

323

Diciembre 2009

NUEVA WEB

visítala

www.mundorecambioytaller.com

mundo recambio y taller

myt

DESDE 1980 LA REVISTA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

ESPECIAL LUBRICANTES

16



10



TENNECO
muestra
sus cartas

CARTÉS

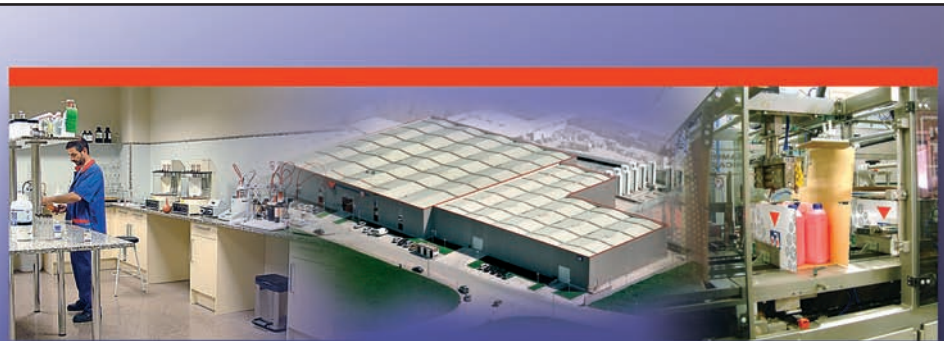
12



Partners in Quality



63



Lubricantes y Productos Químicos



CALIDAD ORIGINAL

Además

**RACE Y LOS BOSCH
CAR SERVICE POR LA
SEGURIDAD VIAL**

**MAGNETI MARELLI
CON MÁS EQUIPOS
DE TALLER**

**ANCERA Y SU
LABOR DIARIA POR
LA POSVENTA**

PLANNING

2010



ashika

Aditivo para el gas gpl como combustible de motores

PUEDO ORDENAR "GAS LICUADO DE PETRÒLEO MÀS LIMPIOS" UTILIZANDO EL CÒDIGO: **"XX-GAS"**

SE PUEDE VER LA DISPONIBILIDAD,ACTUALIZADA CADA 24 HORAS:

www.ashika.eu

QUE ES?

Es un producto especialmente formulado para eliminar la condensa de humedad o depositos de lacas,azufre y amoniaco,del tanque de gas.

PAR QUE SIRVE?

Mantiene limpio y eficaz el reductor de presion.limpia y lubrifica los inyectores y valvulas del sistema de combustible de gas gpl en fase liquidos o gaseosos.mantiene eficaz y duradero el sistema de potencia del motor alimentado con gpl.

CÒMO SE UTILIZÀ?

Con el deposito por lo menos del 80% atornillar fuertemente el adaptador al agujero central de la boca central. Sucesivamente conectar el hilo conductor de la valvula de "gas licuado de petroleo limpio" en los extremos del adptador, con la botella boca abajo, Accionar el boton de dosificacion mas o menos unos 30 segundos de manera qu el producto tenga tiempo suficiente para entrar en el deposito del gas. Quite el adaptador y proceder al suministro.



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 Mompert

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
C.E.I. 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

Suma y sigue

En el último sprint del año, frío y prisas.

En general, y para el sector de la automoción, no ha sido un año como para querer recordarlo. Las ventas de VN siguieron (que ya en los últimos compases de 2008 se mascaba la tragedia, que se materializó en toda su crudeza durante el primer trimestre de 2009) durante muchos meses, demasiados, en caída libre; y aunque al final se desplegara el paracaídas del 2000E, la tendencia resulta muy difícil de invertir...

ERE en las plantas de producción, ajustes de fabricación de componentes en las fábricas, suministros con problemas, stocks regulándose a toda máquina, talleres con clientes demandando más por menos, baile de directivos entrando y saliendo de las empresas...

Y todos los actores del mercado con la tijera de podar gastos en la mano y con los departamentos financieros comandando la situación...

En fin, un poema...

Pero qué injusto sería ver sólo la parte complicada.

Nuestro sector, la posventa multimarca independiente no ha sido, ni mucho menos, el que más ha sufrido. Habiendo sufrido lo suyo, claro.

Ha habido, ideas creativas para los distribuidores y los talleres ofrecidas por los fabricantes, ha habido conciencia y criterio en la distribución, ha habido aplicación de recursos para no perder empleos, ha habido formación como respuesta a la presión, ha habido proacción, nuevas iniciativas que se van a destapar en todo su esplendor en 2010, contraofertas interesantes a la mayor intensidad de la posventa marquista por parte de los "tres eslabones" (que, aunque siempre nos sonará a los *Tres Tenores*, es un triunvirato triunfante cuando hay buen entendimiento).

Ha habido mucho talento invertido en 12 meses.

Y tiene que seguir así; porque, nos queda todavía un largo trecho atravesando el desierto; y como estamos en el tramo más largo y pesado de la crisis en "L", que es precisamente cuando más decae la moral, es ahora más que nunca cuando hay que recordar que el péndulo no se mueve de un lado a otro de la noche a la mañana. Y no desanimarse, mantener el entusiasmo intacto y la imaginación viva.

2010 será un año para probarnos a nosotros mismos de lo que somos capaces. Y somos capaces de mucho. Mucho bueno (de lo malo, que se ocupe otro).

En 2010 cumpliremos 30 años en el mercado. Créannos; sabemos de lo que estamos hablando. ¡Feliz 2010!





Actualidad

12

05 NOTICIAS

Las últimas informaciones de este 2009.

08 FABRICANTES

Formación sobre iluminación y visibilidad

RACE y Bosch Car Service, por la seguridad vial.

09 FABRICANTES

Tres Frentes

Javier Marín, director técnico de Magneti Marelli nos explica el acuerdo con Tecnomotor y sus líneas de trabajo para 2010.

10 FABRICANTES

Tenneco presentó sus novedades

Presentaron el Quick Strut, la ampliación de Monroe Magnum para V.I. y relanzan los muelles y esferas.

12 DISTRIBUIDORES

"De Profesional a Profesional"

IV Congreso Partners in Quality de FilTROS Cartés.

14 DISTRIBUCIÓN

ANCERA: Almuerzo de trabajo de Navidad con el Sector

El acento, la labor diaria en defensa de la pos-venta.

Temas del mes

16 MERCADO

Moda "Low SAPS"

Mercado de lubricantes, opinión SIGAUS, informe ASELUBE

30 SUPLEMENTO C&P

39 PLANNING 2010

63 II ESPECIAL CONSTRUCTORES 2010



09



10



14



15



30

63

2010



PLANNING

39



16

noticias

EN BREVE SE PODRÍA ALCANZAR UN ACUERDO
TRAS MESES DE CONVERSACIONES

Centro Holding y Grunosur negocian su fusión

Los grupos de distribución **Centro Holding España** y **Grunosur** están en negociaciones para lograr un acuerdo de fusión. Esta operación lleva muchos meses gestándose y aunque no hay nada oficial, se ha especulado con que **Alejandro Vicario**, actual Gerente de Grunosur, asumiría la gerencia del grupo de distribución resultante que se llamaría Centro Grunosur.

Consultado sobre esta cuestión **José Porras**, Gerente de Centro Holding España, comentó que los contactos con Grunosur llevan meses produciéndose y que últimamente se han acelerado estas conversaciones aunque el acuerdo, insiste Porras, aún no es definitivo.

En caso de fructificar la fusión, que así parece que será si no hay un vuelco en las negociaciones, el nuevo grupo de distribución resultante contaría con 63 socios, más de 300 millones de euros anuales de facturación y dos enseñas de reparación **MultiTaller** y **Tecno-Centro**. Veremos como se perfilan la integración de ambas estructuras y su andadura en el día a día del mercado. Este es uno de los principales escollos con que se han encontrado los procesos de este tipo en España, y que han provocado abortar alianzas de diverso calibre a lo largo del tiempo. ●

📄 www.centroholding.com
www.grunosur.com



José Porras, Gerente de
Centro Holding España.



Alejandro Vicario,
Gerente de Grunosur.



Pos Service Holland (ES) SA

Motores de arranque y alternadores



Pol. Ind. Els Frares
Calle K, Parcela 2
25190 Lleida
Tel: +34 973 257 206
Fax: +34 973 257 782
E-mail: ventas@psh-spain.es



WWW.PSH-SPAIN.ES

NUEVOS CATÁLOGOS

La división de posventa de la italiana **Ufi Filters** ha lanzado nuevo **catálogo** de filtración, la edición **2009-2010 para vehículos pesados**. Respecto a la edición 2008-2009, se han incorporado 35 nuevas referencias para sumar un total de 860. La versión impresa incluye todos los términos y glosarios de símbolos traducidos al español (además del italiano, inglés y alemán), a fin de facilitar todavía más la consulta y búsqueda de nuestros productos al mercado posventa español. Toda la información que recoge el nuevo catálogo impreso 2009-2010 está disponible también en el catálogo CD-Rom y el Catálogo web On-line que se puede consultar en www.ufifilters.com. ●

El nuevo catálogo impreso 2009-2010 está disponible también en el catálogo CD-Rom y el Catálogo web On-line que se puede consultar en www.ufifilters.com. ●

① www.ufifilters.com

Catálogo Beru de juegos de cables de encendido y de conectores.

Esta nueva edición recopila 1.350 referencias en cables y unas cien en conectores. Esta oferta se traduce en 4.900 aplicaciones para vehículos en cables y unas 1.950 en conectores. La oferta contempla cables de encendido, juegos de conectores y de cables, conectores de bujía, conectores de distribuidores y la gama de piezas formadas de protección contra el agua disponible hasta el momento. El catálogo, de 600 páginas y en diez idiomas, también contiene información técnica sobre los grupos de producto **Beru**, sobre sus herramientas y sobre los sistemas de venta. **Grovisa** (L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona) es el distribuidor en exclusiva de Beru en España. ●

① www.beru.com / www.grovisa.com

KYB ya opera en el mercado de reposición español con su nuevo **catálogo de amortiguadores**. Esta nueva edición incluye las referencias de 2010, 168 son nuevas y dan servicio a más de diez millones de vehículos de toda Europa. También se han incorporado nuevos kits de suspensión cuyo destino son 450 aplicaciones y éstos les permiten doblar la oferta propuesta hasta ahora. En definitiva, el nuevo catálogo recopila toda la oferta KYB en amortiguadores la cual alcanza una cobertura del 99% del parque automovilístico europeo. La obra, que puede ser descargada en PDF a través de la web, también ha mejorado en contenidos. En la parte posterior del catálogo se enumeran las referencias de kits de suspensión incluyendo pictogramas con los componentes incluidos en cada referencia. ●

① www.kyb-europe.com

JORGE BELLOC ASUME LA DIRECCIÓN GENERAL EN SUSTITUCIÓN DE ÁLEX MORALES

Profunda reestructuración en Beycounion

La estructura directiva de **Beycounion** ha sido remodelada en profundidad. A finales de noviembre la distribuidora barcelonesa anunció que la familia Belloc pasa a asumir la gestión directa del Grupo (**Grupo Belloc**) y que **Jorge Belloc** es el nuevo Director General en sustitución de **Álex Morales**, durante los diez últimos años máximo responsable del holding empresarial. En un comunicado firmado por ambos directivos, el motivo de los cambios obedece a la necesidad de cerrar un ciclo mencionando que, desde 2002, el objetivo fue profesionalizar la empresa e invertir para expansionarse. Sin embargo, últimamente Beycounion se ha visto gravemente afectada por el descenso de la actividad, debido a la crisis financiera. Vale la pena mencionar que, desde 2002, se apostó por intensificar la inversión en vehículo industrial,

uno de los sectores más afectados en la caída de ventas de la automoción.

Puestos al habla con Morales, nos confirmamos que, al igual que **Ramón Puig**, director financiero, y que también abandona Beyco, van a realizar, hasta el próximo 31 de diciembre, el traspaso organizativo, con el fin de que el impacto sea el menor posible teniendo en mente una estructura de empresa similar a la de hace unos 10 años. Por su parte, Jorge Belloc nos explicó que esta drástica decisión ha sido tomada para redimensionar la compañía y reorganizar los proyectos de crecimiento, reestructurándola sin que por ello se vea perjudicado el servicio. Otros directivos que causarán baja son **Ángel Fernández**, director comercial, y **Marçal Alzina**, director de marketing (este último ya ha dejado vacante este cargo). ●

① www.grupobelloc.com

ATAYAPA, FEVAUTO Y ASTRAUTO SON LAS ASOCIACIONES IMPULSORAS

Nace la Federación de Automoción de la Comunidad Valenciana

Las asociaciones provinciales de automoción de Alicante (**ATAYAPA**), Valencia (**FEVAUTO**) y Castellón (**ASTRAUTO**) se reunieron recientemente en **FEMPA (Centro para el Fomento del Empleo y Desarrollo Tecnológico del Metal)** y crearon la **Federación de Automoción de la comunidad Valenciana**. Los objetivos de esta nueva asociación de empresarios es dar una respuesta unitaria a los problemas del sector que representan así como representar, coordinar, gestionar, fomentar y defender los intereses generales y comunes de las pymes de reparación y venta en automoción de la Comunidad Valenciana.

El Presidente de ASTRAUTO, **Martirián Martín**, ha asumido el cargo de Presidente de los talleres de toda la Comunidad, y concreta el por qué de la puesta en marcha de la Federación de Automoción de la Comunidad Valenciana: "*Queremos ser una sola voz ante la administración y los organismos oficiales*". **Guillermo Moreno**, Presidente de ATAYAPA, ha adelantado algunas de las líneas de actuación de la nueva patronal: "*Nuestras primeras iniciativas van a ir encaminadas a luchar contra el intrusismo, la económica sumergida y solicitar a las administraciones líneas de ayudas dirigidas a los talleres, a los concesionarios y otras empresas de automoción. De momento ya hemos solicitado entrevistarnos con el nuevo Conseller de Industria, Vicente Rambla*". ●

① www.astrauto.net / www.fempa.es / www.femeval.es/fevauto



BREVES

EN ESTOS TIEMPOS EL QUE NO CORRE, VUELA. POR ESO AHORA, Y POR EL MISMO PRECIO, NACEX LLEGA UNA HORA ANTES.

12:00 H

Nacex ha lanzado el servicio **Nacex 12.00 H** el cual adelanta en una hora el tiempo de entrega del actual Nacex 13.00 H, uno de los más utilizados por las empresas de electrónica, tecnología y componentes. Con el Nacex 12.00 H, esta empresa de transporte urgente y paquetería entre los envíos antes de mediodía manteniendo el mismo coste que el servicio Nacex 13.00 H.

www.nacex.es

Grupo Serca Automoción está regalando un reloj Viceroy valorado en 90 euros a los clientes que le compren 25 baterías **Serca** o 15 baterías **Serca Oro** o **Tudor**. La promoción se inició el pasado 15 de noviembre y finaliza el 15 enero. Pueden obtener más información de esta iniciativa consultando al distribuidor Serca habitual.

www.serca.es

Todas las noticias en

www.mundorecambiotaller.com

- Continental se pone las sondas
- La lucha contra el fraude, prioridad para SIGNUS Ecovalor
- Blacknord presenta su nuevo catálogo 2010 de flexibles para conjuntos de escape
- El Salón del Automóvil Ecológico de Madrid ocupa dos pabellones
- Hella promueve su línea de productos "reconstruidos" como alternativa ecológica y de ahorro para el taller
- ITV Home, para pasar revisiones sin pérdidas de tiempo
- Hyundai elige Ufi Filters
- Nacex presenta Nacex 12:00h
- La UE hace obligatoria la instalación del asistente de frenos
- Nuevas rótulas de dirección RTS
- Imágenes de Rally 2009-2010
- Mapfre lanza el servicio Auto-Puerta a Puerta
- Ahora que llega el frío... SPG regala una bufanda
- Nueva web del grupo Schaeffler para aftermarket en España y Portugal
- Promoción on-line de noviembre-diciembre de Pirelli
- Campaña Valeo para embragues de turismos, furgonetas y vehículos industriales
- Premio al cuerpo del filtro de aire de Mann+Hummel, ya listo para la producción en serie
- Renault y su campaña de aceite Motriz
- Campaña de otoño/invierno en los talleres ASETRA
- XV Convención Nacional Midas
- Catálogo Iveco Stralis de Febi Bilstein
- Mann+Hummel Ibérica, un referente en logística
- Nuevos filtros de habitáculo Denso para Toyota y Lexus
- La campaña "Lums a Punt 09" promoverá la seguridad vial
- La red de talleres Bosch Car Service lanza la campaña de invierno
- Bosch y su Night Vision plus



BERU

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

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

MADRID

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

BILBAO

Asua-Erandio, Sector 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**

Formación sobre iluminación y visibilidad

El 40,7% de los fallecidos por accidente de tráfico en España se produce en condiciones de baja iluminación y la climatología adversa está presente en un 18,4% de los accidentes mortales

El Real Automóvil Club de España-RACE, y la red de Talleres Bosch Car Service-BCS han realizado un informe, que fue presentado en Madrid, en el que se analiza la situación en nuestro país en materia de visibilidad, preguntando a más de 3.500 usuarios acerca de la circulación invernal y se han analizado los datos de las ITV sobre alumbrado y visibilidad. Este es el segundo informe que se realiza relativo a los mantenimientos y el estado del vehículo (incidiendo especialmente en el tema de iluminación y visibilidad). Analizando los resultados, se ha puesto en marcha una campaña al usuario.

Mantenimientos deficientes

Sobre el mantenimiento, los resultados muestran como el 65% de los encuestados cambia las lámparas sólo cuando se funden, lo que significa que no existe un mantenimiento periódico ni preventivo. En un 9%, el conductor revisa sus lámparas entre uno y tres años o entre 20.000 y 60.000 km, y un 24% confía este mantenimiento a las revisiones del fabricante. Lo recomendable es revisar y sustituir las lámparas cada 40.000 km.

Para los usuarios, lo más sencillo en cuanto al mantenimiento es el rellenado de niveles, frente a la tarea más compleja que resulta ser el reglaje de faros. Por el contrario, un 45% declara ser quién sustituye las lámparas, frente a un 40% de usuarios que optan por llevar el vehículo a un taller.

Sobre el estado de los sistemas de limpieza de los parabrisas, que en muchos casos puede suponer una peligrosa merma de información, los datos resultantes fueron que el 37% ha circulado con unas escobillas en mal estado, el 16% de los conductores debería cambiar las escobillas, por encontrarse en condiciones de baja eficacia, y un 4% debe cambiar urgentemente los limpiaparabrisas.

Por último, se preguntó a los conductores sobre situaciones de riesgo relacionadas con la falta de visibilidad. Sorprende el dato que se refiere a la climatología, ya que el 57% se vio obligado a detener el vehículo.

Alumbrado,

Respecto al sistema de alumbrado que dispone cada usuario encuestado, el 68% dispone de lámparas halógenas, y sólo un 19% tiene Xenon.

Por otro lado, existe un importante desconocimiento sobre los leds, ya que uno de cada cinco usuarios no sabe si lleva leds en sus faros o en los pilotos. Tampoco el 15% de los usuarios sabe si su vehículo lleva Xenon. El 81% de los encuestados fue alguna vez deslumbrado completamente, y el 19% ha circulado con los faros fundidos sin saberlo.

Luces diurnas

Sobre las luces de conducción diurna, propuesta formulada por la Dirección General de Tráfico, un 31% de los conductores afirman estar de acuerdo con la medida (opción "Sí, siempre y en todos los casos"), frente a un 29% que considera que debería ser una recomendación, y un 9% que manifiesta estar totalmente en desacuerdo (opción "No, en ningún caso").


La iluminación en las ITV

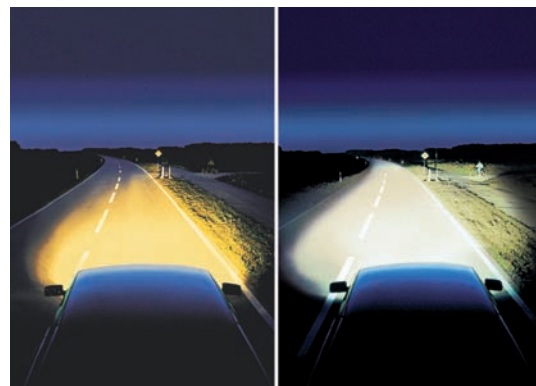
También el informe recoge los casos de rechazo por defectos en el alumbrado y en los sistemas de limpia y lavaparabrisas, tras analizar 153.000 inspecciones en 11 ITV en España en 2007. Respecto a los primeros, el 22,4% de los defectos graves se producen por fallos en el alumbrado, lo que supone la primera causa relacionada con la seguridad. En el segundo caso, los sistemas de visibilidad, el porcentaje baja a un 3% de los casos de fallos graves en el apartado de acondicionamiento exterior, con un 6,3% de los rechazos.

