Auto Romo**, totalmente adaptada al libro de estilo corporativo).

Se habló formación específica, destinada a reducir el ciclo de permanencia del vehículo en el taller, especialmente en metodologías *Lean* y *SixSigma* aplicadas a la carrocería, y que ya se están implementado en Estados Unidos desde hace unos años. También se presentaron los equipos de secado de **Symach** con sus *Drytronic*, de la que PPG es distribuidor exclusivo, que permiten reducir al mínimo los tiempos de espera durante el secado en el proceso de reparación.

Segunda Jornada: proveedores y lección magistral

En la segunda jornada, determinadas empresas del sector, vinculadas al Grupo fabricante PPG y su red, explicaron cómo pueden ayudar a los talleres a mejorar sus procesos de gestión.

Línea Directa Asistencia presentó un programa de recambios ("originales"), aconsejaban con vehemencia -queriendo decir marquista- pero siempre dejando la decisión final al taller) de la mano de **Luis Juárez** (y bajo la atenta mirada de **José Ignacio López Baillo**, profesional bien conocido en la posventa por su anterior vinculación a una multinacional fabricante de componentes).

Antonio Vázquez, gerente posventa de **GT Motive**

hablaba de su sistema de valoraciones mediante el UltraMobile PC, que aglutina telefotoperitación, emisión de OR, etc.)

Mensaelect, presentaba su servicio de facturas electrónicas, gracias a su acuerdo con TIREA.

Juan Sanguino, de **CSS** presentaba su herramienta para agilizar los procesos de trabajo, integrada a los distintos sistemas de peritaciones.

Fernando Tejero, de **Audatex** explicaba las características de sus aplicativos AudaPlus, AudaVin, Audamantenimientos o AudaReferencias, unos programas con los que la agilización de procesos y tareas permiten la mejora de la gestión del taller.

Finalmente, **Carles Torrecilla**, profesor de Marketing en **ESADE** (donde los talleres de la red tiene un programa de formación a cinco años vista) explicó a los asistentes, de forma amena y vibrante, la importancia de un enfoque al cliente, capaz de satisfacer las demandas de los nuevos segmentos de mercado que están apareciendo en nuestro sector: *Dinkies* y *Mujeres Alfa*, como objetivo del empresario del taller de reparación.

Las jornadas, que obtuvieron buena participación por parte de los asistentes en el turno de preguntas, terminaron con la intervención del director de ventas de PPG, en la que explicaba el equipo que la marca pone a disposición del taller, remarcando que las ventas, con clientes vinculados y fidelizados, vienen solas. ◀

www.certifiedfirst.com
www.ppgrefinish.com



Juan Navarro, en una de sus intervenciones.



Antonio Vázquez de GT Motive.



De izquierda a derecha: Ignacio Bravo y José Ignacio López Baílo.



Ignacio Bravo, dando datos de mercado.



Mensaelect, una solución para evitar pérdida de tiempos en gestión de la facturación.



Muy amena, interesante y vibrante intervención: Carles Torrecilla, de ESADE



Xavier Pegueroles, explicando las características de una gestión bajo prisma Lean o Six Sigma.



Fernando Tejero, presentando sus productos AudaTaller o AudaVin (donde sí es posible la consulta de TODOS los dígitos del número VIN, tal como nos dijo).



Jesús Jiménez, hablando del equipo y las ventas.



Luís Juárez, respondiendo a las cuestiones planteadas por la audiencia.



Los asistentes se animaron en el turno de ruegos y preguntas.

EL DISTRIBUIDOR DE STANDOX HA INAUGURADO SU TERCER PUNTO DE VENTA

VALLESANAUTO CONFIRMA SU EXPANSIÓN

Más de mil metros cuadrados que incluyen almacén, box de pintura o sala de formación, equipamiento a la última, nueve vehículos de reparto y 14 personas en plantilla. Así son las nuevas instalaciones de Vallesanauto en Sabadell (Barcelona). En ellas, el distribuidor de Standox ha invertido más de dos millones de euros.

El pasado 6 de octubre **Vallesanauto** inauguró unas **nuevas instalaciones** en **Sabadell (Barcelona)**. Este nuevo punto de servicio es el tercero que pone en marcha Vallesanauto uniéndose al otro que tiene en Sabadell y al de Manresa (Barcelona). La empresa vallesana distribuye productos **Standox** a un área de influencia que abarca las comarcas del Vallès Occidental y Oriental, la zona de Manresa, el norte de Catalunya y Andorra. Al acto de inauguración acudieron numerosos talleres clientes de Vallesanauto así como directivos de Standox como la Directora General, **Lourdes García**, o el Director Comercial, **Assís Parés**.

Espectaculares

Las nuevas instalaciones de Sabadell superan los mil metros cuadrados y están equipadas a la última, no en vano se han invertido en ellas más de dos millones de euros, cuenta con zona de almacén y box de pintura, zonas de recepción de visitas, de pedidos, de expediciones, de atención al cliente y una sala de formación donde Vallesanauto tiene previsto organizar cursos breves sobre sistemas de trabajo, nuevos productos, etc. Para la actividad diaria cuenta con nueve vehículos de reparto y la plantilla va a estar compuesta por 14 empleados. Los responsables de este punto de servicio son **Rafael García**, **José Ramón Bretó** y **Antonio Sánchez**, expertos en el sector de la carrocería desde hace más de 25 años y socios fundadores de Vallesanauto en 1994. Tuvimos ocasión de charlar durante la presentación con Rafael García quien comentó que la filosofía de Vallesanauto es actuar con prudencia pero con seguridad. En palabras de García: "Si hemos realizado esta inversión es porque la hemos

podido asumir. Nuestro objetivo es ser sólidos, no estar presentes hoy en el mercado y mañana, no." Tampoco puede disimular su entusiasmo ante las nuevas e impresionantes instalaciones: "Hemos intentado hacer una inversión bien hecha, hemos cuidado todos los detalles y la hemos hecho pensando en el futuro". Y ha subrayado el papel de Standox: "Ha colaborado en todo con nosotros y por nuestra parte intentamos promocionar la imagen de Standox". García nos confirmó la extensa cartera de clientes de Vallesanauto, entre 350 y 400 de los cuales, entre el 85 y el 90% son clientes de automoción.

En abril de 1994 Vallesanauto inició su andadura como distribuidor de productos para la reparación de carrocerías y para la industria en general. En 2001 se trasladó de la calle Milà i Fontanals de Sabadell a una calle más céntrica de la ciudad catalana, al Paseo de Rubió i Ors. La mayor capacidad de las nuevas instalaciones le permitió ampliar sus actividades ofreciendo también pintura de decoración. También en 2001 puso en marcha la tienda de Manresa. Actualmente ofrece a sus clientes más de 2.500 referencias vivas para la venta, seminarios de rentabilidad del taller y de sistemas de pintado (*MicroRepair*, *StandoFlash*, *StandoFleet*, *ExclusiveLine*), promoción de abanderamientos de taller (*Eco Standox*, *StandoRapid* y *Repanet*), formación de profesionales, asesoramiento en diseño de talleres y herramientas para la rentabilidad. Así mismo, promueve la calidad en la reparación con conceptos como el *Colour for Life* o el sistema *Multimix*. Desde su nacimiento en 1994 Vallesanauto ha trabajado con Standox. ◀

www.vallesanauto.com



Las nuevas instalaciones de Vallesanauto, de más de 1.000 metros cuadrados, están en la calle Sant Ferran de Sabadell (Barcelona).



Lourdes García, Directora General de Standox, entregó una placa de reconocimiento a los socios de Vallesanauto, de izquierda a derecha, José Ramón Bretó, Rafael García y Antonio Sánchez.



Box de pintura de las nuevas instalaciones.



Vista del amplio almacén.

SPIES HECKER CELEBRÓ SU VIII CONVENCIÓN DE DISTRIBUIDORES

Compromiso mutuo

Bajo este lema Spies Hecker reunió a su red de distribución en España. Sergi Blanc, Director de la marca alemana de repintado, les confirmó que Spies Hecker va a seguir apostando por ellos para seguir siendo una de las marcas más valoradas y que más ha crecido a nivel de ventas. A cambio, les emplazó a mantener la profesionalidad y el trabajo desempeñado hasta ahora. Lo dicho, Compromiso mutuo.



Sergi Blanc, Director de Spies Hecker en España, subrayó que los distribuidores han sido la clave del éxito de la marca en los últimos años.

Spies Hecker celebró los días 1 y 2 de octubre en Madrid la octava edición de su **Convención de Distribuidores**. En ella se trazaron las líneas maestras del trabajo conjunto entre la marca de repintado y su red de distribuidores.

El objetivo de Spies Hecker es mantener el importante ritmo de crecimiento que ha tenido en el mercado español en los últimos años. En este crecimiento los distribuidores han jugado un papel clave tal como subrayó **Sergi Blanc**, Director de la marca en España: *"El compromiso de nuestros distribuidores con la marca Spies Hecker es total y la situación del mercado es propicia para plantear nuevos retos"*. Blanc también dejó clara la apuesta de Spies Hecker por el mercado español: *"Recursos, medios, motivación e ilusión no van a faltar por parte de la marca y de nuestros socios distribuidores"*.

En su discurso, el Director de la marca alemana, recordó a los asistentes que Spies Hecker no solo es la marca de productos de repintado que más ha crecido sino que también es una de las más valoradas por todos los profesionales de la posventa. Prueba de ello es la gran cantidad de acuerdos comerciales que mantiene con los principales fabricantes de automóviles. *"Nuestros planes de crecimiento para los próximos años son ambiciosos y suponen un reto motivador para todos nosotros"* confirmó Blanc.

Premio a la Mejor Labor de Distribución

Tras pasar balance a la actividad de Spies Hecker en el último año y conocer los planes de futuro, la Convención culminó con una cena de gala en la que se entregó el **Premio a la Mejor Labor de Distribución**. En esta ocasión el galardón recayó en **Pinturas y Herramientas Europa**, distribuidor alicantino que fue uno de los primeros en incorporarse a la red de distribución de Spies Hecker en España. De hecho, Pinturas y Herramientas Europa ha trabajado con Spies Hecker desde que la marca de repintado desembarcó en España en 1995. Recogieron el premio **Juan Gallofré**, fundador de la empresa, y sus dos socios, **Ovidio Huete** y **César Gisbert**. Gallofré, intervino para agradecer el apoyo de Spies Hecker durante todos estos años recalcando: *"Sin su confianza, el premio no hubiera sido posible"*. ◀

www.spieshecker.es



Los asistentes a la Convención celebraron el aumento de ventas y la gran valoración de Spies Hecker en el mercado.



El equipo de Pinturas y Herramientas Europa recibió el Premio a la Mejor Labor de Distribución. En la imagen posan con miembros de Pinturas Santafé y con directivos de Spies Hecker.

Novedades de producto

La VIII Convención de Distribuidores fue aprovechada por **Spies Hecker** para presentarles un par de novedades de producto: la nueva línea **Permafleet** para vehículo comercial y los últimos colores de la gama **Chroma Flair**. Bajo la marca Permafleet, Spies Hecker ha unificado toda su oferta en productos para la reparación de vehículos industriales. Esta gama está compuesta por imprimaciones, aparejos, pinturas y barnices y destaca por su flexibilidad a la hora de adaptarse a los distintos procesos de reparación y por sus reducidos tiempos de espera. Según **Arno Steyns**, especialista en vehículos comerciales de Spies Hecker: *"Un taller que utilice este sistema puede elegir entre tres calidades de pintura diferentes. Sin embargo, el elemento fundamental en todos los casos es siempre el acabado Permafleet 670/675 de calidad superior. En las reparaciones, el sistema restaura la fuerza química y mecánica de la pintura y es ideal para acabados multicolor"*.

Por lo que respecta a la línea Chroma Flair, son pigmentos para el repintado de pinturas con efecto de color y recientemente ha sido ampliada con la incorporación de seis nuevos colores (ver **MRYT** número 321 octubre 2009, página 19).



Carrocería

Datos técnicos del Volvo C70 Cabrio

Las sensaciones al conducir un vehículo cabrio son totalmente distintas a las que proporciona un automóvil convencional. Volvo ha concebido el C70 Cabrio, un automóvil exclusivo por sus líneas y equipamiento. Este atractivo modelo combina funcionalidad y seguridad, mediante la incorporación de varios dispositivos y sistemas destinados a proteger a los ocupantes.



Identificación del vehículo

Volvo comercializa el C70 Cabrio con tres tipos de motores, entre 163 CV y 240 CV. También existe una versión con techo rígido, denominada Coupé. El Volvo C70 Cabrio se identifica a través de su número VIN, localizado en la pestaña de la chapa salpicadero, dentro del habitáculo del motor. La placa del constructor está situada en el pase de rueda izquierdo, junto a la batería.

Y V 1 N C 5 3 K 6 Y J 0 1 1 6 2 0

Y V 1 | Identificación mundial del fabricante VOLVO CAR CORPORATION
 N | Tipo de vehículo C70
 C | Número de puertas: 2
 53 | Tipo de motor B5234T3
 K | Emisión: tipo de catalizador
 6 | Caja de cambios, automática AW42
 Y | Modelo del año, 2000
 J | Código de fábrica
 0 1 1 6 2 0 | Nº de chasis

Placa del fabricante:

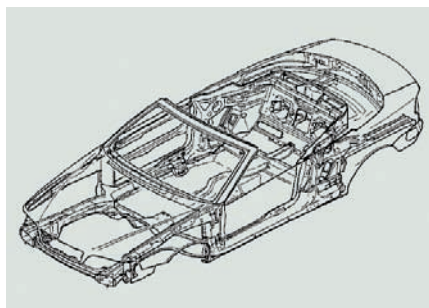
VOLVO CAR CORP.		MADE IN SWEDEN
e4 * 98/14 * 0015 * 06		23
YV1NC53K6YJ011620		1866
2030 Kg.		417-26
3630 Kg.		
1110 Kg.		J11SDMS5
0970 Kg.		

→ Código de homologación del vehículo
 ← Código de equipamiento mecánico
 ← Código de color

Estructura de la carrocería

El Volvo C70 Cabrio está construido con piezas de alto límite elástico, con un tratamiento térmico especial. Además, la carrocería está completamente galvanizada, tanto en sus piezas exteriores como interiores. En la configuración estructural del vehículo, se pueden distinguir tres zonas:

- Zona de deformación delantera: Especialmente reforzada, a través de los largueros y de los refuerzos de los pases de rueda. El subchasis está dotado de tirantes interiores.
- Zona de deformación posterior: Diseñada para que, en caso de sufrir un impacto trasero, las fuerzas se transmitan a través de los largueros traseros hacia el refuerzo posterior, en forma de herradura. Esta configuración, así como la de la tapa de maletero, está pensada para que, ante un impacto trasero, la zona posterior se pliegue como una tienda de campaña.