Campaña de información

Los resultados de este informe, en los que se demuestra que falta mejorar la formación del usuario, y para reducir el riesgo de siniestralidad debido a este apartado, el RACE y la Red de Talleres Bosch Car Service han puesto en marcha una campaña para mejorar el conocimiento del conductor sobre iluminación y visibilidad, sobre todo en esta época de menor luminosidad y climatología adversa.

Para ello se distribuirán, en los centros de RACE y de la red de Talleres BCS, 50.000 folletos divulgativos con consejos, así como carteles distribuidos por los más de 600 talleres de la red, aprovechando los miles de conductores que pasan por estas instalaciones durante esta época del año. ●

 www.boschcarservice.es
www.race.es



fabricantes



JAVIER MARÍN, RESPONSABLE TÉCNICO DE MAGNETI MARELLI NOS EXPLICA EL ALCANCE QUE EN NUESTRO PAÍS VA A TENER EL ACUERDO ALCANZADO CON TECNOMOTOR

Tres frentes



La compañía ha firmado este año un par de acuerdos con fabricantes de equipos de taller para proporcionar un plus de servicio, especialmente pensando en el usuario, el taller.

Meycar Automotive S.L., está ubicada en su nuevo centro de distribución en la localidad madrileña de Colmenar Viejo (Madrid). Quisimos visitarles para conocer de primera mano las instalaciones y sus planes en el mercado.

Progresión positiva

La compañía, creada en mayo de 2005 como distribuidor en exclusiva para España de las piezas **Meyle Products**, la marca propia de *Wulf Gaertner Autoparts AG* de Hamburgo y a cuyo frente se sitúan sus dos gerentes, **Juan Miguel Soriano** y **Alberto Castro**, ha materializado su traslado (a mediados de mayo) desde su anterior nave a la nueva estructura que cuenta con una superficie total de 1.800 metros cuadrados, 800 niveles de estanterías de picking y una capacidad adicional para 92 palets, trabajando con códigos de barras y con PDA para gestionar los pedidos, albaranes, etc. Su equipo humano es de 14 personas, si bien se espera ampliar a 18 (ventas, compras, administración y logística), trabajando actualmente con cuatro delegados de ventas (esperan incorporar 3 más: Este -Catalunya, Comunidad Valenciana y Murcia- y Norte -Asturias y País Vasco-). Este organigrama se espera está constituido a finales de 2009. Su estrategia, como brazo del fabricante de componente, es la venta a la distribución (asociados o no a grupos).

Una cartera amplia, mejorada y ágil

Las actuales instalaciones permiten incorporar todo el surtido de la marca alemana cuya gama de repuestos abarca **12.500 artículos** (gran parte producidos en fábricas propias) en los grupos de productos estructura básica y dirección-suspensión (una de las líneas fuertes para la empresa), amortiguadores, uniones de goma y metal, frenos, y refrigeración (en bombas de agua se dispone de un programa muy interesante con crecimientos), eléctrico (donde se es muy fuerte en vehículo alemán, pero donde se completan gamas para otros vehículos). Alrededor de 500 artículos forman parte de la línea *Heavy Duty* (HD). Se distinguen por ser **productos perfeccionados en comparación con las piezas originales**: los ingenieros de la empresa han analizado piezas de fabricantes que fallan ya durante el período de garantía; gracias a la utilización de material robusto o modificaciones en la estructura, estas piezas son más estables y tienen mayor vida útil que las piezas originales. Por ello el fabricante ofrece una **garantía de cuatro años a sus clientes**, en nuestro país llegan ya a las 800 cuentas activas.

Con el catálogo de producto (soporte papel y on-line) se cubre un 95% del parque (europeo y asiático), habiendo mejorado su **página web** para introducir ofertas, promociones, información técnica, donde se estructurará una base de datos con cruces de referencias para que los profesionales identifiquen la pieza, estando también en TecDoc, lo que supone una ventaja adicional.

Los **plazos de entrega** son reducidos: Comunidad de Madrid, 12 horas; el resto de clientes, 24 horas con empresas de transporte. Con el 85-90% de entregas directas.

Nuevos productos

Se van a incorporar **nuevos productos** (de hecho, las instalaciones están pensadas para darles cabida) como son las correas de servicio y los tensores. Desde Alemania se está analizando la posibilidad de incorporar un kit de distribución. Siendo una especialidad de la marca el caucho metal, se está preparando el catálogo de esa línea, especialmente soportes y silentblocks,

que saldrá a finales de este año (de fabricación propia) y supondrá una aportación más extensa al mercado (donde ya se suministran productos para vehículos alemanes, de calidad igual o superior a origen) ●

www.magnetimarelli.com

Talleres López Cano, el último en Llegar a Checkstar Top

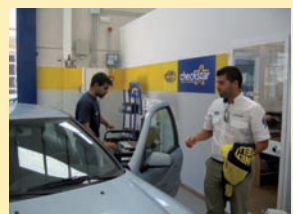
Talleres López Cano es el último en llegar a la red de elite de Magneti Marelli, los **Checkstar Top**, que suman ya 24 puntos (la red

Checkstar es más amplia, alcanzando los 152 puntos de servicio en España); se trata de un centro situado en Estepona, Málaga, que, con tres operarios, se inauguró en mayo de 2007, integrándose a Checkstar Top en julio de este año, con toda la imagen de la red que luce los colores ihas-ta en las sillas de la sala de espera!

Comandado por dos socios, **Cristóbal López** y **Daniel Cano**, sus especialidades son mecánica, electricidad, electrónica, diagnóstico, climatización.

La red se verifica y supervisa cada seis meses y, para 2010, se han marcado unos objetivos de llegar a los **320 talleres** (80 de ellos **Top** -para quienes se estudiará de forma personalizada el rango de consumos de producto, en función del parque y la zona, y haciéndolo a los Checkstar un apoyo para conseguir el *Upper Grade* y que pasen a ser **Top**-); hay muchas propuestas sobre la mesa, esperando al inicio del año próximo, aunque su meta nunca ha sido numérica, sino basada en la calidad de servicio.

También se amplían las herramientas puesto que desde enero, se envía (sean delegados, talleres *Checkstar* o *Elektra*), un **Boletín** con informaciones (que se reciben electrónicamente) de lanzamientos de producto, comentarios, nuevas incorporaciones, innovación, una "avería del mes" y un tema genérico del mundo del motor.



fabricantes

Lanzaron el Quick Strut, su kit completo de columna de dirección, intensificarán el programa de V.I. con la ampliación de Monroe Magnum, y relanzan los muelles y esferas Monroe.

CON UNA REUNIÓN EN MADRID

Tenneco

presentó sus novedades



El equipo de **Tenneco** realizó una presentación para dar a conocer sus resultados y sus planes en el mercado en los próximos meses, entre los que destacan la intensificación del programa de vehículo industrial, el relanzamiento de los muelles y esferas, y el kit de suspensión Quick-Strut.

Nuevos segmentos de negocio

Egoitz Goiricelaya, director comercial de Tenneco en España, iniciaba la jornada, dando paso a **Katia Torralbo**, responsable de business suport & intelligence (España y Centro Europa), quien expuso las cifras de la compañía; éstas muestran un crecimiento de la división de control de emisiones (debido a la nueva legislación, que ha propiciado mayor crecimiento en volumen y en valor, anunciándose nuevos lanzamientos para 2010 durante la jornada), además de anunciar la *entrada en sectores como diesel, maquinaria o ferroviario*.

La voluntad de Tenneco es desarrollarse como especialista en suspensión (gracias a ser proveedor de primer equipo, posicionarse como líder en la posventa) y proveedor de servicios, con

un claro enfoque al taller, en aspectos como los equipos de análisis, software o formación; en este último apartado, se comentaba el programa de 110 módulos distintos para adaptarse a cualquier necesidad de los reparadores.

Apuesta fuerte por el V.I.

Precisamente para reforzar el abanico de oferta en materia de suspensión, **Roberto Penabad**, responsable de Vehículo Industrial en Monroe anunciaba la ampliación de la oferta de la gama *Magnum*. Se incorporan al catálogo 73 nuevas referencias que estarán disponibles desde el 1 de enero de 2010 (*“incluso antes”, apostillaba Goiricelaya*).

Se distribuye en España desde 2007, pero los planes son ampliar la oferta de amortiguadores de cabina (suministran el 100% en OE a DAF y Volvo), asiento y ejes de camiones y semiremolques con un lanzamiento para la gama de autobús (45 nuevas referencias con catálogo específico), vehículo comercial ligero.

Las características de esta gama (además del apoyo formativo para los talleres y la disponibilidad del catálogo electró-



Egoitz Goiricelaya, director comercial de Tenneco en España en un momento de la presentación.



Katia Torralbo, explicando los planes de diversificación sectorial de Tenneco.



Roberto Penabad, responsable de vehículo industrial.



Tenneco basará su desarrollo de mercado en sus productos, en los que el vehículo industrial y los kits tienen su "protagonismo".

nico, materiales PLV o eventos especiales con los clientes) son durabilidad, vida útil prolongada, calidad OE o superior, gran rendimiento en condiciones extremas, confort y mejora en la conducción e incremento de la seguridad.

Los muelles y esferas, en serio

Goiricelaya anunció un relanzamiento de su programa *Magnum Springs*, que se distribuirá desde Coslada (produciéndose en las plantas de Australia y Nueva Zelanda). El director comercial comentaba que la actual la tasa de cambio de los muelles (menor en el sur de Europa, un muelle por cada 10 amortiguadores, que en el norte, 1 muelle por cada 3/5 amortiguadores) permite un potencial de mercado que, si bien reducido, hay que explotar.

También el programa de esferas *Magnum Spheres* recibirá esfuerzos renovados para su relanzamiento en el mercado. Anunciaba el nuevo catálogo exclusivo de muelles (helicoidales de punta cónica y miniblock, siendo casi el único fabricante en disponer de éstos últimos para la posventa); constará de 1.330 referencias, un 90% de cobertura del parque europeo, con tecnología de primer equipo y 3 años de garantía. También disponible en TecDoc.

Monroe Quick-Strut: más rápido, más económico

La última novedad que Goiricelaya presentó fue el kit completo de columna de dirección *Monroe Quick-Strut* (que en EEUU supone el 30% de las ventas globales del producto). Se trata de una línea bajo la filosofía "todo en uno" (incluye amortiguador, muelle, espaciador, retén y asiento de muelle) para el que no se necesitan conocimientos especiales, con las ventajas de que se minimiza el riesgo de errores en el montaje y se reduce el riesgo para el operario que lo instala de forma más rápida y más fácil.

Son 45 referencias más 15 nuevas (escogidas en función de las garantías europeas por mal montaje o dificultad en el montaje), siendo las primeras aplicaciones disponibles las de *Audi A3, A4 y A6, BMW Serie 3, Ford Focus y Mondeo, Renault Espace, Laguna y Scenic, Saab 9.6, VW Golf y Passat y Volvo S40 y V40*; este elemento supone una solución más económica que comprar los componentes por separado, ya que el importe de un elemento supone aproximadamente el de 2 amortiguadores.

Para poder apreciar en directo las ventajas de este producto, se realizó una demostración en directo en la que, en 5' se extraía el elemento antiguo montándose el nuevo. ●

📍 www.taeu.com

La jornada incluía una demo de montaje de los kits.



distribuidores

El cuarto Congreso Partners in Quality, organizado por Filtros Cartés, la mayor central de distribución de filtros de Europa se celebró en Madrid y contó con una nutrida asistencia a quienes se dirigieron diversas ponencias.



SE CELEBRÓ EL IV CONGRESO PARTNERS IN QUALITY DE FILTROS CARTÉS

“De profesional a profesional”



Óscar Abad, de Mann+Hummel



Roberto Aldea, explicando la estrategia de Cartés.



Partners in Quality es un desarrollo estratégico de **Filtros Cartés**, creado para colaborar con empresas afines, para la optimización de sinergias comerciales mediante la utilización de su marca. Su cuarta reunión, celebrada en el céntrico hotel madrileño *High Tech President*, sirvió para estrechar vínculos entre los asistentes.

Mirar hacia adentro

La primera de ellas, a cargo de **Óscar Abad**, de la compañía fabricante Mann+Hummel, analizó las posibilidades de desarrollo del tándem Mann+Hummel/Filtros Cartés, en el contexto actual. Abad habló de que el binomio Cartés/Mann+Hummel está basado en parámetros de actitud y aptitud, y en la transmisión (del fabricante al usuario final) de unos valores éticos como honestidad y transparencia.

También mencionó la necesidad de una introspección (“mirar hacia dentro” en sus palabras), para conocer el producto y la empresa. Tras una presentación técnica (¡muy técnica!) sobre rentabilidad y retorno de la inversión (basada en conceptos como la calidad, los sistemas de filtración, los cálculos de costes...), se señaló la necesidad de hacer ahorrar al cliente ya que las circunstancias del mercado así lo requirieren.



Santiago Vidal, de Aspiración y Construcciones Vidal



Jorge Llamosas, de ADL



Vinde Aldea, dirigiéndose a los asistentes

Diversos aspectos de una concurrida sala.



Los planes de Cartés

En segundo lugar, **Roberto Aldea** se dirigió a los asistentes para comunicarles los planes de futuro de la compañía. Empezó la intervención analizando algunos indicadores económicos (venta de producto en otros sectores, previsión de inversión industrial, los tipos de cambio de dólar y yen, y las tasas de paro mundiales -donde España se lleva la palma por ser de los países con peores cifras), explicó en qué se está trabajando en Cartés.

Para dar a conocer ese trabajo (para el que se están re-estructurando los productos), afirmó disponer de la gama más completa de producto en algunas líneas y anunció la disponibilidad de "supernovedades que no están en otro sitio": entre las que destacan la presentación al mercado de las nuevas marcas **Step, Aldair y Ultrafilter**, fabricadas especialmente para los distribuidores, pensadas para cubrir un nicho de bajo volumen; pequeña maquinaria de jardinería, por ejemplo, las dos primeras, y para el sector de filtrado industrial la última, que ya se pudieron ver en el stand de EquipAuto de los distribuidores.

También destacó su esfuerzo en proporcionar valores añadidos, mencionando que se han movido 13.000 referencias para mejorar la disponibilidad de stocks, que un 40% de operaciones se han realizado a través de Internet, donde también se han llevado a cabo 600 consultas diarias de stock, y resaltó la importancia del nuevo Call Center, en el que se han recibido 800 llamadas diarias.

Dio a conocer el Plan 2008-2011 de la compañía con una nueva estructura empresarial, para superar unos momentos complejos: "estamos luchando por mantener nuestra posición en el mercado en un momento difícil que, aunque no durará eternamente, duele...", dijo.

En aras de la protección

Santiago Vidal, de ACV-Aspiración y Construcciones Vidal, fue el tercer ponente en intervenir, para explicar el funcionamiento y aplicaciones de los equipos de captación y aspiración y filtrado industrial de polvo.

Vidal explicaba que, aunque tampoco en este nicho de mercado se está pasando el mejor momento, legalmente se está empezando a regular, por lo que estos sistemas están empezando a ser demandadas, en aras de evitar enfermedades laborales graves a los trabajadores (silicosis o cáncer de pulmón).

Palabra de "Gurú"

Por último, **Jorge Llamosas**, de la consultora ADL expuso qué significa la marca como valor global para el negocio.



Con los galardones, Cartés reconocía a profesionales y empresas por su vinculación a la compañía.

Llamosas se refirió a depreciación de la marca en los últimos tiempos, aunque lo que no ha variado son la competencia, la importancia de conceptos básicos como calidad, servicio..., la existencia de ciclos económicos, y la superposición periódica de modas y tendencias. Tampoco ha variado el objetivo final de marca y marketing: la obtención de rentabilidad.

Reflexionó sobre la existencia de marcas ganadoras (dando ejemplos concretos) que son aquellas que han tenido una focalización particular (Cocacola Light), han llevado a cabo jugadas maestras (Ryanair), han cambiado las reglas del juego (Nintendo Wii) o han visto una oportunidad donde otros no la vieron (Ford).

El consultor hizo una llamada a utilizar inteligentemente TODAS las armas de que se disponga en las empresas (hablando de la "guerra de lineales" de Carrefour/Mercadona, en la que cada una ha puesto en marcha sus estrategias comerciales, distintas según la filosofía de cada una, pero a su alcance) y habló de la franquicia, en la que la marca se utiliza como palanca para llegar a un mejor posicionamiento en el mercado mencionado empresas como Sanitas Millennium Dental o Agil Glass (una unión de especialistas independientes en reparación de lunas del automóvil que se han unido para presentar una oferta común frente a la competencia -Carglass- o a las aseguradoras).

Reconocimientos

Como colofón, Roberto Aldea entregaba diversos reconocimientos a los ponentes y a los Partners in Quality, (destacándose tres menciones particulares "A la diversificación de producto" "Al mayor crecimiento de Wix" y "Por acercar clientes al método Cartés").

La clausura del Congreso corrió a cargo de **Vindemial Aldea** quien (genio y figura) pronunció unas palabras de agradecimiento y reconocimiento a los presentes, siempre sabias e interesantes, totalmente en forma tras haber pasado una particular ITV. ●

 www.filtroscartes.net



Al final de las intervenciones, fue tiempo de reconocimientos.

distribuidores ANCERA



LA LABOR DE LA ASOCIACIÓN Y LA NECESIDAD DE MAYOR UNIÓN SECTORIAL FUERON ALGUNOS DE LOS MENSAJES LANZADOS EN LA REUNIÓN, TRAS LA QUE SE CELEBRÓ UN ENCUENTRO SUPUESTAMENTE “SECRETO”

Almuerzo de trabajo de Navidad con el Sector

→ En el madrileño Hotel Rafael se celebraba el Almuerzo de Trabajo en el que la patronal de los distribuidores de nuestro país, **ANCERA**, reúne al sector. Se concitaron los fabricantes de componentes patrocinadores de la asociación, distribuidores (miembros del Comité de **ANCERA**, Grupos de Distribución y Recambistas), además de directivos de patronales como Víctor García (**ANIACAM, SIGRAUTO**), Benito Tesier y Juan Antonio Jiménez Saceda (Comisión de Recambios, **SERNAUTO**), Tomás Herrera (**GANVAM**), José Mari Díaz de Cerio y Fernando Díaz (Confederación Vasca de Empresarios de Automoción, **ADEADA**), diversos representantes de entidades como **Centro Zaragoza** (José Manuel Carcaño), consultores como Julia Escribano (**JEC**), Marta Peraza, directora de Motortec y de los salones de automoción de **IFEMA, Insignias de Oro de ANCERA** (Antonio Molina, Pepe Téllez, Marino Méndez, Carlos Perera, Benito Tesier -Sr-, Pepe Melguizo, Isidro Ruiz de Castroviejo, Nuria Álvarez) y Antonio Creus (abogado de ANCERA), además de la prensa especializada. Miguel Ángel Cuerno agradecía la asistencia a los presentes, aunque quiso destacar la participación en el almuerzo del miembro de la patronal de los constructores, con quienes se pretende estrechar vínculos para resolver los temas de interés común.

Qué hace ANCERA y la necesidad de la unión

Cuerno quiso centrarse (más que en ofrecer datos y explicar proyectos para 2010), en la labor que, a lo largo del año 2009 ha venido realizando la asociación, y porqué el sector posventa multimarca independiente debe estar unido (aludiendo a la imagen recogida por su **ANCERA News**, en la jornada deportiva previa al XXII Congreso de la patronal en Santander), explicando la importancia de que los representantes de constructores y talleres acudan con normalidad a las reuniones de la distribución independiente.

ANCERA y las marcas constructoras

La primera en ser resaltada es la labor que se realiza para contrarrestar las acciones que vienen desarrollando las marcas constructoras (debido a la necesidad de que su red de distribución y posventa intensifique la rentabilidad para equilibrar las cuentas de resultados muy maltrechas por la crisis de ventas de vehículos); se habló específicamente de los trípticos de Ford o de Renault (en su web), en los que se defiende al recambio del constructor como la opción exenta de peligro a la hora de reparar el vehículo (algo que, en el caso de la marca del rombo, ya se presentaba con todo lujo de detalles en *EquipAuto*).

Mencionó de las acciones que ya se han iniciado con los departamentos posventa de las marcas, así como las acciones iniciadas ante G+J (los editores de diversas revistas de usuario) para contrarrestar la información sesgada que se publicó en sus cabeceras para promover a la red secundaria del constructor frente al usuario.

Las aseguradoras

El presidente de ANCERA se refería a la práctica que viene realizando determinadas aseguradoras obligando a los talleres a comprar determinado tipo de recambio en determinados proveedores; una práctica que es claramente limitadora para el taller, perjudicial para la distribución, para los fabricantes proveedores de la misma e incluso para los concesionarios, puesto que no todos son promovidos como alternativa; aludía a un escrito firmado por él mismo con un titular significativo: *AXA y el eje del mal* (y las aseguradoras ya han “aconsejado” a Cuerno de que sea cuidadoso con sus manifestaciones, que están siendo seguidas por los departamentos legales de las aseguradoras). Aunque algunas acciones al respecto se han podido contrarrestar, se sigue en ello, hablando con Centro Zaragoza, y admitía que esas posturas perjudiciales se estaban empezando a reconsiderar. Hizo otra denuncia, y es que las aseguradoras venden recambios (CESVI Recambios), haciendo ofertas a 15.000 talleres con su revista corporativa.

El Reglamento

La autocrítica fue que se no se ha realizado correctamente la labor informativa hacia los usuarios, a pesar de lo cual, desde la patronal se ha ido defendiendo las problemáticas que han ido surgiendo entre concesionarios-talleres-usuarios (directamente, se habló de Mazda en Santander) o entre marcas-patronal (mencionando la solución telefónica de SEAT, al ser requerido el director posventa por el propio Cuerno).

Desguaces


“*Son negocios legales llenos de ilegalidades*” espetaba Cuerno, matizando que, si bien los desguaces y constructores están de acuerdo en recuperar piezas, lo que va en beneficio del medio ambiente, lo realmente importante es quien los marca, para evitar problemas de seguridad (para ilustrarlo, se proyectaban vídeos de los informativos de diversas cadenas).

Alabó el trabajo que, para promover la seguridad necesaria en los componentes, están realizando GESAFSA y SERNAUTO, especialmente la filmación del comportamiento del vehículo con amortiguadores en buen y mal estado.

Coloquio

Tras la intervención, el almuerzo, al final del que se agradecía la labor en el Comité de la Patronal a **Álex Morales**, que cesa su trabajo en Grupo Bello, y **Nuria Álvarez**, ex editora de RBI, a quien se hizo entrega de un obsequio, dirigiendo palabras de agradecimiento al sector.

Se abrió un coloquio que no fue muy aprovechado por la audiencia, con las intervenciones de Díaz de Cerio y Tesier; este último apostaba por que, aunque 2010 va a ser un escenario difícil, aunque superable, abogó por la unión entre actores y confió en la apertura de oportunidades que sirva para el éxito del mercado posventa multimarca y que “el año próximo asistamos a acciones ‘en ataque’ y no defensivas del sector”. ●

 www.ancera.org

Reunión “SECRETA” de los Grupos: una feria en 2010

Tras el almuerzo se celebraba una reunión “secreta”: seis grupos de distribución (con representantes asistentes al almuerzo de ANCERA) se reúnan con miembros de las patronales de distribución.

El asunto: asistir a la presentación del proyecto de una feria comercial liderada por la distribución a celebrar el 2010 en Barcelona, austera, en otoño, y recabar primeras impresiones.

Si bien no se llegó a ninguna conclusión en firme ni a acuerdo alguno (y es que era un primer boceto), sí parecía que ese proyecto recuperara una iniciativa interesante (de la que ya se habló en su día, allá por 1999 y a celebrar en otra ciudad): feria absolutamente comercial, precios contenidos, posibilidad de que la distribución lidere y controle el proyecto, reuniones con los proveedores a finales de año.

Aún así, para cortar flecos y madurar el proyecto, se emplazó a los asistentes a una reunión el **14 de enero en Barcelona**.





PSH o Pos Service Holland Spain, es la filial española de una compañía de origen holandés que fabrica arranques y alternadores, y presenta su oferta a los profesionales de la posventa, más allá de estos productos.

VISITAMOS LA SEDE DE PSH, EN LLEIDA

Una opción en el mercado



En **EquipAuto 2009**, celebrada recientemente en París, presentaban la filial de nuestro país y su producto del 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 desde sus almacenes situados en el polígono industrial Els Frares de Lleida.

La compañía

Pos Service Holland CV es una empresa comercial de origen holandés que opera a nivel mundial en el campo de motores de arranque y alternadores. Cuenta con una gama total de más de 1800 tipos, de los cuales más de 450 han sido desarrollados en sus propias fábricas y/o sus fabricas afiliadas en todo el mundo, cubriendo más del 80% del mercado de la automoción e industrial. Recientemente, ha abierto una sucursal en el Sudáfrica.

Productos

Aparte de su amplísimo programa de motores de arranque y alternadores, producen, desde el 2003, su propia marca **PSH+Línea** que contiene las máquinas (sólo nuevas y **completamente intercambiables con piezas originales**) más populares, de alta rotación, con control de calidad propio, un año de garantía, incorporándose cada mes nuevos productos a precios muy competitivos.

Además, PSH ha estado importando equipos de prueba **Motoplat** desde Octubre de 1998, y son distribuidores de cabinas de limpieza manual por chorro, máquinas pulidoras, máquinas de limpieza automática a chorro, cargadores de batería y módulos de encendido.

Pos Service Holland es distribuidor, para el sector de la automoción, de los rodamientos de bolas de la marca **Koyo**; distribuyen rodamientos de bolas a gran escala, tanto en Holanda como en el extranjero. Únicamente suministran rodamientos según mediciones C3 e incluyen



grasa de tipo K7 especial para estos rodamientos. Esta grasa tiene la característica de que conserva su efecto lubricante hasta una temperatura de 160 °C.

En la sede holandesa, disponen de un taller para la revisión de transmisiones del tipo Powershift y transmisiones automáticas para grúa-excavadoras.

Desde hace varios años, también se dedican a suministrar, a los talleres de electricidad, máquinas que se usan para la limpieza de piezas. Para facilitar el trabajo en el taller, suministran, entre otras, lavadoras industriales de acero inoxidable, máquinas de limpieza manual por chorro en diversas categorías de precios, máquinas de limpieza automática por chorro y máquinas de pulir para el especialista más exigente. Todas las máquinas que se suministran cumplen con la normativa de la CEE.

El servicio, su bandera

Fruto de la vocación por la incorporación de nuevas tecnologías, para facilitar la labor a sus clientes e intensificar el servicio es el **PSH-Cross Reference**, un potente catálogo electrónico para PC con motores de arranque y alternadores. La gran importancia de este programa se hace patente al incluir en el la documentación de todo su rango completo de máquinas, la información del stock y la disponibilidad de los precios. ●

📍 www.psh-spain.es

MERCADO ACEITES

MODA



Muchos son los proveedores de aceites para motor a pesar de que las ventas llevan bajando varios años. Las gamas propuestas suelen ser amplias y dentro de ellas cada vez hay más formulaciones bajas en cenizas sulfatadas, de fósforo y de azufre, las denominadas Low SAPS. Esta formulación es cada vez más necesaria dada la generalización de los motores equipados con filtros de partículas (FAP) y para adaptarse a las cada vez más exigentes normativas medioambientales. Repasemos cuáles son las propuestas de los principales actores de este mercado.

La oferta en aceites para motor de **AD PARTS** merece mención especial. Este importante grupo de distribución de ámbito europeo y con cuartel general en España en Riudellots de la Selva (Girona) posee incluso una planta de envasado propia. Desde allí, distribuye su gama de aceites **AD** compuesta por variantes sintéticas, semisintéticas y minerales para turismo, vehículo industrial y agrícola que abarcan un elevado rango de formulaciones: 0W30, 0W40, 5W30, 5W40, 5W50, 10W40, 15W40, 15W50, 20W50, Series 3, 75W90, 80W90, ATF DexII y Dex III. Disponible en envases de 1, 5, 20, 50, 208 y 1.000 litros, las variantes más destacadas son las que están homologadas por fabricantes como Mercedes, Volkswagen, Audi, Volvo o Chrysler. Su última novedad lanzada al mercado es el lubricante SRC especial para vehículos Renault (RN0720) que cumple con la norma ACEA C-4.

AGIP IBERIA es un proveedor clásico de este mercado. El fabricante y comercializador de la marca **Agip** en nuestro país está afincado en la localidad madrileña de Alcobendas. Su oferta en aceites para motor es amplia y

versátil y cubre cualquier tipo de necesidad para los parques de turismos y vehículo industrial diésel y gasolina. Para turismo, ofrece variantes de altas prestaciones como los aceites Tecsint SX (0W40), Tecsint SL (5W40) o Formula Prestige (5W40) o de gran consumo como las Formula Future y MS B04 (ambas 5W30), la Sint 2000 (10W40), la Universal Plus (15W40 y 20W50), la SuperDiesel Injection TDI (15W40) o la Supermotoroil Prestige (20W50). Recientemente ha incorporado los aceites Formula C4 (especial para Renault RN07209) y Formula Eco FO (especial para Ford WSS-M2C 913-C), ambos 5W30. En vehículo pesado, opera con líneas como la Sigma o la Diesel con aplicaciones para marcas como Man, Volvo o Mercedes Benz. También en la Comunidad de Madrid, en este caso en Madrid capital, está afincada **AMALIE PETROQUÍMICA**. Fabricante y distribuidor de la marca **Amalie**, pone a disposición del mercado de reposición aceites sintéticos, semisintéticos y minerales para turismos, vehículo industrial y agrícola, tanto gasolina como diésel. El Amalie Elixir 10W40 es su producto más destacado, es un aceite de base sintética de alta calidad que destaca



Lo último de AD Parts es el aceite sintético SRC₄ especial para Renault.



El aceite para turismos Tecsint SL 5W40 de Agip ofrece unas altas prestaciones.

PARA MOTOR

LOW SAPS

por su larga vida útil, la reducción del consumo de combustible y el respeto medioambiental que proporciona amén de su versatilidad pues se puede usar en vehículos diésel, gasolina, turboalimentados, multiválvulas, etc., de hecho está especialmente desarrollado para los motores TDI y GTI de última generación. Este lubricante cumple con un elevado número de especificaciones: ACEA A3/B3, API SL/CF, MB229, VW 505.00, BMW Special Oil, etc. En vehículo industrial marca la pauta el Amalie Superturbo Diesel SHPD 15W40, un aceite multigrado de muy larga duración gracias a su resistencia al cizallamiento y estabilidad a altas temperaturas. Lo último de la firma madrileña, sin embargo, es el Amax 100, un lubricante ahorrador de combustible (Fuel Economy) y de bajo contenido en cenizas y otros componentes contaminantes (low SAPS) que cumple con las exigencias de marcas como Renault y con especificaciones como ACEA C4, API SL o Ford M2C 913C. Desde Barcelona, **BEYCOUNION** es el importador y distribuidor en exclusiva para España de la marca francesa **Igol** cuyo aceite para motor más destacado es el Process 10W40. Esta gama cumple con las principales especificaciones de calidad europeas y estadounidenses.

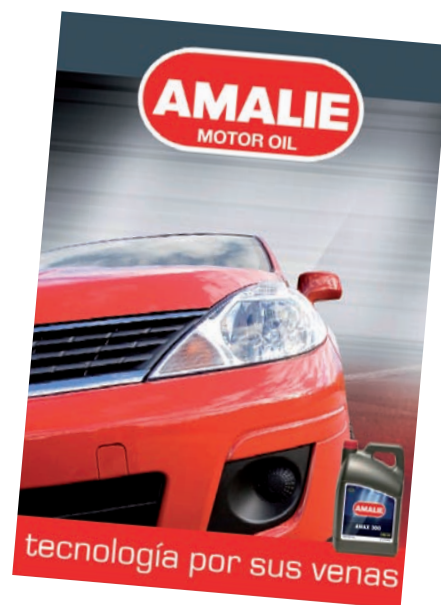
BP OIL, la filial española de la petrolera británica BP con sede central en Alcobendas (Madrid), comercializa en nuestro país las marcas de lubricantes **BP** y **Castrol**. Por lo que respecta al catálogo de aceites para motor BP, la oferta para turismo se estructura en torno a la línea Visco la cual destaca por la protección que aporta al motor gracias al empleo de tecnologías como la CleanGuard que recurre a componentes específicos con propiedades dispersantes y detergentes que evitan la acumulación de residuos dañinos y mantienen limpio el motor durante más tiempo. De entre la gama Visco, sobresale la formulación Visco 7000, un 100% sintético 0W40 de altas prestaciones especialmente diseñado para motores BMW, Porsche, Volkswagen y Mercedes, incluidos los equipados con filtros de partículas. También destaca la Visco 7000 Turbo Diésel 0W40 o las más económicas Visco



La línea Vanellus es la propuesta de la marca BP en aceites de motor para vehículo industrial.

3000 (de base sintética) o el mineral Visco 2000. La línea Vanellus es la de vehículo pesado y también es muy amplia contando con más de diez formulaciones entre variantes Multi-Fleet de altas prestaciones, multigrado y monogrado. En cuanto a la oferta Castrol, el aceite Castrol Edge se ha erigido como producto "estrella". Se trata de una línea de altas prestaciones 100% sintética que, según la firma fabricante, responde con eficacia a los siete factores críticos del motor al proporcionar: protección contra el desgaste, larga duración, rendimiento en condiciones extremas, limpieza, ahorro de combustible y control de la temperatura. Esta línea, además, es amplia aunque se estructura en tres grupos, los lubricantes Edge 5W30 y 10W60 que destacan por su versatilidad, los Edge Sport 0W40 y 5W40 de altas prestaciones y los Edge Turbo Diesel 5W40 para motores diésel que requieren una tecnología de alto rendimiento. Otras líneas Castrol para turismos son la Magnatec (también sintéticos de alta calidad) o los minerales de la línea GTX. La línea Enduron es la de altas prestaciones para vehículo industrial, por debajo se sitúan las formulaciones Tecton.

La localidad barcelonesa de Rubí acoge el cuartel general de **BRUGAROLAS-DIVISIÓN DYNAMIC**, el fabricante de la marca de lubricantes **Dynamic**. Para turismos, propone aceites para motor como los 100% sintéticos Faster 5W30 Longlife y Competition 5W40, el sintético High



Amalie Petroquímica es un fabricante madrileño que propone aceites sintéticos, semisintéticos y minerales para turismo y vehículo industrial.

Performance 10W40 o los minerales Runner 15W40 TDI y High Performance 20W50. También dispone de formulaciones para vehículo industrial como el sintético Router E7 10W40 o los Router Europlus 15W40, Router 15W40 SHPD, el Superserie III SAE 30 o el Superserie III SAE 40. De todos ellos los destinados a gran consumo son los de turismo High Performance 10W40 y 20W50 y Runner 15W40 TDI ya que están disponibles en envases de hasta 185 y 875 kilos. La línea

MERCADO ACEITES PARA MOTOR



La gama Cepsa es muy amplia y cubre cualquier tipo de necesidad, tanto a nivel de oferta como de prestaciones. Por ello es una de las marcas más vendidas.



En la imagen, lo último de la marca Dynamic. El Low SAPS y 100% sintético Faster 5W30 Longlife para turismos (izquierda) y el Router E7 10W40 de alta protección para vehículo industrial.

Router de industrial también está disponible en envases de 875 kg. El Faster 5W30 Longlife es el producto más novedoso y el de mayores prestaciones. Está formulado con aditivación "Low SAPS" de bajo contenido en azufre, cenizas y fósforo con lo que es compatible con la motorizaciones Euro IV que tienen sistemas postratamiento de emisiones y que incorporan filtros de partículas (DPF). Por otra parte, es Longlife ya que cumple con los requerimientos del sistema WIV de los vehículos del Grupo Volkswagen para intervalos de cambios de hasta 50.000 kilómetros o dos años. Cumple con especificaciones como ACEA A3, las de Volkswagen y Mercedes o la BMW Longlife 04. En vehículo industrial marcan la pauta los aceites Router E7 10W40 y Router Europlus 15W40. El primero de ellos es "Low SAPS" y destaca por su protección contra el desgaste que previene del fenómeno de pulido de camisas (*bore polishing*) mientras

que el segundo está formulado para dar prioridad a la limpieza del motor gracias a su elevado poder detergente y dispersante. Una de las grandes referencias de este mercado es **CEPSA LUBRICANTES** (Madrid), firma fabricante, comercializadora, distribuidora e importadora de las marcas **Cepsa** y **Ertoil**. Con ambas cubre todas las necesidades del parque automovilístico gasolina y diésel, de turismos y de vehículo industrial y agrícola aunque la marca Cepsa tiene más presencia comercial. Sobre esta gama, destacar que a finales de 2008 revisó las formulaciones para cumplir con las últimas normas ACEA por lo que ha aumentado su oferta en aceites Low SAPS para los filtros de partículas diésel. Buen ejemplo del trabajo de Cepsa por hacer lubricantes cada vez más eficientes en cuanto a limpieza es el Cepsa Xtar Eco Tech 5W30 DPF, un 100% sintético de última generación diseñado para ser compatible con motores de altas

Un mercado en retroceso

ASELUBE, la **Asociación Española de Lubricantes**, entidad que está constituida por las principales compañías del sector, publica anualmente una Memoria de Actividad que resume la actividad del sector. La última **Memoria de Actividad ASELUBE, de 2008**, constata que las ventas de aceite para motor han disminuido en los últimos años. Así, en 2008 se vendieron 92.000 toneladas de aceites para motor de turismos y motocicleta, un 8,9% menos que en 2007, año en el que se vendieron 101.000 toneladas, cifra que también contrasta con la de 2006 en la que se vendieron 105.700 toneladas. En vehículo industrial el descenso ha sido más acusado, del 14% ya que en 2008 se vendieron 69.600 toneladas frente a las 80.900 toneladas vendidas en 2007.

Este año no se esperan cifras mejores mas si tenemos en cuenta el actual contexto económico. La mayoría de proveedores consultados coinciden en valorar el presente 2009 como negativo en ventas. Así lo explica un destacado grupo de distribución: "El mercado ha sufrido la recesión del consumo derivada de la prolongación de los períodos de mantenimiento de los vehículos por las condiciones económicas familiares, del menor kilometraje por coche, del brutal parón de los vehículos industriales, etc., es decir, una contracción sustancial del consumo global de lubricantes. El importante parque existente mantendrá un cierto nivel de consumo, pero al ser el pastel más pequeño, habrá tensiones para mantener o perder lo menos posible del mismo. Los márgenes comerciales seguirán sufriendo por esta situación".

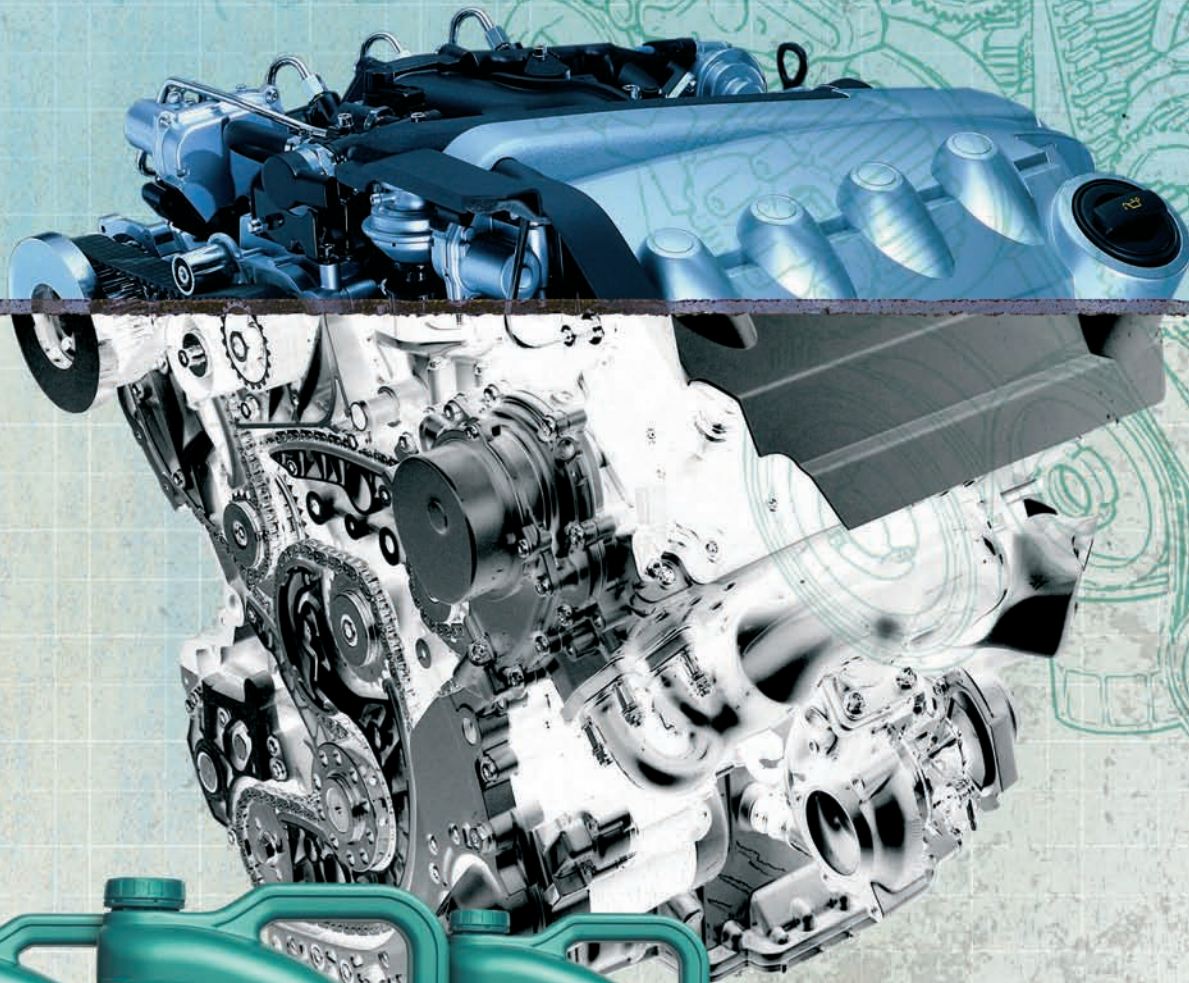
Otro análisis claro y exhaustivo lo da un fabricante de una de las marcas más vendidas del mercado: "El mercado nacional de los lubricantes es un mercado directamente relacionado con la actividad económica, por lo que la situación actual del mismo va pareja a la de la economía nacional. Una parte importante de este sector (un 41% del volumen total) esta relacionado con las industrias y los procesos productivos, y la reducción de la producción industrial se refleja directamente en el consumo de lubricante. Por otro lado, el sector está todavía más afectado por lo que pasa en la industria de la automoción (un 44% del volumen total) en la que los datos de ventas de vehículos han sido muy negativos y la actividad profesional (vehículo pesado y obra pública) también ha caído acompañando a la industria. La evolución ante la crisis dependerá de cuando se empiece a producir la recuperación económica y en cualquier caso llevara varios años recuperar el terreno perdido. Además, cabe distinguir el consumidor profesional del particular. El primero cuida su maquinaria al máximo, por lo que su consumo depende del nivel de actividad. En el segundo caso, la tendencia es a ampliar los periodos de revisión mecánica de los vehículos, aumentando artificialmente el periodo de cambio de aceite, y por tanto reduciendo el consumo del mismo. Este segundo efecto se corrige algo por el efecto de envejecimiento del parque móvil como consecuencia de las bruscas caídas de matriculaciones de vehículos nuevos". En definitiva, toca esperar tiempos mejores.