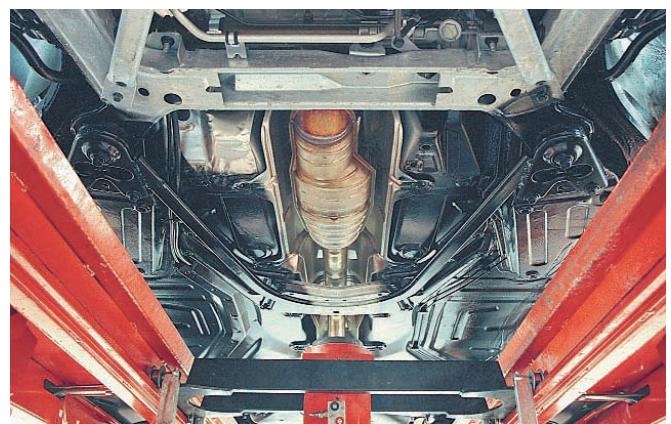
Carrocería desnuda del vehículo

- Zona de deformación lateral: Especialmente reforzada en el costado, estribo bajo puertas, barra de la puerta y montante del parabrisas. En el supuesto de un impacto lateral, las fuerzas se transmiten hacia el piso o los largueros, dejando a salvo el habitáculo.

Equipamiento de seguridad

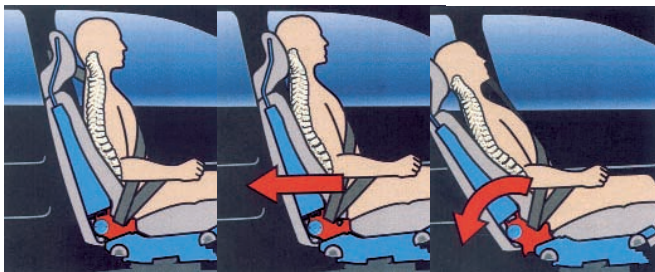
Los dispositivos de seguridad más destacados que incorpora el Volvo C70 Cabrio son los siguientes:

- SISP: Sistema genuino de Volvo, que canaliza las fuerzas que genera un impacto lateral. Se trata de un estudiado sistema de seguridad pasiva, mediante el cual se refuerza la estructura del montante central, entre las puertas y el suelo de la carrocería, con barras transversales que aumentan la rigidez y absorben más energía.



Elemento estructural, parte del sistema SISP

- WHIPS: Sistema exclusivo de Volvo, que reduce las fuerzas que actúan sobre la columna y el cuello de los pasajeros de las plazas delanteras en las colisiones traseras. Ante un impacto de cierta intensidad, el respaldo se libera, desplazándose hacia atrás junto con el ocupante. Una vez que la espalda del ocupante está protegida contra el respaldo, éste se inclina hacia atrás para reducir las fuerzas que tienden a empujar la cabeza hacia delante.



Funcionamiento del sistema WHIPS

- ROPS: Sistema de protección en caso de vuelco. El Volvo C70 Cabrio dispone, justo detrás de los reposacabezas de los asientos traseros, de unos arcos de seguridad, que se activan eléctricamente en caso de sufrir un vuelco, creando una zona de supervivencia entre el vehículo y el suelo.
- SIPSBAGS: Sistema de airbag lateral, integrado en el lateral del respaldo de los asientos delanteros.
- SISTEMA DE FRENADO: El Volvo C70 dispone de un sistema de distribución electrónica de la frenada, que forma parte del sistema ABS, y controla la fuerza de frenado en las ruedas traseras.



Arcos de seguridad



Airbag lateral

- STC: Este sistema de control de estabilidad de tracción está diseñado para evitar que las ruedas pierdan la tracción durante la aceleración. A baja velocidad, hasta 40 km/h, el STC transfiere la potencia desde la rueda de tracción que esté patinando a la rueda de tracción que no ha perdido el agarre. La función de ayuda al arrancar se basa en los frenos ABS. Ya en marcha, y a cualquier velocidad, el STC disminuye el par motor, reduciendo la cantidad de combustible inyectado. El tablero de instrumentos incorpora un dispositivo para activar o desactivar el sistema STC.

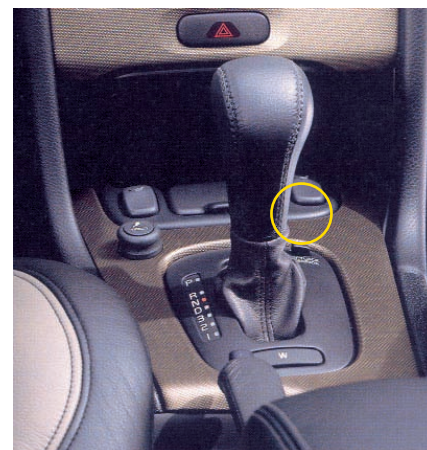
• CAJA DE CAMBIOS AUTOMÁTICA:

El cambio de marchas automático no podrá moverse de la posición P (Parking) a menos que la llave de encendido esté conectada y girada a la posición 1. Por el contrario, la llave no puede extraerse a no ser que el cambio de marchas esté en la posición P.

Esta caja de cambios dispone de un sistema de adaptación, gracias al cual la unidad de mando memoriza continuamente el comportamiento de la transmisión y asegura que se efectúe la selección de la marcha correcta. La unidad de mando también evalúa la forma de conducir y la fuerza que se ejerce sobre el pedal del acelerador.

Otra de las características de esta caja de cambios es que, al pisar el pedal del acelerador a fondo, más allá de la posición normal a pleno gas, se produce un cambio inmediato a la marcha inferior. A esta función se la denomina kick-down. Cuando el conductor suelte el pedal del acelerador, o el motor alcance la máxima velocidad a que puede llegar en esa marcha inferior, el cambio regresará automáticamente a la marcha superior. Esta caja de cambios posee además un dispositivo denominado lock-up, que hace que el régimen del motor y el consumo descendan.

El cambio disfruta, por último de un programa de invierno, para conducir sobre superficies resbaladizas.



Botón de activación del STC

Particularidades de la capota

Los travesaños de la capota y todos los arcos están unidos entre sí mediante una banda, a cada lado. Esta banda es de material textil y se atornilla a los arcos con separación exacta.

Para el accionamiento de la capota existen cinco motores; uno para el mecanismo de cierre delantero, dos para el arco tensor y otros dos para elevarla o bajarla.

El sistema eléctrico de accionamiento de la capota constituye una unidad. Eso quiere decir que, al desmontar la capota, hay que quitar el tronco completo hasta la unidad de mando.

Las piezas sustituibles de la capota son la sección delantera, el arco tensor y el brazo de cierre delantero



Volvo C70 Cabrio capotado

LIJADORAS PARA EL TALLER DE CARROCERÍA Y PINTURA

Herramienta generalizada en el taller de chapa y pintura, el uso de una lijadora apropiada puede ahorrar mucho tiempo en los procesos de reparación. Sus ventas se muestra estables ya que, por un lado se están adquiriendo lijadoras de acabado para adaptarse a las nuevas tecnologías de repintado pero, por otro, la mayor duración de esta herramienta comporta un menor número de ventas.



IMPRESCINDIBLES

La lijadora es una de las herramientas más utilizadas por el taller de carrocería y pintura. Según la mayoría de proveedores, sus ventas están estabilizadas y esta estabilidad es el resultado de varios factores que confluyen en el mercado.

Aunque es un producto muy generalizado, factor que debería provocar un descenso de las ventas, éstas logran la estabilidad gracias a que los profesionales del taller compran nuevos modelos más modernos para adaptarse a los nuevos métodos que supone trabajar con sistemas de repintado de última generación. Así lo explica un fabricante de referencia: "Las ventas de lijadoras en 2008 se mantuvieron estables en el mundo de la automoción debido a que en muchos talleres las lijadoras de acabado no estaban presentes, y con las nuevas tecnologías de pintado eran necesarias". Este mismo fabricante ahonda en las necesidades

del taller: "En 2009 la venta se ha ralentizado pero cuando trabajamos junto al taller nos damos cuenta de que todavía hay un campo de actuación enorme ya que, con un sistema de lijado correcto, se puede ahorrar mucho tiempo de preparación. Es un mercado complicado porque está muy acostumbrado a sistemas tradicionales de preparación de superficies. A los talleres, las inversiones en maquinaria, aunque sean pequeñas, les cuesta decidir las. Creo que viene motivado por unos años donde compraban de todo aunque no les hacía falta. Y ahora son reacios, piensan que les estas engañando. En estos momentos los cambios en las pinturas, aparejos y barnices les están "obligando" a realizar cambios y cuesta hacérselo ver. Tenemos suerte de que cuando trabajamos codo con codo en el taller, el pintor se da cuenta de las mejoras y se anima a innovar".



La lijadora es una herramienta que cada vez dura más. Esta mayor vida útil reduce el número de unidades vendidas.

Mayor duración, menos ventas

El fenómeno alcista que supondría la adquisición de lijadoras para adaptarse a los nuevos métodos de reparación se ve minimizado por el aumento de la calidad de esta herramienta. Las lijadoras, fruto de la mayor calidad, se alarga la vida útil de la herramienta lo que se traduce en que el taller compra menos porque le dura más. De forma clara lo explica un proveedor: "La aparición de nuevos modelos ha elevado la calidad del producto haciéndolo más duradero. También influye la adecuación de las instalaciones de aire comprimido para que las herramientas neumáticas alarguen su vida útil".

Este aumento de la calidad que alarga la vida de las lijadoras se constata en las primeras marcas, las cuales copan el mayor porcentaje de ventas. Sin embargo, conviene estar atento a determinados productos de origen difuso y que no cumple con determinados estándares de venta y posventa, tal como advierte un importante proveedor consultado: "El mercado de la lijadora está sufriendo un cambio importante debido a las deslocalización de los fabricantes a países asiáticos y con una oferta de precios muy dispar. Hay básicamente dos tipos de

ofertas en el mercado: máquina ó máquina con servicio pos venta". Este mismo proveedor apunta otra cuestión interesante, el mecanismo de funcionamiento de este mercado y sus consecuencias: "Las máquinas lijadoras se utilizan como vehículo de ventas para los abrasivos por lo que gran parte de las máquinas que llegan al taller llegan gratis como parte de una oferta de lijas. Suele haber una cierta sobresaturación de máquinas en los talleres por lo que en época de crisis se reducen los volúmenes de pedidos, ya no entran tantas máquinas en los

talleres y se incrementan las reparaciones". Otra interesante opinión sobre este mercado, en relación a su idiosincrasia y evolución la aporta un fabricante de relevancia: "La principal ventaja de este mercado es que es muy transparente, si el producto va bien, rápidamente el mercado lo conoce. Por otra parte, actualmente se está dando especial importancia, por su necesidad actual, al modelo para retoque y reparación rápida, un proceso que cada vez se da más en el taller y que, por tanto, irá evolucionando de forma muy positiva en el presente y en el futuro".

Oferta destacada

A continuación les comentamos la oferta en lijadoras de algunos de los proveedores más destacados de este mercado:

CAR REPAIR SYSTEM

Atarfe (Granada). Firma importadora y distribuidora cuya cartera de productos para el profesional de taller de carrocería y pintura incluye la gama de lijadoras de las marcas Car Repair System (marca propia) y Telesch. Todos los modelos propuestos son neumáticos y destacan las lijadoras GPS, B80AS, B407AS y la mini lijadora-pulidora *Cars*. Con este elenco cubre cualquier necesidad del taller carrocerero. Así, los modelos GPS 304 y 305 son para plato de 150 milímetros con órbitas de 2,5 y 5 mm respectivamente por lo que resultan ideales para el trabajo diario. Las GPS 306 y la mini lijadora-pulidora *Cars* cuentan con plato de 75 mm. El modelo *Cars*, además, incorpora plato de 35 mm para la rectificación de defectos antes del pulido. De hecho, esta mini lijadora-pulidora ha sido el último lanzamiento de la firma granadina, neumática y orbital de 2,5 mm completa, se presenta en un maletín denominado *Kit Smart Repair* compuesto por la lijadora, platos de 75 y 35 mm, regulador de aire, lijas, boinas de pulido de tres pulgadas y los útiles de montaje. Las lijadoras GPS, sin embargo, son las estrellas de la oferta por las distintas opciones que ofrecen al carrocerero-pintor: órbitas de 5 y 2,5 mm, platos de 150 y 75 mm, ligereza (solo pesan 750 gramos) o el innovador sistema Palma que permite la sustitución de los platos sin necesidad de tener que recurrir a ninguna llave ni ningún otro utensilio.

EMM ESPAÑA

Madrid. Filial española de la holandesa EMM, empresa fabricante y distribuidora de productos para el taller de chapa y pintura que se comercializan bajo las marcas Colad, Hamach, Tander, Ronin y CWN. Con la marca Hamach, propone lijadoras y pulidoras, concretamente hasta 27 modelos entre los que encontramos variantes eléctricas y neumáticas, lijadoras con platos de 30 milímetros (para retoques), 75 mm (para pequeñas reparaciones), 150mm (medida estándar para las reparaciones más habituales) y 200mm (para reparaciones de gran superficie sobre furgonetas o camiones). Desde EMM explican que la gama se estructura a partir de los procesos de lijado que los han concretado en tres: lijado de masillas en el que se usa una máquina roto orbital para grandes desbastes; lijado final de masillas y decapados con máquinas de orbital de 5mm y lijado de aparejos con máquinas de órbita de 3 mm. Dentro de la gama de lijadoras Hamach, los modelos HD 98 y HD 983, variantes neumáticas de una mano, son las más destacadas. Se caracterizan por ser muy robustas, manejables y aportan una elevada capacidad de aspiración. Así mismo, se equipan con dobles rodamientos protegidos contra el polvo. Las últimas en incorporarse al

catálogo son las PHP300VD y 165VD, lijadoras neumáticas planetarias especialmente diseñadas para procesos de preparación. Equipadas con manómetro digital e interruptor de apagado automático, pueden trabajar con platos de 150 y 200 mm.



Lijadora Hamach HD 98. Neumática de una mano, destaca por su elevada capacidad de aspiración.