REPSOL



LUBRICANTES REPSOL ELITE.

MÁS VIDA EN TU MOTOR.



Gama Repsol Elite. Tecnológicamente desarrollada para cubrir las necesidades de cada tipo de vehículo diesel y gasolina. La gama de lubricantes Repsol Elite es capaz de mantener en óptimas condiciones de lubricación el interior de tu motor, consiguiendo un menor desgaste de las piezas y una mayor limpieza de las mismas. Una gama que respeta más el medio ambiente y que aporta a cada motor mucha más vida. Lubricantes Repsol Elite. Más vida en tu motor.

Más información en repsolypf.com

DIEZ CUESTIONES QUE LOS TALLERES DEBEN S

01

¿Qué es SIGAUS?

SIGAUS es un Sistema Integrado de Gestión (SIG) de aceites industriales usados que se ocupa de establecer mecanismos de financiación y gestión para garantizar la recogida y correcto tratamiento del aceite usado en toda España. La existencia de SIGAUS responde a una iniciativa de los fabricantes de lubricantes que, a través de este sistema, cumplen así las obligaciones establecidas en el Real Decreto 679/2006. Desde 2007 los fabricantes de lubricantes son responsables de garantizar y financiar la correcta gestión de los aceites usados que se generen tras el consumo de los aceites industriales que ponen en el mercado. SIGAUS es una entidad sin ánimo de lucro que no obtiene ningún tipo de beneficio económico ni comercial de su actividad, por lo que emplea íntegramente los ingresos que obtiene de sus empresas adheridas (fabricantes e importadores de aceites industriales) en asegurar la recogida y correcta gestión de los aceites usados.

02

¿Qué es un sistema integrado de gestión?

En algunos sectores, la legislación atribuye a los fabricantes la responsabilidad de hacerse cargo de los residuos en los que se convierten los productos que comercializan, aplicando el llamado "principio de responsabilidad del productor". Para cumplir con esta responsabilidad (que se concreta en la obligación de financiar la recogida y tratamiento del residuo), los fabricantes tienen la posibilidad de hacerlo de forma agrupada, a través de sistemas integrados de gestión, también llamados SIG. Así pues, los SIG son sistemas creados por los fabricantes de un determinado producto (en este caso los aceites industriales), con el fin de atender las obligaciones de gestión de los residuos (en nuestro caso, los aceites usados) que generan dichos productos.

03

¿Qué hace exactamente SIGAUS?

Como SIG de aceites usados, SIGAUS se encarga de la recogida selectiva y correcto tratamiento de los aceites usados. En nombre de sus empresas adheridas (fabricantes e importadores de aceites industriales) cumple con los objetivos ecológicos y con el resto de obligaciones exigidas por Ley, como la de informar a las autoridades ambientales o elaborar Planes Empresariales de Prevención. En la práctica, SIGAUS coordina, por un lado, las aportaciones de las empresas adheridas en función del aceite que comercializan y, por otro, la financiación y control de la recogida y gestión del aceite usado que realizan empresas debidamente autorizadas para ello.

04

¿Qué diferencias hay para el taller entre la regulación anterior y el R.D. 679/2006?

Desde los años 90, el Estado subvencionó a las empresas dedicadas a la recogida, transporte y valorización de aceite usado, para asegurarse de que este residuo fuese correctamente gestionado. En esta situación, talleres y concesionarios asumían muchas veces el coste de la recogida del aceite usado.

Desde el 1 de enero de 2007 y conforme al Real Decreto 679/2006, el productor (fabricante o importador) debe financiar la gestión de esos aceites usados, sustituyendo así a la financiación pública. Para el taller, el pago y el cobro de 0,06 por kilo de aceite se debe al imprescindible papel que juega como canalizador del llamado "canon SIGAUS", desde el fabricante al consumidor.

Pero con ello, se ofrece al taller la posible recogida gratuita del aceite usado (siempre que cumpla con determinadas especificaciones técnicas y si la recogida la realizan gestores que trabajen con acuerdo con SIGAUS). Más allá de lo mencionado, la operativa de extracción, almacenamiento y entrega del aceite usado no varía para el generador del residuo, el taller.

05

¿Cuáles son las obligaciones del taller por su condición de generador del aceite usado?

Según la normativa sobre residuos peligrosos (el aceite usado lo es) los productores de dichos residuos están obligados a darse de alta como tales, o como pequeños productores, en el registro de la Comunidad Autónoma correspondiente. Además, deberán cumplir con prácticas obligatorias respecto a los aceites usados: extraerlos y almacenarlos en condiciones adecuadas, evitando fugas, vertidos o mezclas con agua o con otros residuos no oleaginosos. También es obligatoria su entrega a un gestor autorizado. Todas estas obligaciones son anteriores al nacimiento de SIGAUS. El sistema dispone de información gratuita sobre estas buenas prácticas así como para comunicar a sus clientes la existencia de SIGAUS y el funcionamiento del sistema y su financiación.



FILTROS cartés



Automoción y Transporte



Empresa Registrada
R.C. 0248199
ISO - 9001-2000



El Stock más completo de Europa

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



MADRID ☎ 902 300 360 Fax: 902 300 370
BARCELONA ☎ 902 300 361 Fax: 902 300 371
SEVILLA ☎ 902 300 362 Fax: 902 300 372



www.filtroscartes.com

ventas@filtroscartes.com

ABER SOBRE EL RECICLAJE DEL ACEITE USADO

06

¿Quién paga realmente el coste de la gestión del aceite usado?

Lo paga el consumidor final del lubricante que, en el caso de los talleres, es el conductor que lleva su vehículo a realizar el cambio de aceite. Lo que sitúa al taller como canalizador de esta aportación, pagando a fabricantes o proveedores de lubricante y cobrando la misma cantidad a sus clientes. Con esas aportaciones, SIGAUS financia a los gestores que realizan las actividades de recogida, transporte y valorización del residuo, haciendo posible que la recogida del aceite usado sea gratuita para el taller o concesionario, siempre que el aceite usado cumpla determinadas especificaciones técnicas y salvo particularidades en determinadas comunidades autónomas.

07

¿Cómo se informa del canon SIGAUS?

Los fabricantes están obligados a informar y desglosar en la factura que emiten a sus clientes el coste de la aportación al SIG, el llamado canon SIGAUS. Esta cantidad es 0,06 euros por cada kilo de lubricante, equivalente a 5,4 céntimos por litro. Esta repercusión en el precio es transmitida a lo largo de toda la cadena de comercialización (distribuidor, taller, etc.) hasta el usuario final, identificándose en línea separada en la factura, y sin que su importe pueda aumentarse o disminuirse en ningún punto de la cadena. Con el objetivo de concienciar a los clientes de la importancia de reciclar el aceite usado, informar sobre buenas prácticas y facilitar a los talleres la transmisión del canon, SIGAUS dispone de información gratuita para los talleres que lo deseen, y lleva a cabo periódicamente campañas de comunicación en estos establecimientos.

08

¿Qué ventaja supone para el taller la existencia de SIGAUS?

SIGAUS supone una garantía medioambiental –para el taller y para sus clientes– de que el aceite usado será recogido y tratado en las mejores condiciones, evitando en todo momento cualquier perjuicio al medio ambiente y asegurando la obtención del máximo aprovechamiento del residuo. En el aspecto legal, la existencia de SIGAUS facilita el cumplimiento de la Ley para todos los agentes de la cadena (fabricantes, distribución, establecimientos de posventa y consumidores). SIGAUS ofrece además a las empresas que generan este residuo (como los talleres de automoción) el servicio de recogida gratuita (bajo especificaciones técnicas).

09

¿Quién y cómo recoge el aceite en los talleres?

SIGAUS cuenta en la actualidad con cerca de 50 acuerdos con recogedores autorizados por las comunidades autónomas que realizan la recogida del aceite usado en los puntos de generación de toda España (talleres, concesionarios e instalaciones industriales, entre otros). Gracias a estos acuerdos, SIGAUS ofrece servicio de recogida en cualquier punto de España y de forma gratuita siempre que el aceite usado cumpla con determinadas especificaciones técnicas, establecidas para permitir el óptimo tratamiento de los aceites usados y que consisten básicamente en la no mezcla con otros residuos tales como agua, anticongelante, combustibles, restos sólidos, etc. Puede consultar el listado de recogedores que trabajan con SIGAUS en www.siga.us.es.

10

¿Qué se hace con el aceite usado?

El aceite usado es uno de los residuos más contaminantes que existen. Sin embargo, si ha sido correctamente extraído y almacenado puede ser valorizado en su totalidad. Una gran parte del residuo puede ser regenerado en plantas específicas donde, mediante tratamiento físico-químico, se producen nuevos aceites base, necesarios para la fabricación de nuevos lubricantes. Ésta es la opción que la normativa establece como prioritaria. Pero existen otras opciones de valorización. Mediante procesos de reciclado los aceites usados pueden utilizarse en la fabricación de otros productos, como arcillas expandidas. Finalmente, tras su adecuado tratamiento, los aceites usados pueden convertirse en combustibles alternativos válidos para procesos industriales, tanto de fabricación de otros productos como de generación de energía eléctrica.

PETRONAS
LUBRICANTS



En síntesis,
SYNTIUM
nuestro
lubricante
sintético

FLUID ► TECHNOLOGY



Official Sponsor



MERCADO ACEITES PARA MOTOR



Lubricante Havoline con tecnología With Deposit Shield de efecto limpiador. Llega de manos de Chevron España.



Aceite sintético Petroline, una de las marcas fabricadas por la firma cartagenera Dislomar.



La gama Formula de Galp es muy extensa para satisfacer cualquier tipo de necesidad. Galp Energía también distribuye en España los aceites Mobil.

prestaciones diésel y gasolina equipados con convertidores catalíticos y sistemas de postratamiento de gases (DPF o TWC) que están cada vez más generalizados en el mercado. De hecho, la línea Cepsa Xtar es el buque insignia de la gama ya que están desarrollados con la última tecnología. Dirigida a los turismos, dentro de la gama Xtar cobran especial protagonismo aceites como el Xtar Mega Synt 5W30, producto de última tecnología para vehículos de última generación de todas las marcas o el Xtar TDISynt 5W30 504, 507, un 100% sintético especialmente desarrollado para los modelos del Grupo VAG (Volkswagen, Audi, Seat y Skoda) con o sin intervalos de mantenimiento flexible (WIV) e inyector-bomba de última generación. La gama Xtar se ha lanzado con el objetivo de cubrir las necesidades de los vehículos más nuevos del mercado por lo que también cuenta con otras formulaciones como la Megatech 5W30 o la Megasynt además de las mencionadas. Por debajo de la línea Xtar, Cepsa comercializa la muy conocida y muy vendida Cepsa Star compuesta por aceites como los Star Synthetic, Star Avant o los más asequibles Star. También merece especial mención la línea Platinum que cuenta hasta con siete formulaciones distintas destacando la Platinum Alto Kilometraje de larga duración. La oferta de Cepsa para industrial también es amplia, para industrial ligero propone el aceite Super D mientras que para pesado las variantes Eurotech, Euromax o la EurotransSHPD y Diésel Turbo SHPD. Con ellas cubra todo tipo de necesidades. Por lo que respecta a la gama Ertoil, no es tan extensa pero igualmente versátil, se estructura en la línea básica, compuesta por variantes asequibles como el Supermultigrado 20W50 GD para todo tipo de turismos y en la línea alta, con aceites de mayores prestaciones

como el Súper Sintético 5W30 de características Fuel Economy.

Chevron Global Lubricants es una división de **CHEVRON ESPAÑA**, empresa perteneciente a la estadounidense Chevron Corporation que produce y comercializa lubricantes bajo las marcas **Texaco**, **Chevron** y **Caltex**. Chevron España posee una planta de lubricantes en Paterna (Valencia) donde fabrica y distribuye lubricantes a todo el territorio español.

Havoline es la marca más destacada para los mercados español y portugués. A través de ella ofrece aceites de motor de alta calidad y más ahora con el lanzamiento el pasado mes de septiembre de las fórmulas Havoline with Deposit Shield que contribuyen a aumentar la vida útil del motor al generar una capa protectora que actúa como escudo frente a los depósitos de suciedad que se puedan formar. El efecto es una mayor protección ante la fricción y el desgaste, mayor limpieza del motor y preservación de su potencia. Los nuevos Havoline with Deposit Shield se presentan en variantes 100% y parcialmente sintéticas y también en combinación las formulas Low SAPS, combinación esta última que da lugar a los aceites Havoline de mayores prestaciones. Además de los nuevos Havoline with Deposit Shield, la gama restante es amplia y variada contando con referencias como el Havoline Energy MS 5W30, un "ahorrador de combustible"; el Havoline Synthetic 506.01 0W30, especial para motores del Grupo Volkswagen Audi; el Havoline Ultra BM 5W3, un sintético para todo tipo de motores o los multigrado Havoline Premium 15W40 y 20W50. La familia de lubricantes Ursa de Texaco es la destinada a vehículo industrial. Propone varias formulaciones, entre ellas UHPD de bases sintéticas, Low SAPS, semisintéticas y multigrado.

En Cartagena tiene su sede **DISLOMAR**, fabricante de lubricantes y productos químicos para automoción y vehículo industrial

que opera en el mercado con las marcas **Petroline**, **Kimobil**, **Kimex** y **Arlex**. Su oferta actual incluye aceites como una línea de base sintética para turismos compuesta por las formulaciones 10W40 y 15W50; lubricantes 15W40 y 10W40 para vehículo pesado con especificaciones SHPD, UHPD y THPD y monogrados SAE 30 y SAE 40. Este elenco de aceites para motor está disponible en envases de medio, 1, 5, 25, 50, 205 y 1.000 litros y, según las necesidades del cliente, se pueden servir a granel.

Tras adquirir en 2008 la totalidad de la participación de ExxonMobil Mediterránea en Esso Española, **GALP ENERGÍA**, además de comercializar sus propios productos de marca Galp fabrica y distribuye en nuestro país los lubricantes de la gama **Mobil**, anteriormente comercializados por Esso Española. En lo que respecta a la oferta Galp para turismo, es amplia y se estructura en las siguientes principales familias de producto: Galp Energy: para motores gasolina y diésel de altas prestaciones, son sintéticas y dentro de ellas encontramos el aceite Energy Ultra 0W30 que prioriza el ahorro de combustible y la duración o el Energy Ultra LS 5W40 Low SAPS, para filtro de partículas. Galp Formula: para motores gasolina y diésel ligeros, es mucho más extensa para satisfacer cualquier tipo de necesidad, así encontramos hasta doce formulaciones, como los lubricantes formulados que cumplen con las últimas aprobaciones de los fabricantes de motores, como son los Galp Formula Long Life III (WW504.00/WW507.00), Galp Formula G (GM-LL-A-025; GM-LL-B-025) o el Formula 1 Plus de altas prestaciones, formulaciones para motores gasolina como la polivalente semisintética Formula F 5W30 o la asequible mineral Formula SP. Para motores diésel ligeros, cinco son los aceites propuestos,



3 mecánicos motivados.
1.200 mantenimientos realizados.
Miles de promesas cumplidas.
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.

MERCADO ACEITES PARA MOTOR

dos sintéticos, un semisintético y dos minerales. Destacan el sintético TD Plus y el semisintético Formula 505. La propuesta para vehículo industrial es la línea Galp Galaxia compuesta por una variante sintética, una semisintética y cuatro minerales. El sintético Galaxia Extreme es el de mayores prestaciones al alargar considerablemente el intervalo de cambio. En lo que concierne a la gama de aceites Mobil, ésta es igualmente extensa, altamente especializada y destaca por su amplia gama de lubricantes sintéticos. El máximo exponente de ello es la línea Mobil 1 que propone lubricantes de alto rendimiento de eficacia sobradamente probada en competición como el Mobil 1 0W40, que cuenta con las aprobaciones de MB, Porsche, Opel, VW y BMW entre otros. Destacar también el Mobil 1 ESP Formula 5W30, lubricante sintético específicamente desarrollado para lubricar los vehículos equipados con los últimos sistemas de reducción de emisiones, tales como los filtros de partículas. Dentro de la gama de lubricantes para vehículos industriales, Mobil cuenta también con una amplia gama de productos. A destacar el Mobil Delvac 1 5W40, lubricante sintético que ofrece una óptima protección a lo largo de toda la vida útil de los vehículos de servicio.

Uno de los grupos de distribución de la posventa española que dispone de aceites de

motor bajo marca propia es **GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN** (Espulgues de Llobregat, Barcelona). La gama de aceites de motor **Serca** consta de un amplio elenco de formulaciones sintéticas, semisintéticas y minerales para turismos, vehículo industrial ligero y pesado y maquinaria de obra pública. A nivel de prestaciones, destacan los lubricantes para turismo y vehículo industrial que ya cumplen con la norma Euro-4 ya que cumplen con las últimas especificaciones internacionales para ser compatibles con los vehículos dotados con filtro de partículas. El último aceite para motor en incorporarse a la gama ha sido un 5W30 desarrollado para modelos Ford, Renault, Rover, Jaguar, etc. sin filtros de partículas pero que requieren de un aceite de baja viscosidad. La formulación de este lubricante aporta un ahorro de combustible. Los lubricantes Serca se comercializan en envases de 1, 5, 208 y 1.000 litros.

Seguimos en la provincia de Barcelona porque **IADA** es un fabricante de productos químicos y de lubricación de Vilobí del Penedès cuya gama de aceites de motor no es muy extensa en número de variantes pero sí muy versátil cubriendo un elevado número de necesidades del parque circulante. Recientemente ha lanzado las formulaciones Altior 5W30 Fully Synthetic VW 504.00-507.00 y SAE 10W40 UHPD Low SAPS. La primera es un aceite lubricante de tecnología 100% sintética especialmente formulado para los motores de última generación gasolina y diésel y para los nuevos motores de tecnología Euro-4 equipados con sistemas de postratamiento de los gases de escape. Cumple las especificaciones del Grupo VAG VW 504.00-507.00 de bajo contenido en SAPS (azufre, cenizas y fósforo) y cambios extendidos de aceites así como con especificaciones de Mercedes y BMW. También destaca por su facilidad de bombeo en frío, estabilidad térmica y propiedades antidesgaste y anticorrosivas. El SAE 10W40 UHPD Low SAPS, por su parte,

es un aceite multigrado con bases 100% sintéticas de bajo contenido en SAPS que está especialmente formulado para la nueva generación de motores diésel pesado (con tecnología para cumplir las Euro-4 y Euro-5) con sistemas de postratamiento de las emisiones producidas por los gases de escape. Lo recomiendan constructores como Mercedes, Volvo, Renault o Man y destaca la alta fluidez a bajas temperaturas que proporciona. Otros aceites que conforman la gama **lada** son el Adrax Synthetic 10W40, de tecnología sintética para motores de altas prestaciones y largos intervalos de sustitución; el Energy 10W40 UHPD, para motores diésel de alto rendimiento; el Adrax Plus SAE 5W40 Fully Synthetic, un multigrado de tecnología sintética para motores de gama alta; el Lynx 5W30 Fully Synthetic, especial para los motores TDI del Grupo Volkswagen o el Techno+SAE 5W40, para motores diésel y gasolina menos evolucionados técnicamente.

El distribuidor de Tres Cantos (Madrid) **IMPORMÓVIL** ha apostado fuerte por este mercado de lubricantes. Prueba de ello es que opera con una marca propia, **Metaltech**, con la que pone a disposición del mercado posventa el aceite 100% sintético 5W40, el semisintético 5W30 o los minerales 10W40, 15W40, 20W50 u 80W90. Su cartera de productos también incluye la gama **Motul** de aceites lubricantes.

KRAFFT es el fabricante de la marca del mismo nombre, **Krafft**, y el distribuidor para España de las marcas **Bel-Ray** y **Molykote**. Andoain (Guipúzcoa) acoge la sede central de esta empresa que también cuenta con delegaciones en Cerdanyola del Vallès (Barcelona), Móstoles (Madrid), Valencia y Telde (Gran Canaria). Las tres marcas propuestas ofrecen una amplia gama de productos sintéticos, semisintéticos y minerales en distintos envases que satisfacen las demandas de prácticamente el total del parque circulante de turismos y vehículo industrial ligero y pesado. Como



La gama lada destaca por su versatilidad. Sus últimas novedades son los aceites 100% sintéticos y Low SAPS Altior 5W30 Fully Synthetic y el SAE 10W40 UHPD.



Aceites de motor 100% sintéticos de la línea Professional de Krafft. Encontramos variantes "ahorradoras de combustible" y que alargan los intervalos de cambio.

*Perfectos
en todas las situaciones.*



Elige la calidad original. Siempre.

En el sector automovilístico, las nuevas tecnologías de fabricación exigen productos de muy alta calidad. Los filtros UFI, instalados de serie por las principales marcas, están en grado de satisfacer en todo momento los más altos estándares de calidad. También en el caso de los filtros de aceite, las sofisticadas técnicas de fabricación y la elección de los materiales han permitido a UFI crear productos originales de avanzada tecnología.



UFI[®]
FILTERS

MERCADO ACEITES PARA MOTOR



La línea Syntium de Petronas son aceites de motor "Fuel Economy" 100% sintéticos de altas prestaciones que cumplen las especificaciones más exigentes.

novedad más destacada, la gama Longlife de Krafft se ha ampliado con la llegada de un nuevo aceite 100% sintético desarrollado con tecnología Low SAPS de bajo contenido en azufre, cenizas y fósforo. Esta nuevo lubricante se ha desarrollado de forma específica para los motores Renault equipados con filtros de partículas diésel. La gama Longlife de Krafft es muy amplia y completa y satisface las necesidades actuales de las nuevas motorizaciones Euro-4 y Euro-5. Dentro de la oferta Krafft también merece especial mención otro reciente lanzamiento, el aceite 10W40 Euro UHPD E-6, un 100% sintético desarrollado para los modernos motores diésel de servicio pesado Euro-4 y Euro-5 y también compatible con los motores más veteranos que cumplen con las normas Euro-3 y anteriores. La gama Krafft se completa con otras formulaciones interesantes como la Ultra Synthetic Energy Economy o las Injection TDI-GTI y GTI y las de vehículo pesado Euro UHPD, Synthetic Turbo SHPD o Monogrado. La oferta Bel-Ray

es similar a la de Krafft contando con variantes Synthetic Longlife y Energy Economy, Injection o Racing además de una fórmula para industrial, la Euro SHPD E7 Heavy Duty Performance. Lo mismo podemos decir del catálogo Molykote.

LUBRICANTES Y ADITIVOS BARD AHL es uno de los clásicos de este mercado. La marca **Bardahl** ofrece un programa de lubricantes que incluye líneas como la XTC o XTG. La primera cuenta con formulaciones como la Syntronic 5W30 de tecnología Low SAPS o la Syntronic 5W30 505/507 especialmente desarrollada para motores del Grupo Volkswagen Audi. También merece especial mención por sus prestaciones el XTC 505.01 Synthetic Turbo 5W40 que alarga notablemente los intervalos de sustitución o los versátiles y más asequibles XTC GTI/TDI o 20W50, ambos multigrado para todo tipo de motores. Para vehículo industrial propone aceites como el Eurotruck de alto rendimiento, el sintético XTC Synthetic Dieselube 10W40 especial para motores pesados con intercooler y sobrealimentados, el XTC Diesel

Extra SHPD 15W40 para motores de alto rendimiento o el mineral Serie III SAE 30 y 40.

Otra marca clásica es **Motul**. Desde Barcelona, **MOTUL IBÉRICA** pone a disposición del mercado nacional un completo elenco de lubricantes. Hasta cinco líneas de producto conforman la oferta de aceites para motor, la MotorSport, la Specific, la 100% Synthese, la Technosynthese y la mineral. La primera es muy específica y está destinada a vehículos de altas prestaciones. La Specific son lubricantes especialmente formulados para marcas automovilísticas como BMW, Mercedes Benz, Volkswagen, Ford u Opel. Recientemente ha incorporado nuevas formulaciones para Volkswagen y Mercedes. La 100% Synthese está pensada para motores de última generación cuenta con nuevas formulaciones como la 8100 Eco-lite 0W20 o la 8100-Eco-clean 5W30. Por debajo se sitúa la Technosynthese de bases sintéticas, de equilibrada relación precio-prestaciones, cuya fórmula más nueva es la 6100 Synergie 10W40. La gama mineral es la más asequible. La línea Tekma es la de vehículo pesado y con ella propone casi veinte fórmulas, entre ellas, las nuevas Tekma Ultima+ 10W40 100% sintética, las Tekma Mega X 10W40 y Mega X LD 15W40 o las minerales Tekma Normal + 15W40, 20W50, Monograde SAE 30 y Monograde SAE 40.

La petrolera de Malasia **PETRONAS** se ha sumado recientemente al mercado español de aceites para motor. Y lo ha hecho con la línea **Petronas Syntium**, varias referencias 100% sintéticas cuyas formulaciones favorecen la reducción de sustancias perjudiciales para el sistema catalítico de los gases de escape por lo que permiten cumplir con todas las normas anticontaminación exigidas a los motores de última generación. Para obtener esta limpieza, los aceites Syntium de Petronas son también "Fuel Economy" es decir, economizadores del consumo de combustible.

Desde Leganés (Madrid) **PROQUIMETAL** distribuye la marca **3CV** cuya gama de lubricantes, la 3CV Motor Oil, pone a disposición de la posventa interesantes fórmulas para el mercado posventa del automóvil. Recientemente ha lanzado el aceite sintético 10W40, especialmente concebido para motores diésel que cumplen la norma Euro-4, que están equipados con un filtro de partículas DPF/CRT o con un

Aceites de motor 3CV. Proquimetal distribuye esta marca que recientemente ha lanzado la fórmula 10W40 especial para motores diésel que cumplen la norma Euro-4.



tratamiento catalítico de emisiones tipo SCR. Aporta protección que ofrece al motor, reducción de la suciedad del filtro de partículas y una rápida lubricación en arranques en frío. Otra fórmula destacada es la sintética 5W30 especialmente desarrollada para motores Volkswagen, Mercedes, BMW y vehículos japoneses. Es muy versátil por su compatibilidad con un amplio elenco de motores. También merecen especial mención el sintético 5W40, el Long Life 10W40 con bases sintéticas y minerales, el 20W50 específico para motores gasolina, el 15W40 especial para diésel TDI y HDI o los aceites para vehículo industrial pesado 15W30 SHPD y SAE 40.

En el sur, concretamente en la localidad cordobesa de Rute está afincada **PROQUISUR**, un fabricante y distribuidor de productos químicos para el automóvil que bajo marca **Dimasoil** dispone de aceites de motor para motores gasolina y diésel de turismos, vehículo industrial, agrícola, maquinaria pesada, etc. en envases de 5, 50, 200 y 1.000 litros. Su producto "estrella" es el aceite 15W40 CD/SF, un mineral para motores gasolina y diésel turboalimentados o atmosféricos que proporciona una fiable arranque en frío, elevada resistencia a la oxidación, mínima degradación térmica y química, alta capacidad dispersante y detergente para una óptima limpieza del cárter y evitar la obstrucción de los filtros. La última incorporación a la oferta Dimasoil es el 10W40 sintético, un lubricante de última generación desarrollado para cubrir las necesidades de los motores gasolina y diésel de última generación gracias a su elevada resistencia al desgaste, corrosión y oxidación y su alto grado de viscosidad que garantiza un eficaz arranque en frío y ahorrar combustible. Además, permite cambios prolongados de hasta 30.000 kilómetros. Todos los aceites

Repsol es una de las marcas más vendidas gracias a su amplia oferta que abarca formulaciones de altas prestaciones como la Elite Cosmos 0W40 o variantes minerales para motores sencillos o veteranos.



Dimasoil cumple con las principales especificaciones de control de calidad.

La gigante española **REPSOL** (Madrid) es uno de los grandes protagonistas de este mercado, tanto por oferta como por cuota de ventas. Opera con cuatro marcas, **Repsol**, **Campsa**, **CS** y **Petronor**. La primera es una súper-ventas ya que su oferta es muy extensa cumpliendo cualquier tipo de necesidad para turismos y vehículo industrial. Así, un ejemplo de aceite de altas prestaciones es el Repsol Élite Cosmos 0W40, que cumple con las especificaciones de marcas como Porsche, Mercedes o Audi. También propone variantes para los motores más en boga actualmente como el Repsol Élite Common Rail 5W30, variantes polivalentes como el semisintético Repsol Élite Injection 10W40 y asequibles como el mineral multigrado Multi G Gasolina 20W40. La oferta Repsol para vehículo pesado también es muy amplia destacando dentro de ella el Repsol Diesel Turbo VHPD 5W30 de larga duración o el Diesel



El aceite Shell Helix H7 10W40 de la imagen posee agentes de limpieza que previenen de la suciedad en el motor aumentando así su rendimiento.



Especialistas en **filtración y térmico**

imprefil



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

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

imprefil@imprefil.com • www.imprefil.com





La Solaris es la línea estrella de Elf, marca francesa distribuida en nuestro país por Total España, firma que también comercializa las marcas Total y Gulf.

Turbo UHPD 10W40 Mid SAPS de alta calidad para motores diésel pesados de altas prestaciones. La gama CS son aceites de motor más asequibles ya que la oferta principal es mineral mientras que la Campsa es algo más versátil ofreciendo para turismo una fórmula mineral y otra sintética además de cuatro fórmulas para vehículo industrial pesado. Finalmente, la marca Petronor propone un multigrado para todo clima y un mineral multigrado para turismos y dos variantes para vehículo industrial, un SHPD de notable calidad y el Serie 3, un aceite altamente detergente que mantiene limpio el motor.

SHELL ESPAÑA (Madrid) presentó el pasado mes de abril la renovada gama Helix, la línea estrella de la gigante petrolera en materia de aceites para motor. Los nuevos aceites Shell Helix se presentan con una gama más simplificada compuesta por cuatro líneas de producto, Shell Helix Ultra, el Shell Helix HX7, el Shell Helix HX5 y el Shell Helix HX3. Todos ellos son de alta tecnología pero sus aplicaciones varían. Los Shell Helix Ultra son los de mayores prestaciones resultando ideales para los motores potentes de última generación. De hecho, según la firma fabricante es cinco veces más eficaz que un lubricante convencional gracias a sus agentes de limpieza que impiden que la suciedad se acumule en el motor. Al otro extremo encontramos los Shell Helix HX3 que dan prioridad a alargar el intervalo de sustitución. Los Shell HX7 y HX5 son las variantes intermedias, aceites que pueden ser considerados de gama media-alta por su alto nivel de calidad, el sello distintivo de la línea Shell Helix. Con la gama Helix, Shell cubre cualquier tipo de necesidad al proporcionar variantes 100% sintéticas, semisintéticas y minerales, con tecnologías Low SAPS, "ahorradoras de combustible", etc. La línea Shell Rimula es la de vehículo industrial, también es muy amplia y de calidad. El aceite Shell Rimula R6 LME 5W30 es el de mayores prestaciones al ser un Low SAPS con un innovador sistema antidesgaste para ofrecer la mayor protección del mo-

tor. Está especialmente indicado para su uso en los propulsores Mercedes y Man de última generación. Otras fórmulas interesantes son la Shell Rimula R5-E 10W40 "ahorradora de combustible" o la Shell Rimula R4 15W40 capaz de superar las 500 horas de intervalo de cambio.

SUN OIL ESPAÑA es un distribuidor y comercializador especialista en lubricantes de Alcobendas (Madrid) y que posee delegaciones en Galicia, Catalunya, Murcia y Palencia. Su cartera de productos incluye las marcas de aceites **Sunoco** y **Petronas** con las que propone fórmulas como la Synturo Mistral 5W30, alma mater de la gama, un aceite sintético pensado para los motores de última generación tanto gasolina como diésel. Cumple con las máximas exigencias de los constructores y aporta ahorro de combustible, una larga duración y es compatible con los motores equipados con filtro de partículas. Otras fórmulas interesantes son las Synturo Xenon 5W40 y Synturo Sportivo 5W50, lubricantes sintéticos para motores de altas prestaciones; el polivalente Titanium Futura 10W40, un semisintético para todo tipo de motores; el económico aceite mineral Energy Forza 20W50 o las variantes para vehículo pesado Heavy Duty Euro HPD 10W40, Heavy Duty XHPD 15W40 o Ultra HPD 10W40.

Uno de los proveedores más importantes de este mercado es **TOTAL ESPAÑA** (Madrid), fabricante y comercializador de las conocidas marcas **Total**, **Elf** y **Gulf**. Huelga decir que la oferta de este trío cubre todas las necesidades del mercado de turismos, vehículos industriales y agrícolas y de maquinaria de obras públicas tanto de gasolina como de gasóleo. Dentro de la oferta de la marca Total, el aceite estrella es el Quartz Ineo ECS 5W30, un lubricante de última generación con tecnología Low SAPS especialmente concebido para los motores Peugeot y Citroën. Su elevada calidad permite ahorrar combustible y mejorar el funcionamiento de los sistemas antipolución, en especial los filtros de partículas diésel (FAP). En cuanto a la gama Elf, marca la pauta el Solaris DPF 5W30 con tecnología de síntesis patentada por la marca francesa que optimiza las prestaciones de los motores más potentes de los vehículos de última generación, principal destino de esta formulación. Así mismo, está especialmente desarrollado para asegurar la compatibilidad con los sistemas de postratamiento y filtros de partículas FAP. Por último, la fórmula más sobresaliente de Gulf es el Progress Intensia 5W30, cuyas características técnicas y de rendimiento son similares a las de los aceites estrella de Total y Elf. Las últimas formulaciones de la petrolera de origen francés dan prioridad al compromiso medioambiental, es decir, se han desarrollado para optimizar los sistemas de tratamiento de los gases de escape y los filtros de partículas FAP. ●

directorio web

www.adparts.com
www.adr98.com
www.agip.eu/es
www.amaliepetroquimica.com
www.aselube.es
www.auxol.com
www.azesp.com
www.bardahl.es
www.bplubricantes.es
www.castrol.es
www.cecauto.com
www.centroholding.com
www.cepsa.com
www.cogelsa.com
www.dipart.es
www.direaso.es
www.dislomar.com
www.distribuidoracaballero.com
www.dynamic-brugarolas.com
www.e1lubricantes.com
www.europart.es
www.fuchs.es
www.galpenenergia.com
www.gecorusa.com
www.groupautounion.com
www.grunosur.com
www.grupauto.es
www.grupobelloc.com
www.iada.es
www.impormovil.es
www.liv-indurain.com
www.lubricanteskrafft.com
www.lubricantes-sash.com
www.mobil1.com
www.motul-lubricantes.com
www.olipes.com
www.petroline.es
www.petronas.com
www.proquimetal.es
www.proquisur.com
www.repsol.com
www.serca.es
www.shell.es
www.sigaus.es
www.sunoco.be
www.sunoilespana.com
www.texaco.es
www.total.es
www.trusaco.es
www.verkol.es
www.vitess.es

ashika

COMMITTED TO TOTAL QUALITY

FILTROS DE DEPURACION GPL

10-GASS
Instalacion "BRC"



10-GAS1S
Instalacion "BRC"



10-GAS2S
Instalacion "LANDI"



10-GAS3S
Instalacion: "Zavoli/
Bedini/MotorGas/E-Gas"



10-GAS4S
Instalacion "EMER"



10-GAS5S
Instalacion "ZAVOLI"



10-GAS6S
Inst. "BEDINI"



10-GAS7S
Instalacion "IMEGA"



10-GAS8S
Instalacion "BIGAS"



10-GAS9S
Instalacion "LOVATO"



10-GAS10S
Inst. "ROMANO"



10-GAS11S
Inst. "EMMEGAS"



10-GAS12S
Inst. "TARTARINI"



TODOS LOS DETALLES Y LA DISPONIBILIDAD SON VISIBLES EN:

www.ashika.eu



Suplemento especializado de **mtyt**

30

Noticias

32

Noticias
CESVIMAP

34

Noticias
Centro Zaragoza

35

Informe:
pinturas
ecológicas

38

Aula Centro
Zaragoza:
pinturas al agua

56

Actualidad:
Visita a Talleres
Auto Romo
de Lleida

58

Fichas
CESVIMAP:
reparación
aleta de plástico
PPE-PA

61

Actualidad:
novedades
DuPont Refinish

NOTICIAS

Y LA SEGUNDA GENERACIÓN DEL ESPECTROFOTÓMETRO GENIUS PLUS II

STANDOX LANZA NUEVAS BASES BICAPA

Standex presentó recientemente seis nuevas bases bicapa al agua con efectos especiales, la *Magic Cyan*, *Midnight Blue*, *Paradise Green*, *Mystic Gold*, *Rainbow Silver* y *Sunset Red*. Integradas en la gama *Standohyd*, se comercializan en envases de medio litro e igualan el color original por muy insólito que sea, es decir, por muy alto que sea su contenido en pigmentos de efectos especiales. Según la marca fabricante, las nuevas capas trabajan de forma rápida, son de fácil aplicación y proporcionan un óptimo acabado. Se pueden utilizar como básicos en el sistema de mezcla *Standohyd* aunque no forma parte del equipamiento estándar de la máquina de mezclas de Standox. Si, que están incorporados estos seis nuevos colores en las herramientas de color de Standox. A este elenco de seis, se debe sumar una base bicapa al agua más específica aunque también perteneciente a la línea *Standohyd*, la nueva *Nissan KAB Blueish* para el modelo GT-R de la marca japonesa. Este nuevo color de base bicapa al agua contiene un nuevo concentrado de pigmento de aluminio, *Hydroshine*, y permitirá a los centros de reparación *Nissan* autorizados igualar a la perfección el nuevo color de base

bicapa *Nissan GT-R*, denominado *Blueish Silver*. Por su particular formulación que incluye partículas de aluminio, esta pintura exige una técnica especial de aplicación que Standox explica en una ficha técnica específica que se puede solicitar a los distribuidores de la marca.

Standex también ha iniciado la comercialización de la segunda generación de su **espectrofotómetro**, el **Genius Plus II**. La nueva evolución de esta herramienta de igualación del color se presenta ahora con una correa de seguridad para ajustarla a la muñeca para un uso más cómodo y su modo de funcionamiento se ha optimizado. El Genius Plus II lee el color directamente sobre la superficie del vehículo desde tres ángulos distintos. Así, se coloca sobre una superficie limpia y pulida del vehículo próxima a la zona dañada y el dispositivo, gracias a la tecnología digital, localiza el color de forma automática y envía los datos de las mediciones al ordenador del taller donde el programa *Standowin* contrasta la información con la base de datos de Standox, que contiene más de 250.000 fórmulas.


 www.standex.es



BREVE



Akzo Nobel Car Refinishes Spain ha actualizado en profundidad las páginas web de sus marcas **Sikkens** (www.sikkens.es) y **Lesonal** (www.lesonal.es). Más completas, intuitivas y dinámicas, ambas permiten conocer las gamas de producto Sikkens y Lesonal, las últimas noticias sobre ambas marcas o sus redes de distribución así como acceder a hojas técnicas y hojas de seguridad e higiene, códigos de color, manuales de trabajo o enlaces de interés. Además, desde la web de Sikkens se accede de forma directa a su servicio *MixitOnline* y desde la de Lesonal, al servicio *Colourlink*.

 www.akzonobel.com/cr


Desde hace unos pocos meses **TTS Tooltechnic Systems** comercializa nuevos **bloques para lijar a mano Festool**. Estos se pueden conectar a un sistema móvil de aspiración para evitar el polvo, tanto en la superficie como en la zona de trabajo. Así mismo, la aspiración evita la colmatación del abrasivo, se atasca menos y se reduce el consumo de abrasivo. En los bloques para lijar a mano Festool, el adaptador del conducto de derivación ajusta el rendimiento de aspiración a la pieza de trabajo.

 www.festool.es

PARA EL CUIDADO FINAL DE LA CARROCERÍA Y LA PINTURA LLEGA LA LÍNEA CAR CARE DE 3M

Para los amantes de un acabado perfecto, **3M** ha iniciado la comercialización de la gama **Car Care** compuesta por un amplio elenco de productos.