KWH MIRKA IBÉRICA

Sant Andreu de la Barca (Barcelona). Es la importadora de la marca finlandesa Mirka, un referente en el mercado de los abrasivos pero que también pone a disposición del taller de carrocería y pintura lijadoras. La oferta asciende a quince modelos entre lijadoras orbitales, rotorbitales, eléctricas y neumáticas. Así mismo, la versatilidad está asegurada ya que permiten la realización de labores como el decapado de pintura, el lijado con masilla, con aparejo y con pintura, el matizado con barniz, etc. El modelo estrella y última novedad es la lijadora rotorbita eléctrica compacta *Ceros*, disponible en variantes 550CV y 650CV. Se trata de una lijadora basada en un fiable sistema hermético de escobillas de motor lo suficientemente potente como para mantener una velocidad constante de trabajo y para prescindir de chispas y ruido. Destaca por su potencia, sobre todo entre las 4.000 y las 10.000 r.p.m., por su bajo mantenimiento (tiene muy pocos consumibles) y por su robustez. Es de regulación manual, pesan 920 gramos la 650CV y 870 la 550CV y el transfor-



Lo último de Mirka en lijadoras, el modelo Ceros, una potente rotorbita eléctrica y compacta.

mador es externo para un mejor control. Por otra parte, no necesita ningún plato especial y es compatible con cualquier plato Mirka de 125 (550CV) y 150 milímetros (650CV).

ROBERT BOSCH ESPAÑA

Madrid. La gigante alemana, a través de su división de herramientas, también participa en este mercado y con un programa de lijadoras Bosch que suma veinte modelos. Las variantes a elegir, radiales, orbitales, roto-orbitales, de banda, pulidora, delta, etc. garantizan que el profesional carrocerero disponga del modelo adecuado según la reparación a realizar. Por prestaciones marca la pauta la lijadora roto-orbital *GEX 150 Turbo* de 550 W y control electrónico. Ésta permite, con un solo click, cambiar de la función lijado fino a la de desbaste o pulido y su larga vida útil (hasta cinco veces más que una convencional) está garantizada gracias a la protección aplicada sobre el rodamiento contra la sobrecarga. En régimen Turbo (desbaste) arranca hasta cinco veces más que una lijadora convencional lo que se traduce en un notable ahorro de tiempo. La ergonomía también está muy trabajada con un perimetro de empuñadura muy pequeño y con un peso reducido, un freno de disco impide que las piezas de trabajo queden dañadas, el sistema *Constant-Electronic* garantiza un mínimo constante de revoluciones, incluso a baja carga y un aspirador externo recoge el 98% del polvo generado para velar por la salud del operario. También merece especial mención la lijadora más novedosa, la *GEX 125-1AE Professional*, roto-orbital con plato de 125 milímetros, control electrónico y 550 W de potencia. De diseño compacto y ergonómico, el confort de trabajo es su punto fuerte gracias al sistema antivibraciones *Softgrip* que incorpora. También destaca el sistema de microfiltros Bosch que logra una eficiente aspiración del polvo o su movimiento excéntrico y de rotación que garantizan un acabado perfecto así como un gran rendimiento de trabajo. Cuenta con preselección del número de revoluciones y con cierre de cardillo para el cambio rápido y cómodo de la hoja lijadora.



Lijadora roto-orbital GEX 150 Turbo de Bosch. Permite cambiar, con un solo click, de la función lijado fino a las de desbaste o pulido.

SAGOLA

Vitoria (Álava). Aunque es conocida en el mercado por su actividad como fabricante de pistolas de pintura, esta firma también pone a disposición del profesional de taller de chapa y pintura tres modelos Sagola de lijadoras en las variantes roto-excéntricas y rotorbitales que permiten realizar los trabajos de lijado inicial, acabados y retoques. Así, dos modelos pueden montar diámetros de órbita de entre 2,5 y 5 mm para las aplicaciones de acabado y lijado inicial respectivamente y un tercer modelo, monta diámetros más pequeños para trabajos de retoque.



Sagola también participa en este mercado proponiendo variantes roto-excéntricas y rotorbitales como la de la imagen.

SNA EUROPE INDUSTRIES IBERIA

Irún (Guipúzcoa). Importante fabricante de herramientas y utillaje para automoción e industria que opera en el mercado con la marca Irimo. Su catálogo de productos incluye ocho lijadoras que abarcan las tipologías radial, roto-orbital y de banda para cubrir todas las reparaciones que pueda realizar el profesional del taller. Toda la gama es neumática y el modelo más destacado de los ocho propuestos es la lijadora P601, de tipo roto-orbital con excéntrica de 5 mm, plato de velcro de 150 mm, capaz de trabajar a 11.000 r.p.m. y que se distingue por su bajo nivel sonoro y de vibraciones.



Lijadora neumática roto-orbital P601 de Irimo. El fabricante destaca de esta herramienta su bajo nivel sonoro y de vibraciones.

SPANESI INTERNACIONAL

Albacete. Destacado fabricante y proveedor de maquinaria y utillaje para el taller de carrocería y pintura, en su oferta no podían faltar las lijadoras. Siete son los modelos disponibles en su catálogo, todos ellos marca Spanesi y roto-orbitales. El fabricante de origen italiano asegura que esta gama permite realizar cualquier trabajo sobre el vehículo ya que cuenta con variantes radiales, triangulares y rectangulares. Modelo estrella y última incorporación de la gama es la lijadora SP767031 cuyas principales características técnicas son el uso de una órbita de 5 milímetros, un motor capaz de trabajar a 12.000 revoluciones por minuto, un peso de 800 gramos y un consumo de aire de 470 litros por minuto. Otro modelo destacado es la SP767032, se características similares a la anterior pero que, en su caso, trabaja con una órbita de 2,5 mm.



Spanesi ofrece siete modelos de lijadoras. En la imagen, la última novedad y modelo "estrella" de la gama, la SP767031.

TOOLTECHNIC SYSTEMS

Barcelona. Es la filial española de uno de los fabricantes de herramientas y utillaje más importantes del mercado, la gigante alemana Festool. Las lijadoras Festool son de las más vendidas del mercado gracias a la calidad ofrecida y a la extensión de la oferta. Concretamente, dispone de 17 modelos de lijadoras eléctricas y ocho, de aire comprimido. De todas ellas, dos son radiales para el lijado basto y previo de las superficies; tres, excéntricas para el lijado basto, fino y extrafino; dos, excéntricas con engranaje para el lijado basto, fino y extrafino y también útiles para pulir; tres, de engranaje para el liado basto; una, lineal para el lijado previo y fino en los redondeos; dos, de banda para el lijado basto y previo de las superficies y cuatro orbitales para el lijado fino y previo. Queda claro que con semejante oferta quedan cubiertas todas las aplicaciones y operaciones en el taller. La lijadora estrella de la gama Festool es la ETS 150, disponible en órbitas de 3 y 5 milímetros y que cuenta con freno de plato para trabajar de forma segura y sin retoques, con preselección del número de revoluciones continua y constante y con plato lijador Jetstream para una mejor aspiración. El cojinetes de bolas de doble línea garantiza una larga

vida útil, pesa 1,8 kilos, el número de revoluciones en movimiento excéntrico oscila entre las 4.000 y las 10.000 r.p.m. y su consumo de potencia es de 310 W. Su último lanzamiento, no obstante, es la lijadora RO 150 FF EQ, un modelo multiuso que permite realizar en menos tiempo las operaciones de lijado basto así como pulir y acabar una pieza. Su principal virtud es que puede realizar dos movimientos, el excéntrico y el Rotex. Otras características de esta lijadora que es cuenta con el sistema de cambio de plato lijador *FastFix* libre de herramientas que permite reducir los tiempos de preparación, alcanza los 720 W de potencia, disfruta de un sistema de protección ante las altas temperaturas y sobresale por su ergonomía de uso.



En plena tarea, la lijadora Festool ETS 150 con órbita de 5 mm. Su equipamiento incluye el freno de plato para trabajar de forma segura y sin retoques.

Páginas web de interés

www.3m.com
www.abinca.com
www.aixia.es
www.autoeda.com
www.carrepairsystem.eu
www.emm-automotive.com
www.ferjor.com
www.festool.es
www.gruposimes.com
www.herramientasbosch.net
www.ingersollrandproducts.com
www.irimo.com
www.mirkaiberica.com
www.premier-tools.com
www.robertbosch.es
www.sagola.com
www.spanesi.es
www.toolrack.es
www.wurth.es

SE CELEBRÓ EN PARÍS, DEL 13 AL 18 DE OCTUBRE

NO MUY "PINTÓN"

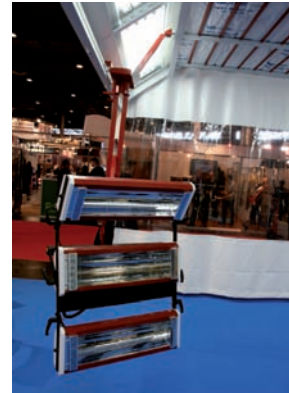
La falta de fuelle se notaba también en el espacio previsto para la carrocería y la pintura, a pesar de que les ponemos en esta página lo que consideramos que hay que destacar.



GT Motive, en París para contactar con los profesionales galos.



Las pinturas **Mipa**, en España de la mano de Madrid Paints, presentes en la feria. Promocionaban el MP Paint Cup System II y, por dos juegos, regalo de un equipo para hacer cócteles.



Equipos Lagos-Infraquick presentaba la cabina portátil homologada para el mercado francés en la que se han incorporado varias mejoras y un nuevo sistema de infrarrojos por carril en "U", diseñada por y para los pintores.



Festool, en plena demostración de sus nuevas lijadoras.



Los italianos de **USI**, con sus cabinas.



Ivat Coatings, fabricantes de pinturas, en la feria.



Basf Coatings Services; la filial francesa de distribución del Grupo, se presentaba en la feria para dar a conocer sus productos y servicios al carrocerero independiente.



Celette han cambiado este año de logotipo, tras la compra por parte de Equinox (que también han adquirido los equipos de soldadura Elektron). Mostraban los nuevos medidores E-Guan, y la bancada Griffon XL.



Car Repair System, con nuevo catálogo, contentísimos con la distribución de Farécla para el mercado francés.



Spanesi tuvo su propio punto para contactar con los profesionales de su sector.

SE CELEBRÓ EN PARÍS,
DEL 13 AL 18 DE OCTUBRE

EQUIP AUTO
13 - 18 Oct. 2009

EquipAuto 2009, ¿el tamaño...importa?

Menos pabellones, muchos huecos, poco mimo en los detalles, pero aún así novedades de producto, anuncios de acuerdos, expositores satisfechos y un número de visitantes que se incrementaba de una jornada a otra.

No es para nada la feria de la posventa gala que estábamos acostumbrados a ver, y es que en Francia, la "grandeur" poco o mucho, siempre se ha dejado notar, pero de un tiempo a esta parte, las opciones feriales europeas están sufriendo el revés de la crisis económica, barriendo los pabellones, trayendo grandes ausencias de expositores o visitantes y mucha austeridad en las formas.

A tono con el resto del continente, pero mal vestida

Bien es cierto que esta austeridad (en lo que a la factura formal se refiere) se puede vestir adecuadamente (y ahí hay que romper una lanza por **Motortec**, que al menos tuvo el detalle de "maquillar" huecos creando zonas de descanso convenientemente decoradas y amuebladas, y no prescindió de moqueta), y no ha sido el caso de

EquipAuto, que, lejos del "chic" francés, dejaba los huecos como tales, y los espacios no cubiertos sin el piadoso recurso de la mampara en muchos de los casos, lo que incrementaba la sensación de vacío. Por otra parte, con los suelos de sus pabellones "pelados", aparte de su poco acierto estético, causó más de un "tortazo" de los profesionales que, distraídos mirando los stands o sus notas, tropezaban con cables o (ellas, claro) metían tacos en los agujeros de las placas metálicas.

Ausencias, pero también presencias de calidad

Pero bueno, cuestiones estilísticas aparte, la EquipAuto abrió sus puertas (y hubo un momento en que esta apertura se puso en serio peligro, como nos comentó **Isabel Cachelot**, directora de comunicación, aunque debido al riesgo de que

en nuestro vecino país se declarara una cuarentena por la Gripe A), y lo hacía sin algunos nombres propios suficientemente relevantes: Tenneco, KYB, Brembo (que sí convocaba a una rueda de prensa en una de las salas, al rebufo) y así un largo etc. Así y todo, (y superado el trance de una soporífera primera jornada) los stands preparaban sus emplazamientos productos y equipos humanos (también reducidos, que eso forma parte del minimalismo imperante, aunque hubo quien estrenaba imagen, y muy atractiva, por cierto) para atender a los visitantes que acudieron al recinto de París Nord, en Villepinte. Por parte de los profesionales de nuestro país (expositores aparte, claro, como **José Antonio Jiménez Saceda**, de Sernauto, al frente del pabellón español, **Josep Bosch** de AD Parts, **Fernando Pardo**, de GAUE, -ambos compartiendo stand con sus respectivas compañías, algo bastante insólito, junto con el resto de miembros de la FEDA- o **Marta Peraza**, de Motortec), nombres como **Miguel Ángel Cuerno**, de ANCERA, **Roberto Lama**, de Berton, **Jesús Múgica** de Rinder, **Luís Casco** de Comercial del Motor, **Juan José Rodríguez** de CIRA, y muchos otros miembros de la distribución, o ex miembros, como **José María Jiménez Alfaro**, exCentro Holding que también andaba por los pasillos galos, y nos contaba que tiene ofertas que está valorando, aparte de proyectos que a título personal quiere llevar a cabo... Y hubo novedades de producto que ver de entre





los 1.600 expositores (un 80% internacionales, pero con un pabellón asiático de impresión, pero con "barrios" realmente populosos entre los turcos, italianos, australianos, británicos, etc.); hubo también acuerdos que anunciar, profesionales a los que saludar, oportunidades que explorar y operaciones que se cerraban, o se abrían, porque a pesar de todo, las visitas se produjeron y atendieron.

Las cifras finales (bueno, aunque las estadísticas hay que tomarlas siempre con higiénica prevención), acotaron la dimensión con un guarismo (teniendo en cuenta que el viernes que la feria dura dos horas más por la tarde, hasta las 21h), que acota las visitas en 91.160 visitantes, de los que un 29% fueron extranjeros, pero a nosotros nos hablaron (ya en los dos primeros días, especialmente a tenor de lo que nuestros industriales los contaban) de una actividad mustia pero no ausente de contactos provechosos por parte de un visitante que, aunque acudió sin aglomeraciones, tuvo un perfil internacional y con capacidad de decisión.

Electromovilidad

Aparte de las conferencias a lo largo de la feria, de temática de interés diverso y a cargo de diferentes ponentes, en el espacio creado junto a una enorme pista de pruebas de vehículos eléctricos, (que completaba el muy vacío pabellón 6) se desarrollaba el Forum Internacional de la Electromovilidad, en el que se planteaban la masa crítica de ese mercado, sus promotores, la concepción de los modelos, la industrialización, la cadena de suministro y la posventa, las diferentes tecnologías, su razón de ser, y el estado de la cuestión en Francia, donde se ha creado (como en España, con el MOVELE) un plan nacional de desarrollo de vehículos eléctricos.

Por los pasillos

Además de los stands, al rebufo de la feria se producían reuniones de compañías y entidades vinculadas a la posventa.

Algunas fueron totalmente oficiales, como la de **Brembo**, donde su nuevo director posventa Nicolas de Gaudemont, su director de Marketing, Marco Moretti y su responsable de comunicación, Francesca Muratori explicaban sus estrategias: son líderes en sistemas de frenado (y no sólo discos) y prueba de ello es el acuerdo con Hitachi para las pastillas de freno; su filosofía es el I+D+i (recordaron sus desarrollos, premiados en toda Europa como el Easy Check), con presencia global, OE e IAM; remarcaron que controlan todo el desarrollo del producto, en todos los mercados (Premium y segundos niveles). Se van a realizar

inversiones en servicio (se incrementará el nivel hasta el 95%, produciéndose una integración del 90% con el cliente) y en producto (completarán las gamas de pastillas, discos, tambores, kits, componentes hidráulicos), apoyo al cliente (con actividades de refuerzo al lanzamiento de sus productos y campañas diseñadas para cada mercado, en turismo y vehículo industrial).

Otras reuniones eran más informales, aprovechando no ya los pasillos, sino las amplias avenidas de separación entre islas de stands, o la misma sala de prensa de la feria.

Este es el caso de otra feria, como **Autopromotec**, que ya tiene fechas para la celebración de su vigésimocuarta edición del 25 al 29 de mayo de 2011 en Bolonia. Emmanuele Vicentini y Margherita Balletta encargados de su desarrollo nos contaban que ya han iniciado su promoción internacional, con una misión en Tokio. La feria de equipos, productos, recambios y servicios de la posventa es propiedad de AICA (la asociación de fabricantes y equipos) y AIRP (la asociación italiana de recaudadores), un factor que es clave en su éxito.



La gama superior de Calentadores diesel

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 · Mazda · Mitsubishi · Nissan · Opel · Peugeot · Renault · Rolls-Royce · Rover · Saab · Seat · Skoda · Subaru · Suzuki · Toyota · VW · Volvo



www.ngk.es

NOVEDADES



Pudimos conocer nuevos acuerdos como los de **Lizarte**, la compañía liderada por Óscar Huarte, como proveedor homologado de Autolia, el segundo grupo de distribución más grande de Francia para el suministro de sus productos estrella (destacan las bombas, pero no sólo eso, sino la línea diesel, por ejemplo) creándose un equipo con horarios adaptados a ese mercado en el que se suministrará desde los 8 almacenes de que disponen en el país galgo. Nos lo contaba una exultante Mónica Fuentes, su directora comercial.



También **Remsa** presentaba su catálogo 3.0 y, en un aparte de sus muchas reuniones, y entre otras cosas, nos explicaban que están incrementando aún más si cabe el servicio.



En **QH**, Carlos de Aizpuru y Antonio Arriola, nos contaban que su objetivo no era (prioritariamente, claro) establecer nuevos contactos sino atender a los clientes, y también nos presentaban los nuevos catálogos 09-2010 de correas y de Filtros Wix, además de los nuevos productos, las poleas de amortiguador y los kits de distribución cada vez más completos.



Dolz se presentaba en la feria, celebrando su 75 aniversario, lo que recogía en un folleto conmemorativo en el que se detalla la evolución de la empresa fundada por Jesús Dolz Bases, desde su origen, en 1934, hasta nuestros días; en el folleto vemos gráficamente (y en varios idiomas) la evolu-

ción de la empresa, sus distintos sus catálogos, sus embalajes y un sin fin de curiosidades más. Ya en el apartado de producto, presentó los últimos desarrollos para automóvil y camión anunciando un nuevo catálogo que será distribuido entre sus clientes antes de finalizar 2009. Francia supone para la compañía un objetivo comercial estratégico importantísimo y pudimos ver a un atareado Jesús Dolz departiendo con sus clientes, como lo hará en diciembre en Automechanika Shanghai.



AS, dispusieron de un stand más grande y muy elegante para apoyar su interés por el mercado francés, donde Ángel Erdozain y Carlos Sainz nos contaban, que han presentado nuevas referencias en la gama 2009 y que estaban satisfechos por los contactos realizados.



Robert Bosch aprovechaba (como suele hacer) para lanzar un aluvión informativo. En lo que a recambio se refiere, hay que hacer mención de las bujías Duraspeed, el nuevo KTS 340, el control de la geometría FWA 4630, sus piezas Bosch Exchange (en sus 27 grupos de productos), las nuevas bujías de encendido para motores GPL, las nuevas baterías M4 y M6 para motos y /5, T4, T3 para industriales, nuevas desmontadoras TCE 4460, equilibradoras WBE 4425, Reglafaros EFLE 100, 400 y 500 preparados para las normativas de 2010, además de la ampliación de datos en Esitronic y su red Bosch Car Service.



Toni García, director general de **Doga**, nos hablaba de la importante contracción de mercado (son suministradores de primer equipo), aunque siguen su espíritu de mejora con nuevos envases para la gama Optima Flex, en la que se han incorporado nuevas referencias para llegar ya a una cobertura del 95% del parque.



Juan Soler en **FAE** presumía de nuevo catálogo de sondas lambda con 50 nuevas referencias de la sofisticada tecnología Planar (9 capas cerámicas superpuestas).



Filtros Cartés también estaban satisfechos con los contactos realizados; Roberto Aldea y Núria Sainz nos explicaban su trabajo de prospección de nuevos clientes, con apertura de mercado en Grecia, Rumanía y Portugal; también nos contaron alguna que otra novedad a presentar oficialmente en su encuentro *Partners in Quality*, en Madrid.



Sonia Mañas, de **Istobal** (curiosamente dentro de un pabellón), nos explicaba que mostraban la versión de ancho americano (2,90x2,70) de su M9, además de su CA 1500 con mejoras en las bombas (ya no de serie básica sino con posibilidad de elección de potencia) y teclados piezoeléctricos, además del sistema de tratamiento de aguas, una de las líneas de negocio creadas fruto de su experiencia.



Naiara del Puerto, de **SNA Europe Industries Iberia** nos explicaba el lanzamiento en Francia y Polonia de su marca de equipos de diagnóstico Bahco, una de las enseñas del poderoso Grupo Snap-On Diagnostics (entre las que se encuentra también Irimo y Sun). De origen sueco, la marca se desarrollará posteriormente en los países del norte de Europa.



1.340 tormentas juntos.
Muchos amigos protegidos.
Tiempos revueltos.
1 MARCA DE FILTROS.



MANN-FILTER, LA MARCA DE CONFIANZA.

Ahora más que nunca el taller de reparación quiere prepararse para el futuro. En **MANN-FILTER** somos conscientes y por ello brindamos al taller el máximo apoyo y un producto de total confianza:

- Calidad de **primer equipo**, también en el recambio, para toda la gama.
- **Servicio** posventa reconocido.
- La **gama** más completa, también para vehículos **asiáticos**.
- **Agilidad** en el desarrollo e incorporación de **nuevos productos**.
- Garantía de **fiabilidad**: garantía de **rentabilidad**.

Ahora, más que nunca, **MANN-FILTER**: garantía de futuro; futuro con garantía.

MANN FILTER

MANN-FILTER – Perfect parts. Perfect service.

MANN+HUMMEL IBÉRICA, S.A.



Philippe Karaaslan-Martínez y Javier Mas de **Solaufil** nos presentaba el lanzamiento en España de los filtros Lautrette (que en Francia ya era conocida y que allí se va a comercializar en Speedy y Feu Vert); serán 50 referencias de alta rotación con la misma calidad que los Mecafilter. También tenían nuevo catálogo con 30 referencias nuevas, disponible en CD e Internet.



En el stand de **Dayco**, se potenciaban los usos de su recientemente presentada web, además de dar a conocer Dayco la nueva estructura de EPDM para las correas Poly-V S. Estas correas de última generación, fruto de la colaboración con los constructores están creadas para garantizar una mayor fiabilidad y duración, gracias al empleo de polímeros de nueva generación, la Poly-V S asegura un funcionamiento extremadamente silencioso también en condiciones y ambientes de trabajo altamente críticos.



PSH o Pos Service Holland Spain, es la filial española de una compañía de origen holandés que fabrica arranques y alternadores. Este año, en la feria, presentaban la filial de nuestro país y su producto que, apoyándose en el catálogo en línea, pueden ofrecer diariamente a sus clientes asesoramiento telefónico sobre cerca de 5.000 referencias, disponibles en el stock español, que pueden ser entregadas en 24 horas.



En el stand de **NTN/SNR**, José Manuel Sancho, el director de ventas de recambio automóvil de SNR Rodamientos Ibérica nos explicaba que, tras la unión de las dos marcas se ha incrementado la presencia en OE en un 35%, valores añadidos que son luego trasladados a la posventa, incrementándose los elementos producidos por el grupo, además de presentarnos el inicio de la comercialización de la gama para VI, una serie reducida de referencias (por el momento) para empezar.



NGK acudían a la feria, presentando dos productos para los Grands Prix y obteniendo, por uno de ellos, la gama de bujías Laserline, uno de los galardones.



BERU Ultra X Titan

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

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



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.

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

grovisa
www.grovisa.com S.A.

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. Costada
28820 - Costada
Tel.: 91 669 45 75 / 902 425 450
Fax: 91 669 74 43
E-mail: ventasmad@grovisa.com

BILBAO

Asua-Erandio, Sector O. 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

¡NUEVO!
TITAN POWER



Beru también se presentó a los Grands Prix, y aunque se quedó entre los finalistas seleccionados, obtuvo el premio indirecto de que sus desarrollos (las bujías PTC de alto voltaje para los vehículos eléctricos e híbridos fueron seguidos con interés por los visitantes profesionales, al igual que su TSS, el Beru Tire Safety System, o los nuevos sensores para turbos, entre otras novedades presentadas. En España, de la mano de **Grovisa**.



El **Grupo Dometic-Waeco** estuvo en la feria mostrando, entre otros productos, los nuevos Air-Con-Service-Centers, las estaciones de carga y recuperación de aire acondicionado: el ASC1000, ASC2000 y ASC3000 con numerosos detalles prácticos para el uso diario, como son el cuadro pivotante de las lecturas, la gran superficie para la colocación del utillaje, etc.



Marta Peraza, directora de **Motortec** acudía a la feria para promover una nueva edición de la feria de equipos y componentes a celebrar en Madrid, del 29 de marzo al 2 de abril de 2011. En la imagen, acompañada de Miguel Ángel Cuerno, presidente de ANCERA.

FEDA, la ANCERA francesa, consiguió aglutinar a toda la distribución en un stand corporativo, algo inaudito aquí; y una realidad que se vivía con diverso ánimo entre las filas de las divisiones españolas de los grupos internacionales. A remarcar: publicidades para defender y potenciar el canal multimarca independiente...pero no la campaña R2RC de FIGIEFA, su estructura internacional...



CHARLAMOS CON RUBÉN LLÁNDER, DE ICER; NOS CUENTA LAS ESTRATEGIAS DE SU COMPAÑÍA EN ESTOS MOMENTOS DE CRISIS



La ventaja del servicio

Icer ha decidido acudir a EquipAuto y también acudió en su día a Motortec; para vosotros no existe la crisis...

A pesar de la coyuntura actual, que no es positiva a nivel general, nosotros decidimos asistir a las dos ferias, Motortec y EquipAuto, y estamos llevando un año muy bueno. En Madrid, pese a los menores expositores y visitantes, para nosotros fue una buena feria porque quien buscaba frenos acababa parando en nuestro stand. Así que fue importante a nivel de desarrollo de cuentas y de clientes. Aquí en París, a pesar del primer día, más flojo, tenemos una agenda cerrada con citas interesantes para los tres siguientes, aparte de las que atendamos *in situ*.

Hablábamos en ANCERA, hace unos meses, de las guerras de precios, ¿Se ha suavizado la situación? ¿Es menos incómodo el mercado exterior que el español?

Ni es más fácil, ni más cómodo. Aunque en España haya que controlar pagos, estar pendiente etc., al final es un mercado que conocemos bien, tienes una cercanía con los clientes. Fuera, aparte de que el cliente sea mejor o peor en los pagos, que su situación sea una u otra, tienes el riesgo-país, cosa que no ocurre en España. Sí está claro que el año comenzó más flojo, con reducciones de stock y la gente preocupada; desde abril ha repuntado muchísimo en España y también en el exterior. Después de reducir stocks, la reposición se debe hacer, y se ha hecho. Nosotros estamos contentos, dando pasos y afianzando la marca **Icer** donde no teníamos presencia. Estamos mejor que hace 5 años y de aquí 5 esperamos estar mejor que ahora. Una de nuestras ventajas, que se percibe muy claramente en estos momentos, es que somos una empresa privada, de capital nacional, con nombres y apellidos, flexible y con la toma de decisiones cercana al mercado: en enero, cuando se podía optar por cerrar turnos etc. la decisión estratégica fue la de seguir invirtiendo en producción, porque el que tiene el stock es el que lo vende, y ha sido así. Otras empresas multinacionales (de muchos productos, no estoy hablando sólo de frenos), con división de primeros equipos, han sufrido decisiones genéricas cuya percepción en el mercado ha sido la de provocar un mal servicio, obligando al recambista a acudir a otras opciones por esa situación. Así que una medida tomada en principio para salvaguardar la empresa ha sido contraproducente. Ese no es nuestro caso: nuestra ventaja fue el mantener unos niveles de inventario óptimos que nos han valido para atender a los clientes, para darles servicio. Esa apuesta es ganadora siempre: un proveedor flexible, que atiende los pedidos de reposición con facilidad, poniendo mínimos bajos para atender los portes y pedidos en 24 horas, es importante.