Son los siguientes: jabón concentrado y biodegradable que elimina la suciedad y la grasa sin dañar la pintura; eliminador de arañazos; Performance Finish, una cera líquida para la protección de la pintura que proporciona un acabado brillante y duradero; una cera rápida en spray que se aplica después de cada lavado sobre la pintura seca y limpia y que aporta un acabado brillante gracias a su formulación con Carnauba; una bayeta de microfibras ultra suave para las superficies delicadas del automóvil que elimina restos de ceras y pulimentos y no deja pelusas; un limpiador de llantas y neumáticos y un restaurador de neumáticos que recupera el brillo y el aspecto original de los neumáticos, molduras y defensas de plástico.

 www.3m.com



HA INVERTIDO DIEZ MILLONES DE EUROS PARA
GOZAR DE UN ELEVADO NIVEL DE TECNIFICACIÓN

ROBERLO ESTRENA INSTALACIONES

Roberlo, firma de Riudellots de la Selva (Girona) dedicada a la fabricación de masillas para la reparación de carrocerías y otros consumibles, inauguró el pasado tres de diciembre unas **nuevas instalaciones productivas**. El acto de inauguración fue multitudinario ya que contó con la presencia de **Antoni Castells**, Conseller de Economía y Finanzas de la **Generalitat de Catalunya** y de varios representantes del ámbito político y económico catalán.

La inversión en estas nuevas instalaciones productivas ha ascendido a diez millones de euros. Sin embargo, los directivos de la empresa, **Jaume Juher** y **Xavier Sagué**, Consejero Delegado y Director General de Roberlo respectivamente, la dan por buena visto el elevado nivel tecnológico de la planta. También desde la dirección han explicado sus objetivos: *"Poder competir de manera eficiente en un mercado que cada vez es más global, más competitivo y más exigente así como hacer frente a los planes de expansión del grupo a medio plazo"*. La ampliación de las instalaciones también son consecuencia del crecimiento de la empresa: *"Nuestros recientes niveles de crecimiento, en los que la empresa ha cuadruplicado su tamaño en la última década, son la base para continuar siendo optimistas, aunque especialmente prudentes a la vista de las*

El Conseller de Economía y Finanzas de la Generalitat de Catalunya, **Antoni Castells**, corta la tradicional cinta flanqueado por **Xavier Sagué** (izquierda de la imagen) y **Jaume Juher** (derecha), Director General y Consejero Delegado de Roberlo respectivamente.

evidentes dificultades de la coyuntura económica".

La puesta en marcha de estas instalaciones ha coincidido con una efeméride, los cuarenta años de Roberlo. Tras esta larga trayectoria, la firma gerundense ostenta una facturación consolidada de 33 millones de euros y lidera un grupo empresarial con sede central en Girona que destaca por su fuerte visión exterior como lo demuestra el hecho que un 70% de su cifra de negocio se realiza fuera de nuestras fronteras llegando actualmente a ochenta países. Esta vocación internacional se plasma en las filiales que posee en ocho países entre los que destacan los proyectos iniciados recientemente en Rusia y Brasil. Como reconocimiento a su actividad, Roberlo recibió el pasado 27 de noviembre el **Premio a la Proyección Internacional 2009** concedido por la **Cambrà de Comerç de Girona** en el marco de su entrega anual de Premios a la Exportación.

 www.roberlo.com



COLABORA CON PROYECTOS
DE AYUDA A LOS NIÑOS MÁS
NECESITADOS

SOLIDARIDAD SATA

Con el pleno apoyo de sus clientes y socios, **Sata**, el fabricante alemán de pistolas de pintura, ha decidido un año más, y ya van once, sustituir los regalos navideños por **ayudas dirigidas a proyectos destinados a atender niños en dificultades**. Los destinatarios de las ayudas elegidos en esta ocasión van a ser el **Círculo de Amigos Alemán-Polaco-Ruso** y el **Instituto Sabine Dörger**.

El primero de ellos es un organismo que opera en la zona de Kaliningrado y Sosnowka y se dedica a atender niños sordos. El apoyo económico de Sata permitirá la asistencia de especialistas procedentes de Alemania que se cuidarán de la formación de colaboradores rusos, con objeto de potenciar la producción y el ajuste de moldes auriculares en sus propios laboratorios. Así mismo, la línea de colaboración también permitirá el aprovisionamiento de octoplásticos de audífonos para estos niños.

El Instituto Sabine Dörger, por su parte, atiende a niños y jóvenes enfermos de cáncer. Con su aportación, Sata pretende que esta entidad radicada en Ludwigsburg (localidad alemana cercana a Stuttgart) pueda disponer de un servicio adecuado para que padres de jóvenes afectados de cáncer puedan establecer contactos, intercambiar preocupaciones, necesidades y experiencias y, paralelamente, tener la oportunidad de aconsejarse en el área social, todo ello sin olvidar los aspectos puramente clínicos que puedan aliviar a los niños con cáncer, como pueden ser aparatos médicos o muebles especialmente diseñados para pacientes oncológicos.

 www.sata.com

Gestión de recursos en el taller de automoción

Dentro del I Ciclo de Conferencias CESVIMAP, el próximo 15 de diciembre tendrá lugar la segunda jornada, con el título "Gestión de recursos en el taller de automoción: constitución, personas y tecnología".

Ponentes de diferentes perfiles analizarán los elementos necesarios para constituir y gestionar una empresa, especialmente, un taller de reparación de automóviles. Esto va en la línea de la mesa redonda celebrada en las primeras jornadas de este ciclo, en la que Dionisio Grande, miembro de la junta directiva de Ganvam, afirmó que "la posventa es el eje del futuro", confirmando la importancia de la postventa en el sector como la forma de sobrevivir de muchos concesionarios.

Se examinarán los pasos a seguir para constituir una empresa, formas jurídicas, trámites administrativos, contratos, etc., complementándose con las líneas de ayuda y subvenciones a disposición de todo emprendedor. Asimismo, se realizará especial hincapié en la gestión del activo más valioso de toda empresa: su capital humano, acabando la jornada con una conferencia sobre fiscalidad y las diferentes fórmulas de financiación existentes.

Esta jornada aborda temas interesantes para todo empresario, independientemente del sector en el que desarrolle su actividad, así como para cualquier persona que desee serlo.

La jornada se celebrará en el Palacio Los Serrano, Plaza de Italia 1, de Ávila. Para inscribirse gratuitamente en estas jornadas sólo hay que rellenar el boletín de inscripción que se encuentra en www.cesvimap.com y enviarlo a CESVIMAP por email o fax.



CESVIMAP y el Centro coreano Kidi Kart colaborarán en investigación sobre reparación de automóviles

Ambos centros son miembros del Research Council for Automobile Repairs, RCAR.

El Centro de Experimentación y Seguridad Vial de MAPFRE, CESVIMAP, y el Instituto de Investigación en Reparación de Automóviles y Centro de Formación de Corea, Kidi Kart, han firmado un acuerdo de colaboración para fomentar la investigación en el área de la reparación de vehículos.

El acuerdo, firmado en la sede de CESVIMAP en Ávila durante la visita de la representación coreana a estas instalaciones, contempla el intercambio de información sobre nuevas tecnologías y tiempos de reparación, resultados de crash tests a baja velocidad, seguridad activa y pasiva, fabricantes de automóviles, formación técnica y reciclado de vehículos al final de su vida útil.

Los representantes de Kidi Kart se

interesaron especialmente por la actividad que desarrolla CESVIMAP en el reciclaje de vehículos a través de su Centro Autorizado de Tratamiento, Cesvi Recambios, así como por su metodología de trabajo, gestión y comercialización de piezas usadas, y por la legislación europea y española que existe en torno a estos centros.

Tanto el Presidente de Kidi Kart, Chae Woong Jung, como el Gerente de CESVIMAP, Ignacio Juárez, mostraron su satisfacción por la firma del acuerdo y su deseo de continuar colaborando en futuras iniciativas.



Kidi Kart es el centro homólogo de CESVIMAP en el mercado coreano, auspiciado por la asociación de compañías de seguros del país oriental (Kidi). Ambos centros forman parte del RCAR, organización que agrupa a los 24 centros de investigación en reparación de automóviles pertenecientes a compañías de seguros.



CESVIMAP

Ctra. de Valladolid, km 1 05004 Ávila. Tel: 920 206 300. Fax: 920 206 316
cesvimap@cesvimap.com www.cesvimap.com

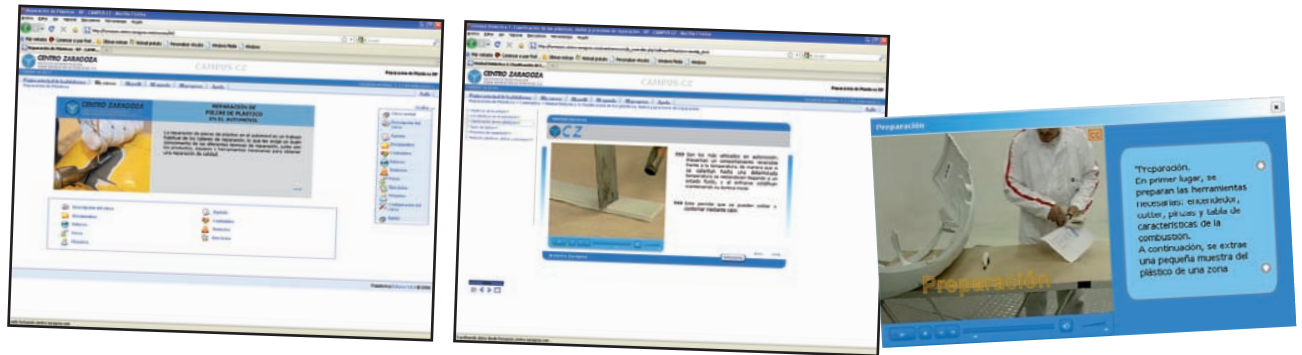
Tecnología *y pasión*



Hacemos tu trabajo **fácil**
Especialistas desde 1895

AquaMax™ Extra

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



Centro Zaragoza lanza próximamente un nuevo curso de formación e-learning en su "Campus CZ" dirigido al taller de reparación de automóviles

CENTRO ZARAGOZA (CZ) amplía su oferta formativa e-learning con la creación de nuevo curso dirigido al taller de reparación de automóviles denominado: "Reparación de piezas de plástico del automóvil". El objetivo general de este curso, es dar a conocer los diferentes procesos de reparación de las piezas de plástico, incidiendo en los parámetros a controlar en cada paso para obtener una buena reparación. Son muchos los atractivos recursos didácticos tenidos en cuenta con el propósito de facilitar el aprendizaje del alumno. Para ello, se utiliza un lenguaje claro y directo, una combinación de texto, fotos, gráficos, vídeos y audio, e incluye la posibilidad de descarga gratuita de los vídeos técnico-didácticos editados por CZ, que muestran paso a paso las diferentes formas y procesos de reparación de las piezas de plástico de la carrocería del automóvil. La duración del curso son 25 horas, y las fechas de realización, del 18 de enero al 11 de febrero de 2010. La inscripción se puede realizar en la página web de CZ www.centro-zaragoza.com, accediendo al CAMPUS CZ. Los alumnos que hayan finalizado el curso satisfactoriamente, recibirán un certificado acreditativo de esta formación diseñada y creada por CZ. ◀

Nuevo curso de formación presencial de CZ sobre vehículos híbridos

CENTRO ZARAGOZA (CZ) ha diseñado e impartido un nuevo curso de formación, en colaboración con CEAPS -Centro de Estudios de de la Asociación de Peritos de Seguros y Comisarios de Averías-, quien se ha encargado de la organización del mismo, sobre una nueva tecnología muy demandada actualmente por el sector, como son los vehículos híbridos. CEAPS y CENTRO ZARAGOZA han emprendido esta acción formativa a largo de la geografía nacional, siendo Vigo, Madrid, Bilbao y Zaragoza, las primeras ciudades donde se está impartiendo este nuevo curso de CZ. Los temas tratados han sido: Introducción a las energías renovables, hidrógeno - fuel cell, híbridos de autogas (GLP), híbridos eléctricos e identificación de componentes en vehículos híbridos. ◀



PINTURAS “ECOLÓGICAS” PARA EL REPINTADO DE AUTOMÓVILES PROPUESTAS “VERDES”

El cumplimiento de las cada vez más exigentes normas medioambientales, la necesidad de que los profesionales trabajen en ambientes limpios e, incluso, una mayor conciencia medio ambiental, ha llevado a las firmas fabricantes de repintado de vehículo a desarrollar pinturas cuya formulación prioriza la ecología. Estos productos suelen ser de gama alta ya que su carácter limpio va asociado a unas altas prestaciones y excelente rendimiento. Veamos cuales son las propuestas de algunos de los proveedores más destacados.

AKZO NOBEL CAR REFINISHES

Todos los productos de sus marcas fabricadas, Sikkens y Lesonal, cumplen con los requerimientos de la legislación europea sobre la emisión de Componentes Orgánicos Volátiles (COV). La gama Sikkens cuenta con una línea de productos base agua que destaca por ser muy respetuosa con el medio ambiente. Dentro de ella encontramos productos como los Autowave, Autoclear WB y Autosurfacar WB. El Autowave es una pintura bicapa base agua que permite disminuir las emisiones de disolventes en más de un 85%. De la obtención de un acabado bicapa brillante se encarga el barniz Autoclear WB el cual, al cumplir totalmente con la legislación COV, asegura una baja emisión de disolventes. Además, es inodoro y permite una aplicación fácil y rápida. Finalmente, el Autosurfacar WB es una imprimación aparejo base agua de un compo-

nente que está recomendada para sistemas de repintado de vehículos porque se puede utilizar en combinación con cualquier acabado. Bajo marca Lesonal, propone el Basecoat WB, una pintura base agua con baja concentración de COV con la que se pueden preparar miles de colores de vehículos ya sean sólidos, metálicos o perlados. La firma fabricante de este producto destaca su excelente cubrición la cual ayuda a ahorrar pintura y el inmejorable acabado que proporciona.

BASF COATINGS

Sus marcas de repintado de vehículos, Glasurit y R-M, ofrecen varios productos medio ambientalmente eficientes. Dentro de la gama Glasurit merecen especial mención la imprimación-aparejo PKW 283-150, la gama de lacas VOC o el aparejo rápido HS 285-100 VOC.

El primero de ellos destaca por su protección contra la corrosión en una mano de pulverización y por un corto tiempo de secado mientras que con las lacas Glasurit fue la primera marca en presentar una laca que cumplía con la directiva de limitación de emisiones de VOC. En cuanto a R-M, su sistema de pintura base agua Onyx HD marca la pauta a nivel ecológico. Compuesto por todos los productos necesarios para realizar todos los procesos de repintado (desde acabados bicapa hasta lacas pasando por imprimaciones) este sistema de alta calidad emite hasta un 80% menos de VOC que los productos que contienen disolvente.

DUPONT IBÉRICA

DuPont Refinish, la división de repintado de esta multinacional propone como producto más ecológico la línea Cromax, un sistema de pintura de reparación de base al agua com-



Pintura base agua Basecoat WB de Lesonal.



Las pinturas Onyx HD de R-M (botes de la derecha) emiten hasta un 80% menos de VOC en comparación con los productos que contienen disolvente.



Línea Cromax de Dupont Refinish.



Sistema Lechsys Hydro de Lechler.

puesto por tintes concentrados que se mezclan con resinas de base al agua. Desarrollado para cumplir con la legislación europea sobre emisiones de disolvente (VOC), todos los productos que conforman la línea Cromax (bases bicapa, barnices, etc.) han dado prioridad a la reducción de residuos por lo que contienen menos disolvente lo que se traduce en menos residuos y menos vapores de disolvente en el aire. Así, las bases bicapa Cromax actuales tienen un contenido de VOC muy bajo, inferior a 420 g/l RFU. De hecho, el promedio de VOC de los 20.000 colores Cromax es de 250 gramos por litro. La firma fabricante destaca que, además de sus propiedades de respeto medioambiental, la gama Cromax aporta un óptimo rendimiento del color, una alta cubrición y una elevada resistencia al descarrillado. Dentro de la gama Cromax sobresale la referencia Centari 5035 de baja emisión el cual ofrece un nivel de cubrición y aspecto final intachable con un bajo consumo de pintura. Así mismo, combina una perfecta igualación del color con la facilidad de aplicación y unos tiempos de secado muy rápidos. Su nivel de emisión VOC es de 390-415 gramos por litro por lo que es un Acabado 2K ideal para colores sólidos.

LECHLER COATINGS IBERICA

La filial española del fabricante italiano de la marca Lechler se presenta al taller de carrocería y pintura con productos muy respetuosos con el medio ambiente como el sistema Lechsys Hydro o la línea Hydrofan. El Lechsys Hydro fue lanzado a principios de año y se trata de un sistema tintométrico compuesto por veinte tintas básicas que permite realizar imprimaciones, aparejos y acabados mono o bicomponentes de diferentes características. Las veinte tintas están formuladas a partir de una elevada concentración de pigmento y libres de metales pesados, esta última característica permite que sean muy respetuosas con el medio ambiente. Así, todos los productos derivados de esta pintura tienen un bajo nivel de emisiones de disolventes por lo que los trabajos realizados con las tintas Lechsys Hydro reducen notablemente las emisiones de Compuestos Orgánicos Volátiles (VOC) a la atmósfera sin tener que modificar el taller sus instalaciones. Por lo que respecta a la línea Hydrofan, es muy conocida en el mercado, se compone de sesenta colores básicos y cumple con las más estrictas normas sobre emisiones VOC.

MADRID PAINTS AUTOMOCION

Desde Getafe (Madrid) pone a disposición de los talleres de carrocería y pintura españoles la gama de repintado de la marca alemana Mipa que ofrece productos de carácter ecológico como el sistema WBC para automoción compuesto por resinas y pigmentos de base agua que reducen los elementos contaminantes a la atmósfera en comparación con otros sistemas similares de base disolvente. Otros productos Mipa que destacan por su limpieza y respeto medio ambiental son los antigrañilla, aparejos y barnices de la línea WBS. Todos ellos, incluida la pintura aportan una buena cubrición y un bajo consumo, características que, según la marca alemana, conllevan una reducción de VOC.



Base bicapa del sistema WBC de Mipa, marca alemana distribuida por Madrid Paints Automoción.



Pintura del sistema Envirobase de la marca PPG.



Gama de barnices Kronox de Roberlo. Destaca entre ellos el Kronox 710.

PPG IBÉRICA

Esta multinacional de la pintura de origen estadounidense tiene un amplio elenco de productos medioambientalmente eficientes a través de sus tres marcas, PPG, Nexa Autocolor y MaxMeyer. Con el sistema de base bicapa al agua Envirobase, la marca PPG ofrece un producto que cumple con la normativa a la vez que es muy fácil de usar, de secado rápido y de fiel igualación del color. En la oferta de Nexa Autocolor podemos encontrar líneas como la Aquabase, Aquabase Plus y P471 2HS Plus que, sobre todo las dos últimas, cumplen sobradamente con la actual normativa de emisiones COV. La P471 2HS Plus, por ejemplo, es totalmente libre de plomo y genera un bajo contenido en VOC inferior a los 420 gr/l. Finalmente, la propuesta de mayor calidad y más ecológica de MaxMeyer es la línea Aquamax Extra, que combina una avanzada tecnología de pinturas bicapa base agua de última generación con una innovadora herramienta de color.

ROBERLO

Aunque no es un fabricante de pinturas, la firma de Riudellots de la Selva (Girona), fabricante sobre todo de masillas, merece especial mención en este reportaje porque en 2007 lanzó la línea de productos EcoPro con la que se puede realizar un proceso completo de reparación y que supone todo un compromiso con el medio ambiente por sus bajos contenidos en VOC. Dentro de esta línea encontramos masillas, barnices, un fondo acrílico, un protector antigraffiti o un sellador a pincel base agua. De entre toda esta gama, sobresalen los barnices 410UHS y Kronox 710. El primero de ellos fue lanzado en 2004 y en su momento fue una revolución por su bajo contenido en VOC mientras que el segundo es una innovadora formulación que presenta un elevado

contenido en sólidos y una gran reducción de disolventes orgánicos. Todos los productos de esta empresa gerundense se comercializan bajo marca Roberlo.