¿Se le está pasando el susto a la distribución sobre la crisis?

Sí, pero es verdad que hay cosas modos de actuar que ya no van a volver. Los márgenes ya no son los de hace unos años, y se van a observar con más continuidad los almacenes, los stocks, habrá mayor control de obsolescencia, se van a hacer las cosas menos "alegremente", con más cautela, se van a analizar más según que proyectos, se van a estudiar bien según que compras. Porque no hay razón empírica para hacer algunas cosas que se han hecho: compras de miles de juegos de pastillas para estocar que, sin embargo, pueden ser suministradas desde un almacén en 24 horas. Y eso a la larga es bueno, porque si el recambista va bien, nosotros iremos bien y el taller también. Ganamos todos.

En cuanto a producto, ¿cuáles son las ventajas de Icer?

Somos un fabricante de pastillas que nos vanagloriamos de tener toda la gama y estamos poniendo especial atención al lanzamiento de nuevas referencias para los nuevos modelos, precisa-

mente porque esos momentos de dificultad puede haber competidores que, por una larga serie de razones, se van a pensar muy mucho realizar inversiones para utillar la producción y lanzar referencias para nuevos modelos. Nuestro caso es todo lo contrario. Nos interesa invertir aún más que antes para seguir siendo líderes y un punto de referencia entre los recambistas.



AL HABLA CON FRANCO BROVERO, DIRECTOR MUNDIAL POSVENTA DE UFI FILTERS Y EDUARD MARTÍ, LÍDER DE LA FILIAL IBÉRICA

Según lo trazado



¿Qué tal va el plan para el desarrollo de UFI en España?

E.M.: Estamos muy contentos de la acogida del mercado a nuestra marca. No ha sido sólo positivo en los primeros compases del año, cuando era una novedad, sino que los distribuidores han seguido creciendo, realizando cambios estratégicos y cambiando marcas de toda la vida por UFI. Estamos satisfechos por el planteamiento de esa distribución selectiva, que se está materializando, y que podía volver como un boomerang si no se cumplía.

Una de las últimas actuaciones ha sido la participación en la Jornada de Cecaauto...

E.M.: Efectivamente es una muestra de cómo estamos al lado de nuestros clientes. Es importante ver cómo una plataforma como Cecaauto apuesta por nosotros (aparte de por la otra marca líder de filtración presente en la muestra) y confía en nuestra marca. Desde hace un año del inicio de la relación hemos ido creciendo mes a mes con ellos. Y con Grupauto hemos creado un nexo muy implicado, sólido, que queremos mantener y potenciar.

¿Qué se puede avanzar de lo que veremos por parte de UFI?

E.M.: La realidad de UFI es la de estar cada vez más presentes en los mercados. El de primer equipo, en el que no paramos de equipar modelos, pero en la posventa, porque equipamos modelos con un gran potencial IAM (diesel, motorizaciones medias-pequeñas): estamos en el Ford Ka, en el nuevo VW Polo, etc. No sólo en aceite y gasoil, sino en aire, agua, etc.

Tenemos nuevo responsable mundial posventa...

E.M.: Franco Brovero es un profesional del mundo de la automoción, con 35 años de experiencia, estando vinculado a compañías muy relevantes del mundo de la filtración y otras especialidades, ya que estuvo en Metelli como responsable OE. Ahora ha vuelto al mercado de la filtración y la posventa con UFI, siendo el responsable mundial de esta división, lo que supone una ayuda para abrir y afianzar mercados exteriores, en unos momentos como estos.

F.B.: Es verdad que existe un proyecto UFI en los mercados internacionales, no solo en Europa, ya que tenemos presencia en todo el mundo, incluso en países tan lejanos como pueden parecer China, Corea, India (en el que tenemos un importante proyecto IAM desde el pasado año), y con estructura local, ya que pensamos que el futuro del automóvil en estos países tiene un potencial muy importante.

En unos momentos en los que la industria está sufriendo UFI crece, lo que implica que las cosas se están haciendo bien...

F.B.: Es verdad que UFI está creciendo, realizando inversiones: tenemos dos centros de investigación muy importantes cuyos desarrollos llevados a producción nos sitúan tras el líder mundial en filtración de gasoil, consiguiendo nuevos contratos con los constructores europeos, así que es una posición muy positiva.

España es un país importante en la estructura exterior posventa de UFI...

F.B.: Sin duda. Por eso creamos una estructura local. De hecho, sólo estamos presentes directamente en algunos países, donde

queremos concentrarnos, gracias a profesionales de confianza. Debemos decir que desde que Eduardo se hizo cargo de la estructura española, nos ha sorprendido llevando cabo un trabajo que nos satisface enormemente en un tiempo récord. Más cuando se hace en un periodo de mercado muy difícil, en el que hay que demostrar el doble al mercado la capacidad de la empresa. Nosotros estamos demostrando la capacidad de inversión para el crecimiento de la gama de la compañía, con una presencia directa en los mercados, porque estamos convencidos de que las relaciones más cercanas con los clientes son muy importantes.

E.M.: Es verdad que la capacidad productiva es fundamental, y eso se hace, pero en el IAM también importan mucho las personas, estar cerca de ellas, porque son las que configuran las empresas y UFI cree en ello y por eso, como ha sido el caso en España, crea estructuras en las que el equipo escucha y atiende al cliente de forma personalizada.

F.B.: Y seguimos creciendo por el mundo de esa forma: hace poco que hemos abierto una oficina de representación en Japón, porque nuestra relación con las marcas japonesas en las fábricas de fuera de su país ha llevado a considerar necesario que también atendamos directamente el mercado de Japón.

Sus acciones en la F1 con los clientes son ya un referente, ¿se intensificarán con Alonso en Ferrari?

E.M.: UFI no sólo suministra a Ferrari sino a casi todas las escuderías, y en las competiciones de mayor prestigio del motor, no sólo las de automóviles, y eso nos proporciona unos valores añadidos tecnológicos y de prestigio que nos ayudan. Es un referente de tecnología a unos niveles de exigencia y de calidad de altísimo nivel.

A partir de ahora, ¿qué se va a hacer en España?

E.M.: Seguir según lo trazado, con nuestro proyecto de distribución selectiva para tener clientes comprometidos con la marca, con unos almacenes 100% UFI (o casi: de la A a la Z un mínimo de 500 referencias). Y es posible: ya tenemos cerca de 35 distribuidores, creciendo desde el año pasado. Y seguiremos así.



Y TAMBIÉN...



Juan Carlos Martín; Valeo, (cómo no) se alzó con un galardón de los Grands Prix.



Luiz F.de A. Monegatto, en su stand hablaba de los proyectos para el taller.



Las azafatas de Febi en EquipAuto no eran tan guapas como las de Motortec...



El grupo Cojali, apostando fuerte en Francia.

GRANDS PRIX



Durante la tarde de la primera jornada se entregaron los Grands Prix de la Creación Técnica, un galardón que reconoce el esfuerzo innovador de la industria por ofrecer productos y soluciones cada vez mejores. De 60 candidaturas previas, 22 finalistas de los que un jurado formado por miembros de la prensa internacional (de los que nos apeamos hace algún tiempo por decisión propia, como algunos recordarán) elegía a 10 ganadores, que se daban a conocer oficialmente en el marco de una ceremonia de entrega.

PRIMER EQUIPO

Oro ex aequo

DELPHI, por su sistema de inyección diesel con actuador cerámico piezoeléctrico.

VALEO, por su Beamatic Premium, un sistema de iluminación con haz adaptativo en ruta

RECAMBIO

Oro

NGK SPARK PLUG, por su gama de bujías LPG Laserline (en iridio y platino).

Plata

BOSCH, por su Multi-Clip, un adaptador universal de escobillas limpia-parabrisas

EQUIPOS DE TALLER

Oro

TEXA, por su OBD Log, un dispositivo para detectar los defectos intermitentes en el funcionamiento en ruta

Plata

ACTIA AUTOMOTIVE, por su Multi Diag Pocket, un equipo de diagnóstico y reparación compacto multimarca

SERVICIOS

Oro

CHIMIREC, por su regeneración de líquidos refrigerantes

PREMIOS ESPECIALES DEL JURADO

(consensuados por AJTE, asociación de periodistas técnicos europeos y AFPA, asociación de periodistas franceses de la automoción)

Equipos de vehículo

BORG-WARNER BERU, por la tecnología de ignición por alta frecuencia

Equipos de Taller

LuK, por la herramienta de control del volante bimasa

FILLON, por el Jet Clean, un lavador de pistolas de pintura ecológico

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



Un guiño a lo clásico con Steve McQueen en el stand de Gulf.



En el stand de total, el muleto del Citroën con el que Loeb se ha alzado con su sexto campeonato mundial en el WRC...aunque nuestro Dani Sordo figuraba también en el cristal, como los copis...



El 60 aniversario de IgoI, con un clásico Citroën 2CV en su stand.



La industria patria.



Aunque lo organizaba la filial europea, vimos a David Turégano de Launch Ibérica.



Por supuesto, TecDoc.



...y GIPA.



En Schaeffler estaban contentos: una de sus marcas, LuK, obtuvo premio en Los Grands Prix.



Laura Sancayo, de Frigair, también acudía a París para reunirse con los clientes.

CURIOSIDADES...



Los polacos más musicales, los fabricantes de bañetas TES.



En Alko echaban de menos sus vacaciones caribeñas...



Un restaurante lleno de huitres...



Las matriculaciones francesas crecen...



Más que pasillos, avenidas.



Hombre anuncio.

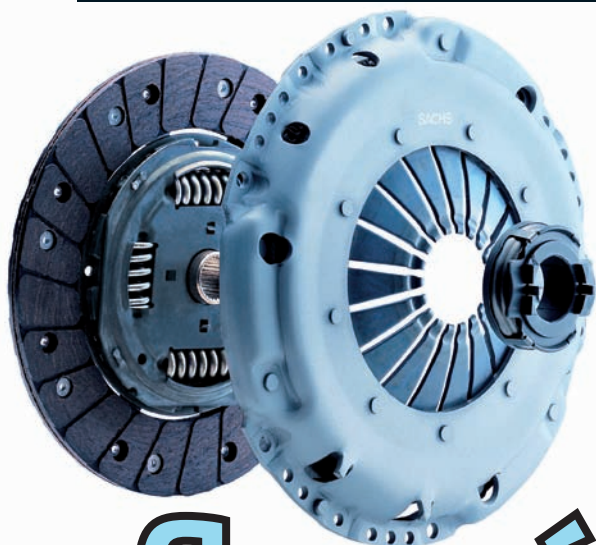


El mundo es muy grande...pero cabe en una feria.



Catalizadores para **CAS** | todos los coches





Así están los proveedores de este mercado, esperando que el estancamiento de las ventas de automóviles envejezca el parque circulante y se dinamicen las ventas como consecuencia de que los vehículos visiten más el taller. De momento, aún no se ha notado un incremento de la demanda y las expectativas no son muy optimistas ya que las mejoras técnicas introducidas en el embrague en los últimos años han alargado notablemente la vida útil de esta pieza.

Compás de espera

La atonía es el rasgo distintivo del **mercado de reposición de embragues**, atonía que dura ya varios años. Al igual que ocurre con otros recambios de similar "naturaleza", las ventas se están resintiendo como consecuencia de la mayor calidad de la pieza (en materiales, rendimiento, etc.) que alarga notablemente su vida útil por lo que, en muchos casos, los automovilistas se compran un vehículo nuevo sin que el anterior haya pasado por el taller a realizar el cambio de embrague. Los principales proveedores de este mercado posventa han analizado su estado de salud y todos ellos coinciden con el diagnóstico: **las ventas en 2008 y en lo que llevamos de 2009 se han estancado.**

Disecionando el mercado

Un importante fabricante expone con claridad cuál es la **situación actual del mercado posventa de embragues**: "Según datos sectoriales, las ventas de embragues en el pasado ejercicio 2008 sufrieron un descenso, tanto en unidades como en cifra de facturación. La crisis económica comenzada el año pasado es un factor de mucho peso para justificar este descenso de ventas. Es evidente que la crisis llega a todos los mercados, y en el caso que nos ocupa continúa con la tendencia negativa de ventas. La mayor duración del embrague, debido a una superior calidad de fabricación y la menor utilización del vehículo por parte del automovilista debido a la crisis económica, lo que conlleva una bajada del kilometraje medio anual, son factores de justifican una ligera bajada del mercado de embragues de turismo en 2009. Hay que destacar que, si bien el número de unidades de kits tradicionales vendidas ha descendido ligeramente en 2009, el efecto del aumento del precio medio, gracias al mayor coste de las nuevas tecnologías (volantes bimasa, accionamientos hidráulicos, embragues de superior diámetro, embragues auto-ajustables, etc.), ha ayudado a que la facturación, si bien también ha

bajado, ésta no se ha visto tan resentida como la caída en unidades".

Este mismo proveedor subraya que la situación es peor en el negocio del **vehículo industrial**: "En el caso de los embragues de vehículo industrial, la caída del mercado es mucho más acusada, tanto en unidades como en facturación, debido especialmente a la crisis del sector del transporte. La importante caída de las ventas de vehículos nuevos, debido a la recesión económica, se presenta "a priori" como una ventaja de este mercado, puesto que, en teoría, se debieran sustituir más embragues de vehículos con una cierta antigüedad. El inconveniente es una menor utilización de vehículo por parte del automovilista, lo que supone un inferior kilometraje anual recorrido".

En términos similares se expresa otro fabricante que, además, apunta otras cuestiones como la calidad o la competitividad: "De momento, las ventas de embragues en 2009 no muestran una tendencia de reducción de la venta. Consideramos que el alargamiento en la utilización de los vehículos susceptibles de cambio por un vehículo nuevo está produciendo un incremento en reparaciones que anteriormente no se llevaban a cabo. La principal amenaza al que se enfrenta el mercado de embrague independiente es la entrada de fabricantes de embrague de menor calidad o embrague reconstruido de baja calidad que no cumple los estándares exigidos por los fabricantes de los vehículos y cuyo principal argumento de ventas es un precio más barato al recambio de calidad original. Las oportunidades vienen de la mano de las nuevas soluciones ya presentes en el mercado como son el volante bimasa, los embragues autoajustables SAC, sistemas de embrague de accionamiento hidráulico, embragues para vehículos híbridos, etc. Aquellos competidores que no han invertido en estos desarrollos tecnológicos reducirán su nivel de competitividad en el mercado futuro".

Aunque la **innovación técnica** sacrifica en parte las ventas al aumentar la duración del embrague, esta misma innovación es también una oportunidad de negocio tal como se deduce de la opinión de uno

de los fabricantes de embragues más relevante: "La principal problemática de este mercado reside principalmente en el estancamiento del número de intervenciones realizadas. En cuanto a las oportunidades, lo cierto es que el embrague ha dado un importante salto cualitativo y tecnológico en los últimos años. La aplicación de componentes hidráulicos en la mayoría de los sistemas de accionamiento de embrague, así como la utilización cada vez más extendida de volantes motor bimasa está permitiendo aumentar significativamente la facturación de este mercado, que se mantiene estabilizado en cuanto al número de intervenciones".

El taller independiente, principal consumidor

En cuanto el destino de las ventas de embragues de recambio, el **taller multimarca independiente** sigue siendo el **principal demandante** de esta pieza. El **canal marquista** ha **consolidado su cuota de participación** que, sin embargo, es inferior a la del independiente, y los **centros de reparación rápida**, por cuestiones de rentabilidad, **no han apostado** nunca por reparar esta pieza tal como explica un fabricante consultado: "La participación de los centros de reparación rápida es bastante reducida, principalmente debido al tiempo necesario para el cambio, que mantiene a un operario ocupado prácticamente durante un día de trabajo completo. En este tiempo puede realizar operaciones de mantenimiento rápido, mucho más rentables para el autocentro". Resume de forma certera el papel de cada uno de los canales un destacado fabricante: "Los talleres multimarca independientes siguen siendo los líderes del mercado de la reparación de embragues. Los concesionarios de las marcas acaparan alrededor de un tercio de las reparaciones mientras que el resto de canales tienen una cuota de mercado testimonial. La tendencia a corto plazo es una continuación de las cuotas de mercado de cada canal".

MERCADO POSVENTA DE EMBRAGUES

Marcas, ventas, oferta...

Las marcas de embragues de recambio más vendidas del mercado son **LuK, Valeo** y **Sachs**. Existe unanimidad sobre esta cuestión así como en el hecho de considerar que entre este trío copan el **90% de las ventas**.

Aunque el número de actores de este mercado no es muy amplio, las propuestas son más que suficientes. A continuación les describimos qué ofrecen algunos de los principales proveedores de este mercado:



El taller multimarca independiente sigue viendo el principal demandante de embragues de recambio.

ADL ESPAÑA (BLUE PRINT)

Madrid. Firma importadora para España de la marca **Blue Print** con la que comercializa repuestos para vehículos asiáticos, americanos y plataformas compartidas. Su oferta en embragues supera las 2.000 referencias para turismos y vehículos industriales ligeros. Teniendo en cuenta que estas 2.000 referencias se traducen en más de 8.000 aplicaciones solo para vehículo asiático y estadounidense, la cobertura que alcanza de estos parques es muy elevada, del 94% en kits de embrague según la compañía madrileña. Apuntar que estos kits también están disponibles con las piezas por separado. Toda la oferta Blue Print está recopilada en un catálogo que en formato papel cuenta con fecha de edición 2009. La versión on-line de dicho catálogo se actualiza permanentemente y se ha erigido en una herramienta fundamental debido al elevado número de referencias que mensualmente incorpora Blue Print en su cartera de productos. Prueba de la actualización constante de su oferta es que en los últimos seis meses ha incorporado 21 nuevas referencias en embragues con aplicaciones en más de sesenta modelos. La calidad de los embragues Blue

Print está asegurada. Considerados Recambio de Calidad Equivalente a Original, todas las referencias están sometidas a exigentes procesos de control, tanto en las fábricas como en Blue Print, para asegurar dicha calidad equivalente a primer equipo.

BEYCOUNION

Barcelona. La cartera de productos de este importante importador y distribuidor incluye la gama de embragues de **Comline**, marca de la que es distribuidor en exclusiva en nuestro país. El catálogo con el que opera en la posventa tiene fecha de edición enero 2009 y reúne 250 referencias para turismos y varias más para vehículo industrial. Con este elenco cubre las necesidades del 90% del parque de turismos incluidos los modelos de más reciente aparición.

autobuses, tractores y maquinaria agrícola destacando su actividad como exportador a los cinco continentes. Su actual oferta se estructura en dos catálogos, el de vehículo industrial y el de agrícola. Con ambos alcanza una elevada cobertura de estos parques específicos. La calidad de producto es una de las prioridades de **Egro**, todas sus piezas son sometidas a un control de muestreo durante el proceso de fabricación y posteriormente son verificadas individualmente antes de su envasado. La mejor prueba de la calidad aplicada es la posesión del certificado ISO 9001:2000 aplicado al diseño, desarrollo y fabricación de embragues y sus componentes, sistema de gestión aprobado por Bureau Veritas Quality International.



La gama de embragues Blue Print es muy amplia si tenemos en cuenta que las 2.000 referencias disponibles son exclusivas para los parques asiático y estadounidense.



Kit de embrague Comline, marca distribuida en exclusiva en España por Beycounion.



Egro es un fabricante vizcaíno de embragues para vehículo industrial y agrícola. Su calidad está certificada con la norma ISO 9001:2000.

GARBEGRÁN

Albolote (Granada). Delegación en Getafe (Madrid). Es el distribuidor de su marca propia **JBS** cuyo catálogo de embragues fue editado el pasado mes de junio y recopila 420 referencias para turismo y 60 para vehículo industrial ligero. La firma granadina estima que con estas casi 500 referencias cubre las demandas del 95% del parque circulante nacional y europeo. Sus últimas novedades a nivel de producto son nuevos volantes de motor y cojinetes hidráulicos.

EGRO

Abadiño (Vizcaya). Desde 1993 fabrica y comercializa piezas de embrague para camiones,



EL KIT DE REPARACIÓN DE EMBRAGUE REPSET DMF DE LUK

Lo último de **LUK** para el profesional del taller del mercado independiente es el **RepSet DMF**, un **kit de reparación de embrague** que incluye todas las piezas necesarias para la reparación completa de todos los elementos de desgaste de la transmisión. Así, el RepSet DMF está compuesto por el volante bimasa, la prensa y el disco de embrague, el cojinete de desembrague convencional o hidráulico (CSC) y los tornillos necesarios para la fijación (tornillos elásticos). LUK también propone una variante que incluye el volante bimasa compacto (unidad premontada que incorpora volante bimasa, el disco y la prensa de embrague) y un cojinete de desembrague convencional o CSC hidráulico. El RepSet DMF también incluirá la horquilla de desembrague si ésta se encuentra disponible en la gama de productos de **Schaeffler Automotive Aftermarket**.

Este kit de reparación de embrague aporta mayor seguridad y fiabilidad en esta operación al incluir en un solo pack todos los componentes necesarios para la reparación y evitar el montaje de piezas incompatibles o no adecuadas con el sistema de embrague del modelo a reparar. Así mismo, asegura que el profesional del taller va a trabajar siguiendo las especificaciones de los fabricantes garantizando así un funcionamiento sin fallos del volante bimasa en la cadena cinemática. De hecho, el volante bimasa es el componente más destacado del RepSet DMF (DMF son las siglas de volante bimasa -Dual Mass Flywheel-). Su función es absorber las vibraciones del motor gracias a un sistema de amortiguación de muelle en arco que integra y que absorbe y neutraliza las vibraciones torsionales del motor. El resultado final es un mayor confort para el conductor y una vida útil más larga del sistema de embrague.

cos. Así mismo, recientemente ha incorporado a su gama un embrague para el Mitsubishi Montero 3.2DiD y volantes motor para el Nissan Navara, Suzuki Vitara, el Renault Espace o el Seat Alhambra.



Catálogo JBS, la marca propia de Garbegrán. Su oferta en embragues alcanza una cobertura del 95% del parque europeo.



Máxima fiabilidad con

Kit Plus SACHS

Kit de embrague con Cojinete Hidráulico



El Kit Plus SACHS incluye un plato de presión, un disco de embrague y un cojinete hidráulico. El Kit Plus SACHS ofrece las siguientes ventajas:

- Una única referencia y una sola caja.
- Mayor fiabilidad en la gestión del stock, almacenamiento y transporte.

Al confiar en SACHS, lo estará haciendo en uno de los principales fabricantes de Primer Equipo.

MERCADO POSVENTA DE EMBRAGUES

PROME AUTOMOCIÓN

Cardedeu (Barcelona). Esta firma especializada en accesorios y componentes para automoción es el distribuidor en exclusiva para España de la marca italiana **Mec Arm**. Ésta, propone embragues para turismos y furgonetas y su oferta alcanza una cobertura del 80%. La gama destaca por su relación calidad-precio y por su amplio elenco de kits de embrague disponibles. Por precio, los embragues Mec Arm son más asequibles que los de las primeras marcas. En cuanto a la calidad, el material de fricción lo suministra **Frenos Sauleda**, firma catalana de gran prestigio por la elevada calidad de sus componentes. La oferta Mec Arm tiene como destino exclusivo la posventa y Prome Automoción subraya que el año pasado obtuvo unos elevados niveles de venta con los kits de embrague de esta marca.

SCHAEFFLER IBERIA AUTOMOTIVE AFTERMARKET

San Sebastián de los Reyes (Madrid). Filial española de Schaeffler Automotive Aftermarket, multinacional alemana fabricante de una de las marcas de referencia de este mercado, **LuK**. Con ella ofrece más de 7.000 referencias en embragues para turismos, vehículos comerciales ligeros y pesados y vehículo agrícola con las que alcanza coberturas del 98, 90 y 99% en los parque comentados respectivamente. Toda gama se estructura en siete catálogos: turismo 2008-2009, comercial ligero 2009-2010, sistemas hidráulicos turismo y comercial ligero 2009-2010, bombas de servodirección turismo 2009-2010, vehículo industrial y agrícola. En breve lanzará el catálogo LuK de embragues con volante bimasa Repset DMF 2010-2011. El producto LuK más vendido es el Repset o kit de embrague que está compuesto por la prensa y el disco de embrague y el cojinete de desembrague. Como novedades, recientemente ha introducido sistemas de desembrague hidráulico dispositivo en el que la marca alemana marca la pauta en el mercado posventa. De hecho, este 2009 ha lanzado un catálogo específico de componentes hidráulicos que, aparte de los cojinetes, reúne un amplio elenco de bombas de embrague en distintos formatos, todas con la garantía de estar montadas en primer equipo. La actualización de la gama LuK es constante, prueba de ello es que solo este mes de octubre ha lanzado numerosas referencias en volantes de motor bimasa, en cojinetes hidráulicos, en juegos de cilindros y en Repset, Repset SAC y Repset Pro. A modo de apunte, LuK también tiene una destacada presencia en primer equipo donde muestra su carácter innovador y

tecnológico. Así, es el principal proveedor para los constructores de los embragues autoajustables SAC, tecnología que permite que el desgaste del embrague no afecte a las condiciones de utilización del conductor. Este tipo de embrague ha cobrado especial importancia en los vehículos diésel de última generación que equipan embragues de gran diámetro. Para la posventa, ya dispone de 210 referencias en embragues autoajustables SAC.



Disco de embrague LuK, marca referente del mercado con una oferta que supera las 7.000 referencias y con coberturas superiores al 90% en todas las tipologías de vehículos.

VALEO SERVICE ESPAÑA

Getafe (Madrid). Fabrica y distribuye los embragues **Valeo** para todo tipo de vehículos: turismos, todo terrenos, derivados, furgonetas, vehículos industriales ligeros y pesados, buses y vehículo agrícola. El mes pasado, octubre, inició la distribución de la actualización de su catálogo 2009-2010. Esta nueva versión incluye 316 nuevas referencias de las que 159 son kits tradicionales que cubren las necesidades de más de quince millones de vehículos del parque circulante europeo. Otras 22 nuevas referencias corresponden a Kits 4 Piezas. Por tanto, el catálogo de embragues Valeo Service 2009-2010 consta de 1.306 referencias en kits de embrague de turismos y furgoneta, aproximadamente un centenar de referencias en componentes (discos, mecanismos y cojinetes mecánicos), 67 referencias en cojinetes hidráulicos, 70 en Kit 3 Piezas con cojinete hidráulico, 37 en Kit 4 Piezas con volante rígido y 35 en Dobles volante amortiguador (bimasa). Como se puede deducir, la oferta es muy amplia (Valeo es una de las marcas imprescindibles del mercado) lo que se traduce en una elevada cobertura, del 98% para el parque de turismos (95% mercado alemán, 96% mercado asiático, 99% mercado francés y 99 mercado italiano). Mención especial merece el aumento de la cobertura de los parques alemán y asiático ya que Valeo ha lanzado más de 400 nue-

vos kits para estos vehículos en los últimos tres años. La oferta de la marca francesa destinada a vehículo asiático es de 346 kits por lo que es la marca que ofrece una de las mayores coberturas para este creciente parque que año tras año aumenta su cuota de penetración en el mercado. El nuevo catálogo también reúne la ampliación de productos hidráulicos y a partir de este mes de noviembre se añade a la línea de cojinetes hidráulicos la comercialización de bombas de embrague (emisores) y bombines (receptores). Entre las novedades conviene subrayar la ampliación de la gama de Kit 4 Piezas, recordemos, el producto alternativo en la posventa que sustituye al volante bimasa y su correspondiente kit. El catálogo también ha recibido mejoras en el diseño (ahora más racional) y en la identificación de los productos.



Portada del catálogo de embragues Valeo 2009-2010. De las 316 nuevas referencias que incorpora, 159 son kits tradicionales y 22, Kits 4 Piezas, el producto estrella de la marca francesa.

ZF TRADING AFTERMARKET IBÉRICA

Sant Cugat (Barcelona). Delegaciones en Madrid, Sevilla, Murcia, León y Lisboa. Esta multinacional de origen alemán es el fabricante y distribuidor de la marca **Sachs**, una de las tres más importantes del mercado. Su oferta se reparte en dos catálogos, el de turismos y vehículos comerciales ligeros 2008 y el de vehículos industriales 2008. El primero suma 3.100 referencias y el segundo, 1.500. El total de más de 4.600 referencias disponibles le permiten satisfacer las demandas del 98% del parque circulante europeo. La calidad es la gran apuesta de la marca alemana cuyos técnicos aseguran que los embragues Sachs garantizan la fiabilidad de la transmisión y la suavidad del cambio además de ser capaces de soportar

los esfuerzos más duros y caracterizarse por su larga duración. Además de amplia, la gama Sachs se actualiza constantemente, las últimas referencias en incorporarse al catálogo han sido referencias para modelos como el Alfa Romeo 159, el Citroén C4 Picasso, el Opel Zafira II, el Seat Altea XL o el Volvo C30. Mención especial merece el servicio Infoservice a través del cual se comunica a los clientes de Sachs la disponibilidad de nuevas referencias. Entre todos los componentes de embragues Sachs destaca el programa de kits. Compuestos por el plato de presión, el disco y el cojinete en un mismo pack se suministran con un sobre de grasa especial para el montaje garantizando así una operación perfecta del cambio de embrague en el taller.