SPIES HECKER

A través del sello Greentec, la marca alemana Spies Hecker identifica sus productos más respetuosos con el medio ambiente, los que cumplen con la Directiva 2004/42/CE que establece la reducción de Componentes Orgánicos Volátiles (VOC). Entre los productos Greentec destaca el sistema Permahyd base agua para acabados bicapa. Éste, proporciona una amplia gama de fórmulas de colores, tanto sólidos como metálicos y perlados, y sus principales virtudes son la facilidad de mezcla y de aplicación además de una óptima opacidad gracias a su elevada capacidad de cubrición. Al tratarse de un producto Greentec, el sistema Permahyd reduce en un 90% el contenido en VOC en comparación con un acabado convencional y sus valores VOC son inferiores a 420 gramos por litro.

STANDOX

La marca de origen alemán propone como línea más ecológica la Standohyd base agua con la que se anticipó a la normativa VOC de reducción de emisiones. Actualmente está trabajando en el desarrollo de nuevas tecnologías como la de productos UV con los que Standox ofrece el sistema completo: la masilla, el aparejo y el barniz que, en combinación con la pintura Standohyd base agua, las emisiones con este sistema son casi cero y los tiempos de secado se sitúan por debajo del minuto en cada producto UV. Por tanto, con los productos UV de Standox se puede realizar

una pequeña reparación aplicando desde masilla hasta barniz en una hora frente a las tres o cuatro horas que se tarda con un sistema convencional. Y lo que más nos interesa, con productos UV las emisiones son prácticamente nulas frente a los 420-540 gramos de disolvente por litro que se utiliza con el sistema convencional. Volviendo al sistema de pintado base agua Standohyd, a partir de sesenta bases de mezcla, se pueden obtener con él 23.000 colores lisos, metalizados o perlados. Así mismo, su facilidad de mezcla proporciona una mayor viscosidad de aplicación y, por ende, un gran poder de cubrición.

Páginas web de interés

www.bernardoecenarro.com
www.de-beer.com/es
www.dupontrefinish.es
www.generalpaint.com
www.gespaint.com
www.glasurit.com
www.ixell.es
www.lechler.it
www.lesonal.es
www.madrid-paints.es
www.maxmeyer.com
www.nexaautocolor.com
www.octoral.com
www.ppg.com
www.rmpaint.com
www.roberlo.com
www.sherwin-williams.com
www.sikkens.es
www.spieshecker.es
www.standox.es



El sistema base agua Permahyd de Spies Hecker cuenta con el sello Greentec de la marca alemana que le identifica como un producto que cumple con la norma VOC.



La propuesta más "ecológica" de Standox es la línea base agua Standohyd.

¿ 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



WBC/OC HS/PUR/PUR HS
420 VOC 420 VOC

25 Calidades de Pintura Base Agua

ProMix Aqua

60 Calidades de Pintura:

Acrílica, Poliuretanos, Sintéticos HS, Acloroacauchos, Epoxy, etc...

ProMix Industry



Automóvil
Vehículos Industriales
Industria



Satinados/Mates
Sprays a la Carta
Sprays para Plásticos
WBS



x-rite
Perfecta Colometría



**por Calidad, Variedad y Precio.*

Una amplia gama de productos



Cementos



Aparejos



Barnices



Sprays



Catalizadores



Aditivos



Disolventes



Desengrasantes



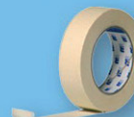
Anexos



Abrasivos



Preparación y Acabado



Enmascarado



Limpieza y Protección



Ropa de Trabajo

mipa[®]

Professional Coating Systems

Madrid Paints
Automoción S.L.

Importador Exclusivo para España de mipa[®]

c/. Río Guadalquivir, 3
Pol. Ind. C.L.A. • 28906 GETAFE (Madrid)
Tel. 91 692 09 47 • Fax 91 691 55 09

ESCUELA TALLER:
c/. Agua, 13 - Pol. Ind. Las Arenas
28320 PINTO (Madrid)

www.madrid-paints.es



VISITAMOS AUTO ROMO, EN ALCOLETGE, LLEIDA

VEINTE AÑOS MARCANDO TENDENCIA

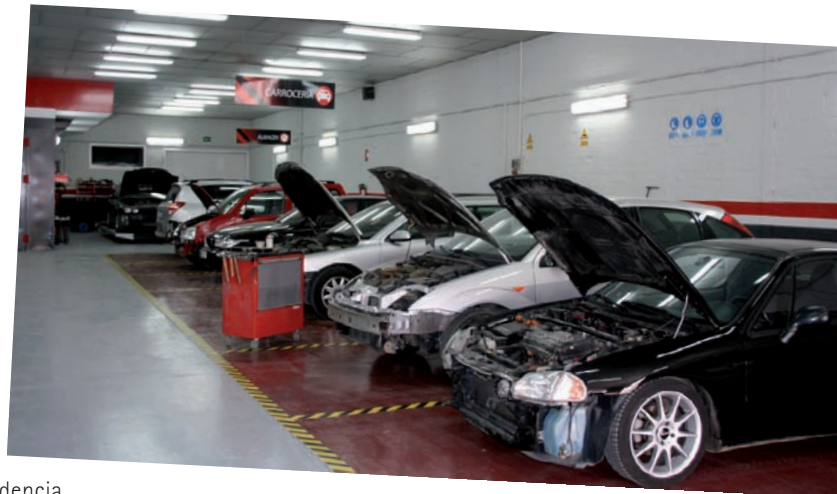
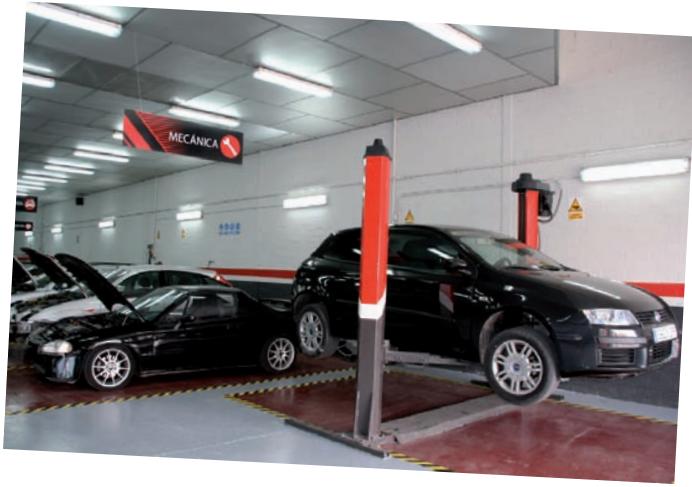
Que sea un taller Certified First es lo de menos. Aunque sea importante. Lo de más es que son dos profesionales que, empezando de cero, han creado una empresa de reparación, especializada en el apartado de carrocería y pintura fundamentalmente, que sirve de modelo a muchas, incluso en su propia red.

¿El secreto?: Entusiasmo a prueba de crisis, Motivación altamente contagiosa, Proyectos que se convierten en realidad uno tras otro, y Trabajo; mucho trabajo, investigando y

probando (porque han pasado por muchas marcas y redes y son colaboradores de muchas aseguradoras). Todos los ingredientes condimentados y aderezados por los dos socios, **Sisco Montero** y **Miquel**

Rodríguez. Dos profesionales con vidas casi "paralelas" (tanto que les han tomado como hermanos), íntegros y de una pieza que (y ese es otro secreto), han sabido siempre trabajar con honradez y armonía, yendo de frente, estando cada uno en su sitio, pero apoyándose sin fisuras, y haciendo piña con su equipo para remar todos en el mismo sentido.





Los inicios

Auto Romo es una empresa que nació en 1989 de la mano de **Miquel Rodríguez** y **Sisco Montero** (de las primeras letras de sus apellidos, el Ro Mo del taller); se conocieron en un concesionario *Ford*, donde estuvieron trabajando juntos unos pocos meses (uno como chapista y el otro como pintor, oficio que llevan desempeñando desde los 16 años, y en él siguen).

Pero querían mejorar, tenían inquietudes y decidieron liarse la manta a la cabeza, lanzándose al ruedo: su primer taller Auto Romo se situaba en Lérida, tras acondicionar 700 m² de una sala de fiestas (*El Recuerdo*, se llamaba) situada en la Avenida del Segre. Un mes después ya habían incorporado dos operarios más, porque su tesón y la calidad de sus trabajos se extendió rápidamente con el "boca oreja". De hecho, nos cuentan, siempre han sido pioneros porque les ha gustado ir un paso más allá, ofrecer aquello que nadie más tiene, sea en *equipos* (fueron los primeros en incorporar la bancada en su zona, cabina montada -no de obra-), en *servicios* (de recogida y entrega, limpieza del vehículo), en *imagen* (ropa laboral, rotulaciones de su negocio y vinculación a la competición -trabajaron muy estrechamente con Emilio Alzamora, pintándole motos y cascos, y desde siempre han apoyado a los pilotos noveles echándoles una mano en el apartado de pintura-); pero destacando también la *entrega personal*: para dar servicio han echado las horas que hiciera falta.

La cuestión era (y es) diferenciarse; en todo.

Y han creado tendencia.

Claro que ha tenido sus frutos: el reconocimiento de proveedores y de los clientes. Nos cuentan que tienen clientes fieles desde el principio (y nos cuentan con orgullo que atienden hasta ¡cuatro generaciones de una familia!), pero que su fama les ha llevado a trabajar con modelos muy exclusivos (vemos algunos *Porsche* esperando su turno para entrar en producción y han pintado más de un *Ferrari*, además de *Jaguar*, *Volvo*, *Alfa*, etc...) y hoy, además de pintar todas las marcas de turismo, también trabajan para *Harley-Davidson*, *BMW*, *Ducati*, *Honda*...cada uno de sus clientes es exclusivo, nos dicen, y así se les trata.

Crisis del 92 y remontada

Tras cuatro años funcionando, se encontraron con el primer bache: la crisis del 92, (con la resaca de la Expo y las Olimpiadas de Barcelona). Lo pasan mal, pero, agarrando el toro por los cuernos se van al director general de Hacienda de Lérida y le dicen que no quieren ser morosos, sino que quieren pagar, aunque sea poco a poco: la consigna es reducir gastos, personal y deciden trasladarse a una nave más pequeña con 400m² (muy bien situada, detrás de la Estación en la calle Roger de Llúria). La negociación resulta positiva, y salen adelante. Tras aguantar el chaparrón, pasados 10 años ya se les ha quedado pequeña; así que buscan un nuevo emplazamiento y dan con él: su actual ubicación. Sisco se queda en la nave nueva y Miquel en la anterior durante un año, en el que intensifican el servicio

para que los clientes lo integren bien; pero al ser poco operativo, deciden trasladarse definitivamente a su actual situación, en la Ctra.C-13 en Alcoletge, cerca de Lleida.

Auto Romo, hoy

Estamos ante un taller de 1000 m², integrado en **Certified First** (pero que fue Cinco Estrellas de DuPont durante diez años); han trabajado con muchas las marcas de pintura (*MaxMeyer*, *Herberts*, *PPG*, *Standex*, y ahora *Sikkens*, *Glasurit* y *Nexa*), con muchísimas aseguradoras, su equipo está al día en formación (certificados por Centro Zaragoza, los cursos de las marcas, los de las aseguradoras -algunas les confían sus proyectos de tecnología solo a ellos en la provincia-, *CESVIMAP*, etc.). Son siete profesionales (entre los que se incluyen los gerentes) y una persona en administración, con una armonía e implicación ejemplares (nos cuentan que profesionales que ya no están en su casa aún se reúnen con ellos y se ayudan mutuamente); están especializados en carrocería y pintura (y la mecánica, mantenimientos, electrónica, neumáticos... y sus instalaciones aparte de tener un aspecto inmejorable (absolutamente integrada la imagen con la de la red hasta el más mínimo detalle, instalado por ellos mismos), contar con recursos para hacer la estancia más agradable (sala de visitas con máquina expendedora, pero calefacción en la nave para hacerla habitable en invierno) están absolutamente orientados al cliente, ofreciéndole lo mejor de lo mejor del mercado en productos,






equipos (dos cabinas, bancada, espectrofotómetro, laboratorio con balanza electrónica), servicios y atención, porque leen, investigan y se informan sobre las últimas tendencias en todos los apartados.

En 20 años no han tenido una sola reclamación. Eso sí, su recambio es de las marcas en un 99%...Ellos dicen que les sale a cuenta y, al escuchar nuestros argumentos abogando por la calidad del recambio multi-marca, asienten cuando piensan en las piezas y productos de ese canal certificadas por **Centro Zaragoza**, pero poco más: en chapa dicen que el beneficio que se gana en el descuento se pierde al ajustar la mano de obra...y además insisten en que las compañías (mencionan **Línea Directa**) fijan por contrato el recambio marquista, aunque también reconocen que ya empiezan a orientarles hacia el recambio alternativo.

Proyectos 2010

Desde hace un año, disponen de una nave adyacente para la que se plantean planes de futur: están valorando colocar una tercera cabina, el equipo de secado **RoboDry**, motos, ampliar más mantenimientos, neumáticos y, por supuesto, electrónica y diagnosis ya que se están interesando por los equipos de diagnosis con software para talleres especializados en chapa y pintura). Actualmente se hallan en proceso de implantación de la foto-peritación y tele-seguimiento del proceso con los clientes mediante las herramientas que dan las TIC. Porque trabajan mucho, bien, y quieren hacerlo saber.

...Y hay cuerda para rato porque, aunque las segundas generaciones que ya van haciendo sus pinitos en el taller en los veranos, tienen otros planes (tienen que estudiar y formarse), un ejemplo así, con la continuidad que las edades de sus gerentes supone y con el apoyo que obtendrían de ambos, es muy tentador...aunque el listón esté muy alto.... ◀

 www.autoromo.com



**SEGUNDA GENERACIÓN DEL CHROMAVISION,
DOS RESINAS Y COLOR BASE AGUA**

Novedades DuPont

Siempre atenta para cubrir las necesidades de los talleres de carrocería y pintura, DuPont Refinish ha lanzado recientemente tres interesantes productos, una versión mejorada del espectrofotómetro Chromavision dos nuevas resinas para el sistema de mezclas Cromax y un color base agua para Nissan.

Desde hace algunos días **DuPont Refinish** comercializa la nueva generación del **espectrofotómetro ChromaVision**, una herramienta de igualación del color. Evolución de la primera generación (que deja de comercializarse), el nuevo espectrofotómetro está a la venta con su software correspondiente.

El nuevo ChromaVision mejora aún más el ajuste del color y, para satisfacer las principales demandas de los pintores, incluye nuevos accesorios como un nuevo puerto USB para una conexión más fácil y rápida entre el espectrofotómetro y el ordenador, un adaptador Bluetooth que permitirá prescindir de cables en las operaciones de igualación del color ganando así en seguridad y calidad de trabajo en el taller, una correa de muñeca para operar de forma más segura y un kit de calibración optimizado. Además de las placas blanca y negra usuales, DuPont Refinish ha incluido una placa verde similar, que sustituye a la placa verde que se utilizaba anteriormente para comprobar que la lámpara del dispositivo funciona correctamente. Las placas blanca y verde se presentan ahora juntas en una práctica caja. Según la firma fabricante, el ChromaVision es sencillo de utilizar. Basta con colocarlo sobre la superficie limpia del vehículo y medir el color en tres puntos diferentes cerca de la zona dañada, según los tres ángulos de medición patentados por DuPont. A continuación, el espectrofotómetro debe conectarse a un ordenador que disponga de un programa de localización del color apropiado como el *ColorQuick Pro* o el *ColorNet Pro* (ambos de DuPont) para visualizar la fórmula de color exacta en la pantalla y en la calidad deseada.

El espectrofotómetro ChromaVision se presenta con una funda con correa para colgar que protege al equipo del polvo y de las salpicaduras de pintura manteniéndolo en perfecto estado y listo para ser utilizado.

Crece la oferta Cromax

Otro lanzamiento reciente de DuPont son las **resinas 1645WB y 1655WB**. La primera es de baja viscosidad para baja humedad y la segunda, de alta viscosidad para baja humedad.

Ambas están pensadas para ser utilizadas con el sistema de mezclas Cromax y, según DuPont Refinish, facilitan la aplicación de la base bicapa en condiciones de baja humedad, que se dan tanto en verano como en invierno. Éstas, sustituyen a las anteriores resinas 1640WB y 1650WB en condiciones de humedad inferiores al 15%. Si la humedad supera dicho 15%, será la fórmula de color la que indique cuál debe ser la proporción óptima de resina estándar y resina de baja humedad. Las reparaciones de parches y paneles o el repintado de todo el vehículo son los principales usos de ambas resinas.

Linda Van Carlster, Directora de Comunicación y Marketing de DuPont Refinish para EMEA ha comentado este lanzamiento: *"Uno de los objetivos de DuPont Refinish es ayudar a los talleres a ser más competitivos en el mercado. Estas dos nuevas resinas para la máquina de mezclas de Cromax® amplían las posibilidades de aplicación de la base bicapa y permiten a los pintores trabajar con el máximo nivel de eficiencia"*. De hecho, desde DuPont aseguran que las nuevas resinas aportan mayor flexibilidad al taller a la hora de realizar cualquier trabajo sean cuales sean las condiciones atmosféricas.

La gama de colores Cromax listos para usar también se ha ampliado con la incorporación de la nueva **base bicapa al agua Nissan KAB Blueish Silver WB-X5078**. Este nuevo color de base bicapa al agua para la posventa contiene un nuevo concentrado de pigmento de aluminio, el *Hydroshine*, que permite a los centros de reparación **Nissan** autorizados igualar a la perfección el último color de base bicapa para el modelo GT-R, el *Blueish Silver*. DuPont Refinish ha elaborado una ficha técnica específica para esta pintura en la que explica la técnica especial de aplicación de la pintura WB-X5078. Esta ficha se puede solicitar a cualquiera de los distribuidores de DuPont Refinish y, en breve, se podrá consultar y descargar desde la web de Dupont Refinish. ◀

www.dupontrefinish.es



La nueva generación del espectrofotómetro ChromaVision de DuPont cuenta con un mayor número de accesorios para mejorar su funcionamiento.



Las nuevas resinas DuPont facilitan la aplicación de la base bicapa en condiciones de baja humedad.

Con la compra del ChromaVision se incluye una funda que protege al equipo del polvo y de posibles salpicaduras de pintura.



DuPont ha lanzado un nuevo color base agua para el repintado del Nissan GT-R, el deportivo de la imagen.

Carrocería

Reparación de una aleta de plástico PPE-PA (Noryl)

Los plásticos ocupan un lugar cada vez más importante en la fabricación de vehículos, empleándose en una gran cantidad de piezas exteriores de la carrocería, como es el caso de las aletas delanteras, paneles de puertas, capós y portones. El Noryl (PPE-PA) constituye un ejemplo de este tipo de materiales, siendo posible su reparación siempre que se utilicen los productos y el método de trabajo adecuados.



Proceso de reparación

- Pieza : Aleta delantera del Renault Clio
- Material base: PPE-PA 6.6 (Noryl)
- Productos empleados en la reparación: Malla metálica y resina epoxi



La soldadura del plástico PPE-PA (poliéter defenileno + poliamida) suele presentar dificultades, por lo que la reparación más recomendable se realizará mediante el empleo de adhesivos. Para garantizar la buena adherencia del adhesivo, se deben eliminar la grasa y suciedad mediante un lavado de la pieza.



Con el soplete de aire caliente regulado a 350^o/4C, se calienta la zona dañada, corrigiendo las deformaciones mediante la aplicación de presión con la ayuda de un útil apropiado.



Si existen grietas o fisuras, se efectuará un taladro al final de éstas para eliminar las tensiones y evitar su prolongación.



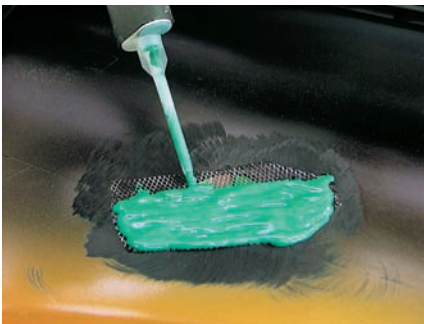
Seguidamente, se realiza un lijado en los bordes de la rotura con un disco abrasivo P50, dejando un ligero rebaje en forma de chaflán por ambas caras de la pieza. A continuación, se limpia la zona con un disolvente volátil que no ataque al plástico, utilizando a tal efecto un papel limpio. Se efectuarán varias pasadas.



Para reforzar la reparación, se inserta una malla metálica, cortando un trozo que se adapte a la geometría y tamaño del daño. Regulando la temperatura del soplete a 400¹/₄C, se calienta toda la zona por la parte interna hasta llevar el material a un estado pastoso. Entonces, con la ayuda de un útil apropiado, se presiona la malla para introducirla en el propio plástico. Deben extremarse las precauciones al realizarse esta operación para evitar deformaciones por la parte opuesta de la pieza.