Kit de embrague Sachs. Incluye el plato de presión, el disco y el cojinete así como una grasa especial para que el montaje sea perfecto.

directorio web

www.adparts.com
www.adr98.com
www.agerauto.es
www.ageru.com
www.beycounion.com
www.blueprint-adl.com
www.cecauto.com
www.cedregsa.com
www.centroholding.com
www.davasa.es
www.dieseltechnic.com
www.dipart.es
www.distribuidoracaballero.com
www.egro-clutch.com
www.europart.es
www.frenossauleda.com
www.gecorusa.com
www.groupautounion.com
www.grunosur.com
www.grupauto.com
www.gsautobat.com
www.impormovil.es
www.italrecambios.es
www.japanparts.com
www.jbs.com.es
www.prome.com
www.qhspain.com
www.rsturia.com
www.schaeffler.es
www.serca.es
www.valeoservice.com
www.zf-trading.es



PETRONAS
LUBRICANTS



En síntesis,
SYNTIUM
nuestro
lubricante
sintético

FLUID ▶ TECHNOLOGY



Official Sponsor



ÁLBUM DE CROMOS DE UN DÍA DE AUTÉNTICO LUJO EN UN RALLY EXTRAORDINARIO

DÍA VIP EN EL WRC

...de la mano de Magneti Marelli

Creíamos que el año pasado la gente de 'la Marelli' habría acabado hasta el moño de aguantar a unos plumillas como nosotros, pero parece que les gustó el invento porque nos volvieron a invitar al Catalunya Costa Daurada... Y claro, repetimos gustosos. No, si al final cualquiera se acostumbra a eso de que le cuiden y le lleven entre algodones... Y si encima es para ir a ver un rally en helicóptero, pues qué quieren que les digamos: de lujo, oye.

Bueno, este año el encuentro tenía que ser un poco más corto que en 2008. Sólo tendríamos un día al que exprimirle todas las horas. No es porque sí que las cosas andan achuchadillas... Pero aún así, a mediados de septiembre, en plena *rentrée* y con mil y un frentes abiertos, Joan Miró nos llamaba a la oficina para decirnos que contaba con nosotros para estar con sus distribuidores VIP el día 2 de octubre en el Rally Catalunya Costa Daurada que se celebraba con base en el parque Port Aventura de Salou (Tarragona). Así que allá fuimos, raudos y veloces. El *sarao* del año pasado estuvo francamente bien y no era como para decir que no. Y como nos va más la marcha que a un tonto un lápiz, a pesar de lo complicadas de las fechas hicimos hueco en la agenda.

Día 1 (bueno, más bien noche...)

Llegamos pasada la medianoche del día 1 (de octubre) al Hotel Termes de Montbrí donde, contra pronóstico, nos esperaban junto a algunos *refrescos nocturnos* Joan Miró, Andrea Anfossi (el nuevo jefe de Magneti Marelli Aftermarket Ibérica) y un retén de sus VIP invitados al evento: Fuensanta y Virginia Silvestre, de GS Autobat; Juanjo y Fermín Bernal, de Auto-Recambios Atlantic; Mino Segna, de Segna U. & Figli S.p.A.; y Giorgio Gamberini, Director

Comercial para Europa de Magneti Marelli Aftermarket. No hubo mucho tiempo de nada... Era tarde y el toque de diana era temprano a la mañana siguiente, así que nos fuimos derechos *al sobre*, que nos esperaba un viernes *movidito*.

Ese mismo día, durante el *shakedown* en el Coll de la Teixeta, Loeb había hecho de las suyas otra vez y andaba acumulando segundos que le encumbraban aún más al frente del Mundial de Rallyes, seguido muy de cerca por el piloto revelación de este año, Sébastien Ogier, proveniente del Citroën Junior Team que se estrenaba en la categoría WRC. Aunque Dani Sordo, bien agazapado a la sombra del francés invencible, le reservaba una sorpresa para la primera jornada de carrera que haría soñar por un momento que el *cantabruco* podría dar la campanada en Catalunya.

Día 2, fase 1. Hélices y demás

El desayuno en el Hotel Termes fue providencial. Un buen aporte energético para aguantar lo que se venga y *ialehop!* a las furgonetas para ir hasta Port Aventura, donde estaba instalado el parque cerrado del rally y donde los helicópteros nos esperaban para llevarnos a los tramos. De camino a Salou, conocimos al resto del grupo VIP de los Marelli: Francisco y Eduardo Gil, padre e hijo respectivamente, de Recambios Guadalajara; Antonio Casado y Francisca



Recuento por la mañana... Nos vamos al parque cerrado de Salou...



...al 'hospitality' del WRC. Café, cruasán, charla...



Bueno, ya hay ganas de hélices, así que toca foto delante de los pájaros.



Llegan los nuestros, identificados con la imagen del RACC...



...y ivolamooooos!



Los hermanos Bernal flanquean a Raquel. Ya hemos llegado a Esblada.



Los 'compis' no pierden el tiempo. Foto con las murcianas.



Coche 0 que pasa dando espectáculo. ¡Empieza la emoción del rally!



Bandera amarilla electrónica para el WRC 2010 desarrollada por Magneti Marelli

Ya en 2008 tuvimos ocasión de conocer el desarrollo de la bandera amarilla electrónica directamente de los organizadores del WRC cuando, con motivo del Rally Catalunya Costa Daurada del pasado año, visitamos el centro de control de participantes y nos contaron en qué consistía este dispositivo. Se trata de un sistema electrónico telemático de avisos que va montado en cada uno de los coches participantes en el rally y que, mediante radiofrecuencia, advierte al conductor de posibles peligros en el tramo causados, por ejemplo, por un accidente o por algún vehículo averiado que obstruye el paso. Para evitar males mayores, el piloto o copiloto del coche debe confirmar que ha recibido el mensaje de peligro y detener el vehículo, si no desde el control central de la carrera, llegado el caso de máxima desobediencia, podría parársele el motor del coche.

Este sistema gobernado vía satélite GPS, además de aumentar la seguridad en carrera, evita que durante las incidencias en el tramo los pilotos puedan beneficiarse de ello recortando tiempos o corriendo cuando la carrera está parada. El sistema de bandera amarilla electrónica, tras algunos años de desarrollo por parte de Magneti Marelli, socio tecnológico principal y patrocinador de telemetría del campeonato WRC (World Rally Championship), ha sido aprobado por la FIA para ser integrado en todos los coches que disputen el mundial en 2010.

Roberto Dalla, Director Ejecutivo de Magneti Marelli Motorsport, ha comentado al respecto: "El WRC es el escenario ideal para mejorar nuestros productos y un mercado en el que dar a conocer las innovaciones tecnológicas. También es una oportunidad de hacer algo extremadamente útil para los pilotos y los aficionados que siguen este emocionante deporte, como en el caso del Sistema Electrónico de Bandera Amarilla."



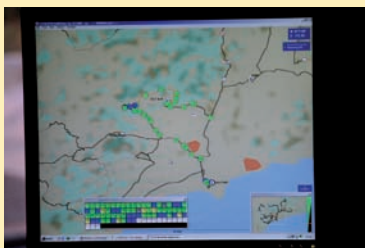
El piloto favorito de Magneti Marelli...

Nicolas Bernardi, nacido el 16 de mayo de 1976, es un experimentado piloto de rallyes francés, cuyos inicios en la competición estuvieron muy ligados a Peugeot Sport. Sus primeros triunfos llegaron en 1995, cuando fue vencedor del Campeonato Junior de Rallyes francés, y en 1999, año en que se convirtió en ganador del Campeonato Francés de Rallyes al volante de un Peugeot 206 WRC. En 2002 pasó a correr la copa S1600 del WRC junto a Cédric Robert con un 206 Maxi, aunque esa primera temporada resultó ser bastante mala en cuanto a resultados. En 2003 corrió a las órdenes de MSport con el Ford Puma S1600 y en 2004 entró en el equipo Renault, con el que ganó WRC Junior y el título francés de constructores a los mandos de un Clio S1600.

En 2005, gracias al Equipo Bozian y la ayuda de la Federación Francesa de Automovilismo, Bernardi consigue un Peugeot 206 WRC de dos temporadas atrás pero gracias a su experiencia y pericia y a la labor de su excelente equipo consigue de nuevo el Campeonato de Francia de Rallyes.



Nicolas Bernardi con las chicas VIP de Magneti Marelli: Fuensanta Silvestre, Raquel Robalo, Virginia Silvestre y Francisca López. ¡Qué envidia!



Durante nuestra visita al Rally de Catalunya pudimos conocer de nuevo los detalles de la telemetría directamente desde el centro de control de carrera, en el que tomamos estas fotografías. En la pantalla podemos ver cómo se localizan todos los vehículos en carrera, indicando mediante colores su estado.

...y sus mejores copilotos

FERMÍN BERNAL



VIRGINIA SILVESTRE



ANTONIO CASADO



JUAN JOSÉ BERNAL



ANTONI PUJADÓ



FRANCISCO GIL



FUENSANTA SILVESTRE



ANTONI PUJADÓ JR.



MINO SEGNA



JOAN MIRÓ



EDUARDO GIL



ANDREA ANFOSSI



ERNEST VIÑALS



GIORGIO GAMBERINI



RAQUEL ROBALO



Fermín está hecho un profesional. En un ratito más hubiera pilotado él.



En La Mussara, Fuensanta, Virginia y Lidia aprovechan el rato para ponerse al día...



Todo arriba, nos indica Lidia. Ya vamos de vuelta a Salou a casi 300 km/h.



Ahora visitamos las asistencias... Llega el Rey Alsaciano del Rally: Loeb

López, de Recambios Casado de Málaga; y Antonio Pujadó padre e hijo, de Cecauro.

Para los que se estrenaban en este medio de locomoción aéreo, lo de *colgar* en el aire de unas aspas que andan soltando viento como locas no parecía algo demasiado seguro. Pero duró poco la zozobra, puesto que enseguida pudieron comprobar la estabilidad y agilidad del helicóptero... En apenas 15 minutos llegamos a Esblada, en el punto más espectacular del tramo de Querol. Allí nos aguardaría, a parte de toda la emoción del rally, un segundo desayuno en La Vinateria d'Esblada, un lugar incomparable al abrigo de la iglesia románica de Sant Jaume... Que si fuéramos malpensados, creeríamos que estos de Marelli nos querían *comprar* por el estómago...

Situados en la parte alta de una paella de 180°, el ambiente era apasionante, sobre todo porque ya en ese momento Sordo estaba dando una lección a Loeb y Hirvonen que iba a durar todo el día, puesto que el de Torrelavega acabaría la

jornada con 1,9 segundos de ventaja sobre el alsaciano y el finés de Ford debería conformarse con ser espectador del duelo francoespañol desde la tercera posición, a más de 34 segundos de Sordo. En cualquier caso, parecía claro que el Catalunya sólo tendría un color, el rojo de Citroën, puesto que también Ogier y Petter Solberg, ambos de estreno con el C4 WRC, acabarían en cuarto y quinto puesto en el rally.

Día 2, fase 2. Los 194 km/h de Hirvonen

De Esblada, los helicópteros del RACC nos llevaron a media mañana hacia otro punto, el de La Mussara, ya en la segunda pasada de los pilotos por este tramo. Se trata de una zona espectacular en la que se combinan largas rectas con curvas complicadísimas en un paisaje alternante entre bosques y viñedos. Loeb se puso las pilas viendo cómo Sordo le dejaba clavado y marcó sus primeros *scratch* al vencer los dos últimos tramos de la jornada, para desesperanza de



Un trabajo ímprobo, preciso y contra el reloj. Sólo tienen 30 minutos para realizar las operaciones.



Bueno, bueno, y ahora cuenta en casa que estás trabajando, a ver si te creen...



Ambientazo el que crean los seguidores de Dani Sordo allá donde van. Y Magneti Marelli también...



Magneti Marelli siempre está ahí, también en el coche de Sordo.



Pero bueno, qué es esto, ireunión de murcianos en Salou! Alberto Contador y las Silvestre 'sisters'.



Los Gil padre e hijo, dispuestos a meterse 'al lío'.



Pujadó se prepara por si hay que recibir golpes...



Dicen que las parejas se unen más ante las emociones fuertes...

Dani que vio reducirse drásticamente la ventaja que había conseguido respecto a Sébastien. Acabó el día siendo líder del rally, pero con muy poco margen para la comodidad...

En el lugar en el que nos dejaron la gente de la organización de WRC había un grupo de finlandeses embriagados por los buenos resultados de Mikko Hirvonen en el mundial que se trajeron incluso un radar para medir la velocidad de paso de los coches por el tramo. Mientras durara la cerveza, la fiesta seguiría para ellos, pero por supuesto el momento cumbre fue medir el Ford Focus de Mikko pasando a 194 km/h por una recta ligeramente curvada... Con ese instrumento en la mano se veía clara la diferencia entre un WRC y los S2000 o los S1600, que en el mejor de los casos alcanzaban 160 km/h.

Tras el rato que pasamos al sol en La Mussara, y con un calor propio del verano más que de principios de octubre, apetecía restaurarse mínimamente en lo hídrico (en lo alimenticio no teníamos excusa...), así que volvimos a Salou para visitar las asistencias en el parque cerrado del rally y posteriormente volver a comer (menudo vicio). Suerte que sólo hacemos esto una vez al año, porque en pantalones nos gastaríamos el sueldo entero de seguir así una semana...

Día 2, fase 3. Festival en Tàrrega

La ciudad de Tàrrega es conocida por su festival de teatro en la calle, otrora evento alternativo e informal, actualmente uno de los más sólidos escaparates para grupos prometedores y montajes arriesgados que sirve de trampolín a muchas propuestas para su paso al circuito comercial. Sin embargo, a las afueras de Tàrrega en dirección hacia Montblanc por la C-14 nosotros teníamos una cita cultural algo menos sofisticada, pero arriesgada sin duda, en el circuito de cross de la capital comarcal de L'Urgell. El artista era, en este caso, Nicolas

Bernardi, el piloto francés que ya conocimos en el Catalunya 2008 y que nos ayudó a digerir precipitadamente lo que durante el trayecto desde Salou hasta Tàrrega no llegó a digerirse en la siesta general en las furgonetas.

La digestión acelerada, convenientemente aderezada con un buen café, refrescos y más comida para aquél que tuviera aún algún hueco en el estómago, corrió a cargo del mentado Bernardi y un Mitsubishi Lancer Evo VIII modificado con alrededor de 400 CV. La experiencia de ser copiloto en un coche de rally con un Campeón de Francia de Rallyes al volante y en un circuito de tierra fue inenarrable para muchos y divertidísima para todos. Nicolas, además de un piloto excelente, resultó ser muy comprensivo con las ganas de convertirse en la ginebra del cocktail de cada uno de los VIP de Marelli y adaptó sus maneras en función de tres modos de conducción: súperdeportivo, de alta competición y kamikaze. Por lo que a nosotros respecta, con el segundo quedamos bastante satisfechos...

Tras casi dos horas dando tumbos por el circuito de tierra, llegó el momento de la despedida y cierre... Lástima que días así no puedan durar más días. Nos acordamos mucho de Chris, de Lidia, de Becky y del resto de componentes de la organización ISC, quienes nos hicieron pasar ratos imborrables, como así lo hicieron en 2008 Linda y Pete, gente maja porque sí. El rally, por su lado, siguió su curso y la tercera jornada repuso al Sébastien volador en lo más alto. La clasificación ya no se movería hasta el fin de la carrera: Loeb, Sordo, Hirvonen, Petter Solberg y Ogier fueron los cinco primeros. ●



Más info en

www.magnetimarelli-checkstar.es

www.raccrally.com

www.nicolas-bernardi.fr

Rally Catalunya Costa Daurada / Resultados



1º SÉBASTIEN LOEB, Citroën C4 WRC



2º DANI SORDO, Citroën C4 WRC



3º MIKKO HIRVONEN, Ford Focus WRC



4º PETTER SOLBERG, Citroën C4 WRC



5º SÉBASTIEN OGIER, Citroën C4 WRC



MAGNETI
MARELLI

checkstar
SERVICE NETWORK

Magneti Marelli ofrece a sus clientes una completa gama de equipos y servicios para el taller: Equipos de diagnóstico, elevadores, analizadores de gases, estaciones de carga de aire acondicionado, desmontadoras y equilibradoras de neumáticos, formación, call center y documentación técnica, todo ello englobado en el programa ELECTRA.

Magneti Marelli Aftermarket S.L.

MAGNETI
MARELLI

checkstar
SERVICE NETWORK

www.magnetimarelli-checkstar.es

Magneti Marelli Checkstar es la Red de Talleres de quienes quieren crecer, de un equipo ganador.



www.concedecoche.com

Contacto
Vespa S 125 ie

UN PASEO POR LOS AÑOS 50



Contacto
Peugeot 3008

'CROSSOVER' CON GARRA



NOTICIAS



GT Motive con ANESAT y ANRAO



Premios Sensia 2008



Nuevo director en Kia



MOTORES



CULATAS



MOTORES DE ARRANQUE



COMPRESORES CLIMATIZACIÓN



RADIADORES



ALTERNADORES



CAJAS DE VELOCIDADES MANUALES



SISTEMA DE NAVEGACIÓN



CAJAS DE VELOCIDADES AUTOMÁTICAS



EMBRAGUES



TRANSMISIONES



BOMBAS DE INYECCIÓN



DIRECCIONES



ESTRIBOS DE FRENO



TURBO COMPRESORES



PORTAINYECTORES



TABLEROS DE A BORDO



CON RENAULT CAMBIO ESTÁNDAR SER ECOLÓGICO LE COSTARÁ MENOS.

Ahora puede ofrecer a sus clientes una solución adaptada a sus necesidades y colaborar con el medio ambiente. Porque con las piezas de origen renovadas de Renault Cambio Estándar, además de ahorrar hasta un 30% respecto a la pieza nueva, se consume menos energía y se generan menos residuos. En definitiva, un ejemplo de rentabilidad responsable y del compromiso de Renault con la ecología.





EL CONCESIONARIO BMW MÁS GRANDE DE ESPAÑA, EN SANT ADRIÀ DEL BESÒS

Grupo Cano inaugura Litoral Motor

Grupo Cano inauguró el pasado 8 de octubre, **Litoral Motor**, el nuevo concesionario **BMW** que se convierte en el más grande de España. Situado en la localidad barcelonesa de Sant Adrià del Besòs alcanza los 18.000 metros cuadrados, repartidos en siete plantas, y en él se han invertido 20 millones de euros.

Tuvimos ocasión de asistir a la inauguración y pudimos constatar que Litoral Motor quiere marcar diferencia en la posventa. De entrada, la posventa de BMW y Mini están separadas, siendo Litoral Motor uno de los únicos cuatro concesionarios a nivel mundial con una zona específica de atención técnica y reparación para la marca británica. La zona de recepción de BMW y BMW Motos alcanza los cuarenta coches por día con una zona de reparación rápida (operaciones de menos de dos horas de mano de obra) con cinco puestos de trabajo independientes completamente equipados y capacidad para 24 órdenes de trabajo por hora. Se han equipado elevadores engrasados con el suelo no sólo para mantener un orden visual en la zona de reparación, sino esencialmente para minimizar daños en coches y personal al transitar por este lugar y permitir la carga de vehículos súperdeportivos con baja distancia libre al suelo. En la zona de ca-

rrería y pintura, seis zonas de preparación independientes permiten que en sólo 25 a 30 minutos un coche quede preparado para ser pintado completamente. Con tres cabinas de pintura más una cabina específica de spot repair para las reparaciones más rápidas y sencillas, el ritmo de rotación de vehículos en esta zona del taller es altísimo. La zona de taller dedicada a la diagnosis de los vehículos, sean coches o motos, tiene también un tratamiento especial. Mediante conexión wifi a internet, los operarios pueden diagnosticar los vehículos con conexión directa a la fábrica de BMW en Munich. Mediante la telediagnosis, la detección de fallos es más precisa y permite aprovechar el conocimiento acumulado por todos los talleres oficiales BMW alrededor del mundo. Litoral Motor también cuenta con un amplio almacén de recambios de 400 m2. Ubicado en el centro del primer sotano del edificio cuenta con ventanillas propias para cada una de las zonas a las que alimenta, léase, taller mecánico, carrocería y pintura y reparación rápida y mantenimiento. Maneja 7.000 referencias en stock de un total de 60.000 disponibles.

www.litoralmotor.bmw.es / www.cano.es / www.bmw.es

SON LOS SERVICIOS Y REPARADORES AUTORIZADOS DE SEAT Y OPEL RESPECTIVAMENTE

ANESAT Y ANRAO, CON GT MOTIVE

La **Asociación de Servicios Autorizados de Seat (ANESAT)** y la **Asociación Nacional de Reparadores Autorizados y Agentes Opel (ANRAO)** han suscrito sendos acuerdos con **Gt Motive** para la utilización en sus redes del **Gt Estimate**, herramienta informática que ofrece información técnica sobre el vehículo a revisar o reparar.

Fruto del acuerdo con ANESAT, 173 talleres de esta asociación se unen a los más de 11.500 que ya usan el Gt Estimate. Por tanto acceden a una herramienta que ofrece información instantánea y detallada del vehículo que entra en un taller para ser reparado o revisado, calculando en el acto el precio total de las operaciones que le van a realizar y ofreciendo un presupuesto previo al cliente. La transparencia que ofrece el Gt Estimate a los talleres y a los clientes se traducen en una mejor calidad de servicio e impulsa la fidelidad de los clientes a su centro de reparación.

En cuanto a la alianza con ANRAO, gracias a ella 302 talleres se beneficiaran del uso del Gt Estimate de Gt Motive.

www.anesat.es /
www.anrao.es /
www.gtmotive.es



La red de concesionarios **Ford** está promocionando las operaciones de mantenimiento en sus talleres durante los meses de octubre y noviembre. Así, los clientes que realicen una revisión en un taller Ford durante estos días están recibiendo de regalo unas pinzas de arranque y un cupón de descuento de diez euros, canjeable en la compra de una batería en cualquier concesionario oficial de la marca del óvalo.

www.ford.es

Kia Motors Iberia cuenta con nuevo **Director General**. Se trata del italiano **Raoul Picello** quien, desde su nuevo cargo, ha asumido la responsabilidad de las áreas de Operaciones, Desarrollo de Red, Ventas, Marketing, Flotas y Posventa. Picello, que accedió al cargo a primeros de octubre, ostenta una larga trayectoria profesional vinculada al automóvil. Hasta ahora ocupaba un cargo similar en **Mazda Italia** y anteriormente había trabajado como Director General en **Toyota España**, en **Grupo Fiat** y en **Ford**.

www.kia.es




HEMOS PROBADO LA ÚLTIMA EVOLUCIÓN DEL MÍTICO MODELO VESPA, LA S 125 I.E., LLENA DE ENCANTO Y ESTILO

La más deportiva entre las glamurosas

La variedad S de la Vespa moderna es la descendiente más directa, en cuanto a imagen por lo menos, de la sempiterna e inefable Vespa 75 Primavera, la que en los años 80 sorprendió por su faro cuadrado y su espíritu deportivo (pongamos "deportivo" en cuarentena). Mantiene ese faro cuadrado cromado tan característico y la carrocería metálica, uno de sus aspectos más característicos y al mismo tiempo el que más compromete las prestaciones de su motor 125 con 4 válvulas refrigerado por aire, que sin ser poca cosa queda corto para que la Vespa pueda medirse de semáforo a semáforo con cualquier escúter 125 al uso.

Su capacidad de carga es limitada, sobre todo por el puente central por el que transcurre el chasis en el piso, que es a la sazón otro de los elementos que hacen inconfundible una Vespa. Aún así, la S cuenta con un buen espacio bajo el asiento en el que se puede guardar bastante cómodamente un casco jet (nada de integrales, por favor), lo que la hace algo más práctica.

La Vespa S, sin embargo, no es todo lo cómoda que podría pedirse a un escúter. De entrada, el asiento es bastante ancho en su parte delantera, por lo que aquellos que levanten menos de 1,60 m del suelo tendrán problemas para poner pies en firme al pararse, lo cual tratándose de un modelo, no nos engañemos, mayoritariamente femenino ya no le pone las cosas fáciles. El paquete tampoco está muy bien tratado. No tiene dónde agarrarse y el mullido del asiento en su zona le va a maltratar bastante el sacro. Además, los estribos están integrados en la plataforma del piso, lo que le obligará a llevar las piernas bastante adelantadas, forzando su postura. Está claro que es una Vespa casi monoplaza.

¿Y de precio? Con una Vespa (la S o cualquier otra) pasa algo parecido al iPhone de Apple comparado con la BlackBerry de RIM. Pagar 3.200 € por una 125 parece hoy en día casi un abuso, pero a quien valore la estética, el *glamour* de conducir una *neoretro* histórica, mítica, símbolo de la cultura pop y fetiche de los *mods* que siguieron en los 70 a The Who, The Sex Pistols o The Clash, no le dolerá en prendas el desembolso. ¡Larga vida a la Vespa! 

www.vespa.es




PROBAMOS LO ÚLTIMO DE PEUGEOT, EL 3008

Híbrido entre monovolumen y crossover

► El nuevo **3008** es la propuesta de **Peugeot** para competir con modelos como el Nissan Qashqai, el Renault Koléos o el Ford Kuga. En comparación con ellos, su diseño está más cerca de un monovolumen que su competencia, lo que redundará en una mayor habitabilidad. Así, el 3008 es bastante amplio, sobre todo en las plazas traseras, y también muy cómodo gracias al equilibrado tacto de las suspensiones por lo que se presenta como una alternativa también a monovolúmenes compactos como el Citroën C4 Picasso o el Ford Focus C-Max. Los acabados son de mayor calidad que la media así como su equipamiento y precio. La versión de acceso, la Comfort VTI de 120 CV, parte de los 21.000 € incluye de serie el ESP, mandos en el volante, pantalla digital o freno de estacionamiento eléctrico aunque carece, y creemos que lo debería equipar, el climatizador (ni disponible) y control de velocidad (opción que cuesta 312 €).

Tuvimos la ocasión de probar la variante diésel de 110 CV que se mostró cumplidora, sin prestaciones deslumbrantes, por el peso y dimensiones del vehículo, pero también parca en consumos. En cuanto al comportamiento, lo apuntado, en el 3008 prima el confort más que la deportividad, eso sí, el confort es muy elevado y la sensación de seguridad al volante es muy alta.

Las versiones más equipadas disfrutan de una elevada dotación tecnológica, a elementos como el sistema de ayuda al arranque en cuesta (*Hill Assist*), los faros bi-xenón direccionales, la ayuda al estacionamiento delantero y trasero o un equipo multimedia de última generación se le suman dispositivos exclusivos en su segmento como el *Head Up Display* o el *Distance Alert*. Con el *Head Up Display*, una lámina traslúcida de policarbonato antirreflejante se despliega delante del conductor para mostrarle la información que más necesita: la velocidad a la que se circula, el regulador/limitador de velocidad y el sistema *Distance Alert*. Dicha lámina permite que el conductor acceda a esta información sin necesidad de desviar la vista de la carretera. En cuanto al sistema *Distance Alert*, ayuda al conductor a respetar la distancia de seguridad avisando con un triángulo intermitente en el Head Up Display cuando estamos excesivamente cerca del vehículo que nos precede sobrepasando la mínima distancia de seguridad. 

www.peugeot.es



Nosotros no inventamos la rueda.

Pero sin nosotros no podría girar.



Algunos inventos son *buenos* – otros son *para siempre*; como nuestras transmisiones. Más de 50 años de experiencia adquirida en desarrollo tecnológico de primeros equipos, así como un sinfín de patentes registradas dan lugar a este producto exclusivo. Todo esto garantiza un éxito constante y una mayor eficacia, también para ti. Ofrecemos una gama completa, incluso para vehículos antiguos. Una mayor rentabilidad, con una mayor disponibilidad de piezas y protegiendo el medioambiente, gracias a la devolución de las piezas usadas y la eliminación profesional de residuos. No obstante proporcionar la máxima seguridad es nuestra primera y mayor prioridad. Buenas razones para que sus clientes le sean *permanentemente* fieles.

www.gknservice.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