Para conseguir la máxima adherencia del adhesivo a aplicar, se limpia la zona con disolvente y se activa con la imprimación que suministra el fabricante del adhesivo, aplicando una ligera capa y respetando los tiempos de secado.



Se aplica el adhesivo por la parte interna de la pieza, cubriendo toda la malla metálica y la superficie lijada previamente. La colocación de un film termoplástico sirve para modelar y presionar el adhesivo, adaptándolo a la configuración de la pieza



Por la cara exterior de la pieza se aplica una capa de adhesivo. Se extiende con una espátula para que cubra uniformemente la zona lijada inicialmente.



Una vez seco el adhesivo se procede al acabado final, lijando el material sobrante con disco abrasivo P50 y rematando con lijadora orbital con discos abrasivos P100 ó P180. En este momento, la pieza queda lista para el proceso de pintado.



Una vez pintada la pieza, se procede a su montaje y ajuste final en el vehículo.

HT. Para **nueva** generación diesel

The original **power** in motion



HNBR - GF - PA66 < NO DOBLAR
NON PIEGARE
NE PAS PLIER
NIGHT KNICKEN
DO NOT CRIMP
NO DOBLAR
NON PIEGARE
NE PAS PLIER
NIGHT KNICKEN
DO NOT CRIMP
ISORAN®
DAYCO
ISORAN®
DAYCO
ISORAN®
DAYCO
ISORAN®



www.dayco.com

DAYCO

MARK IV
Automotive

ESPECIAL CONSTRUCTORES

2010





REDES CONSTRUCTOR

La primera columna del tabulado, **Marcas**. La segunda columna, **Concesionarios**, incluye tres separaciones: la primera, **Independientes**, la segunda **Filiales** y la tercera, **Total**; La tercera columna, **Subconcesionarios**; La cuarta columna, **Total Implantación Redes**

ABARTH	5	0	5	0	5
ALFA ROMEO	84	0	84	0	84
ASTON MARTIN	3	0	3	0	3
AUDI	99	9	108	0	108
BENTLEY	3	0	3	0	3
BMW	87	1	88	0	88
CADILLAC-CORVETTE	16	0	16	0	16
CITROEN	177	16	193	731	924
CHEVROLET	114	0	114	19	133
CHRYSLER-JEEP-DODGE	60	0	60	108	168
DACIA	77	7	84	139	223
DAIHATSU	4	0	4	0	4
FERRARI	4	0	4	0	4
FIAT	110	0	110	0	110
FORD	145	0	145	596	741
HONDA	70	0	70	0	70
HUMMER	10	0	10	0	10
HYUNDAI	85	0	85	64	149
ISUZU	55	0	55	0	55
JAGUAR	44	0	44	0	44
KIA	87	1	88	181	269
LADA	35	0	35	0	35
LAMBORGHINI	1	0	1	0	1
LANCIA	52	0	52	0	52
LAND ROVER	63	0	63	0	63
LEXUS	19	0	19	0	19
MASERATI	5	0	5	0	5
MAHINDRA	38	0	38	0	38
MAZDA	52	0	52	0	52
MERCEDES-SMART	83	3	86	119	205
MINI	67	1	68	0	68
MITSUBISHI	59	0	59	0	59
MORGAN	1	1	2	0	2
NISSAN	79	0	79	0	79
OPEL	170	0	170	278	448
PEUGEOT	138	20	158	561	719
PORSCHE	21	3	24	0	24
RENAULT	77	7	84	718	802
ROLLS-ROYCE	2	0	2	0	2
SAAB	55	0	55	0	55
SANTANA	48	0	48	50	98
SEAT	185	0	185	0	185
SKODA	76	2	78	5	83
SSANGYONG	71	0	71	0	71
SUBARU	52	0	52	0	52
SUZUKI	78	1	79	185	264
TATA	61	0	61	0	61
TOYOTA	80	0	80	0	80
VOLKSWAGEN	110	11	121	0	121
VOLVO	51	0	51	0	51
TOTAL	3.163	83	3.246	3.754	7.000

Fuente: FACONAUTO, Dic 09

EMPLEO REDES OFICIALES

a 31-12-2008

Departamento	Nº de empleos RED PRINCIPAL	Nº de empleos RED SECUNDARIA	Nº de empleos TOTAL REDES
Ventas VN	32.737	9.229	41.966
Ventas VO	6.240	3.554	9.794
Servicio	46.795	14.118	60.913
Recambios	15.198	5.707	20.905
Administración	18.573	7.918	26.491
Totales	119.544	40.526	160.070

a 15-12-2009

Departamento	Nº de empleos RED PRINCIPAL	Nº de empleos RED SECUNDARIA	Nº de empleos TOTAL REDES
Ventas VN	30.009	8.460	38.469
Ventas VO	5.956	3.521	9.477
Servicio	44.668	13.476	58.145
Recambios	12.918	5.292	18.210
Administración	18.236	7.558	25.794
Totales	111.788	38.307	150.095

ERES TEMPORALES

a 15-12-2009

Departamento	Nº de empleos RED PRINCIPAL
Ventas VN	3.601
Ventas VO	417
Servicio	2.467
Recambios	1.033
Administración	1.094
Totales	8.612

Fuente: FACONAUTO, Dic 09

CIFRAS CANAL MARQUISTA 2008

- Aprox. **95.000 millones de euros**, más del **9% del PIB** español.
- Más del 50% de la rentabilidad se obtiene de la posventa. Este área de negocio es aproximadamente entre tres y cuatro veces más rentable que la venta de vehículo nuevo.

MATRICULACIONES NOVIEMBRE 2009

Tipo	2009	2008	%08-09
Automóviles de turismo	86.639	63.122	37,3
Vehículos industriales	1.237	1.789	-30,9%
Derivados, Furgonetas y Pick Up	6.192	4.805	28,9%



LA CRISIS MULTIMARCA



Javier Vivas
Vivas Ingenieros
Gerente Grupo APTA

Si he de ser sincero, mi propio título está mal enunciado. ¿Hay diferencia de crisis dentro de la postventa del automóvil? ¿Las piedras financieras que nos arrastran a esta situación discriminan entre marquistas y multimarca? **Yo afirmo que no, los actores financieros de nuestro circo sólo distinguen entre pobres y ricos, entre hipotecados o saneados, entre financiados o con fondos propios.**

Y en este punto quería yo incidir: las crisis no suceden cada ciertos años sino todos los días en la vida de una empresa. **Si tú mantienes una línea de gestión correcta en tu negocio vas a poder superar lo que se avecina o aviene.** Es más, una inversión se hace desde el conocimiento de tu negocio, de tu sector y con una perspectiva a futuro que nunca se puede olvidar. No soporto cuando un gerente de negocio hace la afirmación: "es una pena que hayamos hecho la ampliación (inversión) en el peor momento". No amigo, no, las inversiones se hacen en el momento correctamente analizado y óptimo para la situación concreta de un negocio, en la que implica la visión a futuro, el cambio progresivo de planteamientos que evolucionan con el mercado y un montón de etcéteras que hacen de la gestión del negocio una Correcta Gestión.

Volviendo al enunciado del artículo, estamos acostumbrados que las gestiones suelen ser más correctas en cuanto más empaque tiene el negocio, más personas piensan en el presente y futuro del mismo y con ello más aciertan en las correctas gestiones del taller. Tenemos magníficos y espectaculares directivos de postventa multimarca pero se apuesta más por el potencial directivo en los talleres marquistas (incluyo en marquistas a las redes de talleres multimarca), máxime cuando la marca está constantemente encima de sus redes de talleres. Pero llegados a este planteamiento **hay que sacar lo mejor de cada subsector, y del multimarca tenemos que puntualizar la agilidad que tienen en sus movimientos de tímón, en sus enfoques rápidos y aciertos a la hora de mejorar su gestión,** de ahí que todos tenemos en mente importantes empresas del sector multimarca que comparten actuaciones y análisis de sus talleres dignas de cualquier departamento de postventa en la marca que se nos ocurra.

Analizando los puntos de mejora que se hacen necesarios en este momento, muchos de los cuales ya desarrollados en un taller (me niego a catalogarlo de marquista o multimarca por no asumir marchamos de calidad por el hecho de apellidarlos) correctamente gestionado desde siempre, se hace necesario incidir sobre la **recepción activa.** Como su nombre indica es activa, pero es activa para nosotros; en un coche correctamente recepcionado tenemos que pasar desde escuchar lo que quiere resolver el cliente, hasta lo que queremos resolver nosotros que es nuestra facturación por paso de taller, ratio muy valorado cuando se hace un análisis de un periodo no menor de 6 meses y se ven las evoluciones al alza o a la baja del mismo, actuando en la recepción. Podemos decir que un recepcionista cobra por vender taller, pero no siempre es así y en ocasiones conviene incentivos económicos o materiales, incluso haciendo concursos entre recepciones del mismo grupo dentro de lo cual os aseguro que los resultados aparecen, es triste pero humano.

Dentro de los puntos de mejora siempre nos aparece la consabida **gestión del personal.** Muchos clientes nuestros, y asociados, entienden la gestión del personal como una labor tediosa y desagradecida, pero hay que verlo desde otro punto de vista. Desde el momento en que una factura de postventa solo tiene recambios y mano de obra, y la gestión del recambio por compleja que sea solo es un sumar, contar y cobrar (cuidado con el mundo de los abonos y obsoletos), el arte de la gestión del taller está en rentabilizar la mano de obra, el hacer de la diferencia coste-venta un negocio que de beneficios, al margen de otros márgenes a obtener de una reparación. Por ejemplo, ¿qué necesidad hay de tener fichadores de presencia?, cuando lo que no se factura no se cobra y el mejor fichador de que el operario está en el taller es el fichador de productividad sobre el vehículo, por lo que a las 8.30 no es la hora de entrar sino la hora de trabajar, sutil diferencia pero muy rentable para el propietario del negocio. Rápidamente podemos hablar de que esos 5 minutos de "cambiado me pongo en el coche" pueden suponer alrededor de 2000 euros de facturación anual, en muchas ocasiones el coste empresa mensual de un operario medio. Además los ratios facturación contra presencia o contra invertido hacen de la gestión del personal un arte matemático que en su ausencia todo parecen fantasmas.

Por lo mismo, estamos hartos de ver **programas informáticos** que toman la gestión del taller como una calculadora de "tantas horas dispongo, tantas horas puedo facturar", cuando la gestión correcta de los flujos de trabajo tienen que tener en cuenta la gestión del taller por incidencias y no por horas (que son además). Los talleres de carrocería piden este tipo de gestión informatizada de las incidencias del taller, del que hay muy poca oferta en el sector y desde nuestro despacho hemos dado luz a esta necesidad. De qué me vale decir a un fichador que tengo 8 horas de trabajo al día con 8 horas de reparación de un vehículo que cubro el día, cuando realmente a los 30min. voy a detener la reparación por el acopio de materiales que en ocasiones no se puede prever y más en servicios rápidos sin fecha previa. Esta situación ampliada a los 20 vehículos que un taller medio gestiona diariamente hace del control de la incidencia además del horario una necesidad antes y durante la crisis.

De la **gestión del recambio** en tiempos de crisis se ha hablado mucho, pero creo que por desgracia no es tiempo de servicios añadidos por parte de los distribuidores (que muy gratos y necesarios son y así los considero), ya que cuando hay hambre es para comer hoy. Está claro que si no preparas el futuro puedes pasarlo mal, pero la necesidad de margen es ahora que tengo tensiones en mi tesorería y que el banco me lo recuerda cada final de mes. Este ajuste de márgenes por parte de los distribuidores se refleja en un IPC sectorial que publica el Instituto Nacional de Estadística, que sigue por debajo del IPC de la postventa del automóvil, o sea, **los recambios suben menos los precios que el resto de baluartes de nuestro sector, por lo que debemos vigilar que la contención de precios no haga que se contengan también nuestros márgenes del recambio y busquemos la negociación y mejora ampliación de márgenes como un objetivo del taller.**

También hay que destacar la aparición progresiva y cada vez más ruidosa de recambistas de material de ocasión (mal llamado de desguace) a través de los cuales las reparaciones principalmente de mecánica se pueden hacer por mucho menos dinero. Pero cuidado, **aunque ecológicamente el reciclaje y reutilización de materiales está bien visto y va a favor del medio ambiente, no puede ir en detrimento de la seguridad en nuestras carreteras ni en contra de todas aquellos talleres que trabajan legalmente, frente a los clientes habituales de los desguaces que trabajan "en negro" y sin las licencias reglamentarias propias de nuestra actividad.** Considero que la rebaja de precios en tiempos de crisis no debe ser gracias a la aparición continua de un mercado negro de



piezas de ocasión sin el control de si se venden a empresas legales o a particulares para que se lo monten en medio de una calle o en un taller sin los mínimos requisitos legales que debemos exigir, pues las administraciones están haciendo bien poco en este sentido.

Una opción que siempre eché de menos en muchos software de gestión de talleres es el **control de los mantenimientos de los clientes**. A día de hoy esta casi superada esta opción por la cual en función de su última revisión o en marquistas, de la fecha de venta, informáticamente se comunica a la recepción los mantenimientos que podemos prever para próximas semanas; o indica que se debe realizar el seguimiento del cliente por cuanto la revisión puede estar al caer, y recordar esta situación al cliente. Hay determinados programas que mejorando esta labor tienen un **control de calendario de las revisiones de ITV** que le tocan al vehículo, lo cual hace del recordatorio a nuestro cliente una posibilidad de facturación en estos tiempos de crisis y bajada de ventas por lo que toda ayuda es poca. No cabe duda que cuanto más información útil se nos facilite más posibilidades de superar este bache tendremos pero sin olvidar que la primera actitud debe de ser la positiva para aprovechar estas oportunidades que, o se te ofrecen o las buscas, pero lo peor a esquivar es la "parálisis por análisis".

Por último quiero recordar que en tiempos de bonanza económica se mejoraban los servicios de taller o se ampliaban los vehículos de sustitución o cortesía, lavados extras del vehículo, recogida y entregas del vehículo gratuitas a domicilio, etc. En mi foro interno quiero convencerme que cuanto peor esta tu sector, más tienes que resaltar para sobresalir y ser el punto de referencia donde se fija el cliente, pero quiero recordar un asociado que me pedía consejo diciéndome: "no puedo pagar estos costes". La frase tiene mucho trasfondo pues lo fácil es ser pragmático y convencerse de que para triunfar hay que salirse de la media, pero si este esfuerzo no hace que aumenten las ventas porque el principal escollo es que el cliente no tienen dinero para pagar su reparación que no va a hacer, no necesitara el taller tantos vehículos de cortesía y no llevará a nadie a domicilio pues no se pueden dejar el vehículo. Resumiendo, **estos servicios extras son muy importantes pero siempre que la caja nos lo permita pues en estas épocas huídas hacia delante o saltos sin red son excesivamente peligrosas**, como recordábamos al principio de este artículo.

A día de hoy se ve que la crisis en el taller multimarca es más fácil de superar que el taller marquista y gestionando como hemos comentado el multimarquismo tiene un futuro mas soleado. **Cuando un servicio es bueno pero caro, necesita de muchos clientes que paguen este plus, y ahora no es el momento de buscar solo este perfil de clientes, sino todos por igual, de ahí que el control de gasto es básico cuando no puedes hacer variar la venta por la coyuntura**. El multimarquismo tiene que aprender a gestionar profesionalmente como los marquistas están acostumbrados históricamente, pero no solo ahora. Si este empujón hace que se asienten las estructuras de gestión necesarias, no hay mal que por bien no venga.

EN ESTOS TIEMPOS EL QUE NO CORRE, VUELA. POR ESO AHORA, Y POR EL MISMO PRECIO, NACEX LLEGA UNA HORA ANTES.



Hoy en día, nada es tan importante como innovar y ser eficaz. Por eso, NACEX renueva su compromiso con sus clientes y pone en marcha EXPRES 12H. Un nuevo servicio que mejora su antecesor, EXPRES 13H, adelantando en una hora la entrega de sus envíos y manteniendo el precio de siempre. Porque en NACEX creemos que la eficacia se demuestra innovando.



NACEX
Servicio Expres

www.nacex.com  **900 100 000**



“La posventa es clave p viabilidad del concesi

Se puede decir más alto, pero no más claro: los concesionarios están, hoy más que nunca, volcados en la posventa; la crisis de ventas ha supuesto un importante descalabro en las cuentas de explotación de las empresas, siendo los ingresos del taller y venta de recambios un modo de mantenerse a flote.

Una vez anunciada la prórroga del Plan 2000E, ¿qué efectos inmediatos podemos esperar en los concesionarios?

La prórroga del **Plan 2000E** hasta final de año, así como su renovación de cara a 2010, es una buena noticia para los concesionarios. Su no renovación hubiera sido una catástrofe. Por suerte, de aquí a final de año esperamos seguir con subidas en las ventas.

El 2010 ya es otra cosa, ya que, si finalmente se aprueba la subida del IVA en dos puntos para julio, puede ocurrir que la primera mitad del año se amontonen las operaciones, y que la segunda sea un páramo. Por otro lado, estamos a la espera de que se concrete el

presupuesto del 2000E en 2010. La primera propuesta de 100 millones de euros nos parece escasa, pero esperamos que antes de que termine el trámite de los *Presupuestos Generales del Estado* esa cifra suba para que pueda responder de un modo más realista a la situación que vive todavía el sector.

El pasado año mencionaba como crítica la situación de los concesionarios y sus equipos humanos, debido a la caída de ventas. ¿Cuál es la situación en la actualidad?

La caída de las ventas nos ha obligado, irremediablemente, a recortar empleos en los concesionarios. El año pasado, **la reducción de empleos fue de 20.000 y este de 10.000**. La puesta en marcha del Plan 2000E en mayo ha parado esta “sangría” que tanto daño nos hace, ya que perder personal cualificado, que además lleva

“Se calcula que más del 50% de la rentabilidad se obtiene de la posventa. Por ello, su volumen sobre la cifra de negocio es clave para asegurar la viabilidad del concesionario. Esta área de negocio es aproximadamente entre tres y cuatro veces más rentable que la venta de vehículo nuevo.”

con nosotros mucho tiempo, es un auténtico drama.

¿Qué cifras, dentro de los resultados globales de los concesionarios, son la aportación de la posventa?

Se calcula que **más del 50% de la rentabilidad se obtiene de la posventa**.

Por ello, su volumen sobre la cifra de negocio es clave para asegurar la viabilidad del concesionario.

Esta área de negocio es aproximadamente entre tres y cuatro veces más rentable que la venta de vehículo nuevo (VN), por ejemplo.

¿Podríamos decir que han sido la “tabla de salvación” de muchos concesionarios?

También se ha notado un descenso en la actividad de la posventa, vinculado a la crisis, sin embargo,

Para la "competencia"

en algunos casos, **esta área de negocio ha sido la salvación para muchos negocios que ha sufrido con fuerza la caída de las ventas. ¿Se está "intensificando" la presión sobre el sector del taller multimarca independiente, para conseguir incrementar la cartera de clientes de ese canal a partir del recambio marquista o las segundas marcas del constructor para la posventa?**

La caída en la actividad está obligando a los diferentes actores a replantearse, por ejemplo, sus precios. No sólo pasa en este sector; está pasando en casi todos. Pensemos un momento en las piezas de recambio. **En general, tanto las piezas de rotación como las cautivas están viendo caer sus precios animadas, además, por el aumento de competencia. Este hecho está permitiendo que los concesionarios ofrezcan precios en niveles más atractivos, pudiendo hacer frente a su competencia directa, ya no solo en calidad sino también la "cantidad".**

"En general, tanto las piezas de rotación como las cautivas están viendo caer sus precios animadas, además, por el aumento de competencia. Este hecho está permitiendo que los concesionarios ofrezcan precios en niveles más atractivos, pudiendo hacer frente a su competencia directa, ya no solo en calidad sino también la "cantidad"."

Para hacer frente a esta competencia, los talleres de las redes de concesionarios han tenido que abordar otras iniciativas. Pienso sobre todo en el llamado "forfait", es decir, dar un precio cerrado al cliente que incluya la pieza y la mano de obra. **El año próximo debe fijarse el marco legal del Reglamento Europeo (Block Exemption); si bien la CE aboga por la supresión, el Parlamento no es de la misma opinión. Pensando en la posventa, y en su opinión, ¿cuál sería y por qué la situación más beneficiosa para los concesionarios y su trabajo en ese apartado?**

Parece que va a continuar el Reglamento actual, es decir, una regulación específica del sector a través de un reglamento de exención propio, que permi-




tirá la subcontratación de los servicios de reparación, el libre acceso a la información técnica y a la adquisición de piezas de recambios a través de terceros y prohibiría, entre otras, la imposición de obligaciones de no competencia, así como las restricciones a la venta de hasta tres marcas en la misma exposición, a la apertura de puntos adicionales de venta y al traspaso del negocio a otro miembro de la red, que estarían permitidos, junto con el derecho del distribuidor al arbitraje y el respeto a los períodos de preaviso mínimos, entre otras prerrogativas.

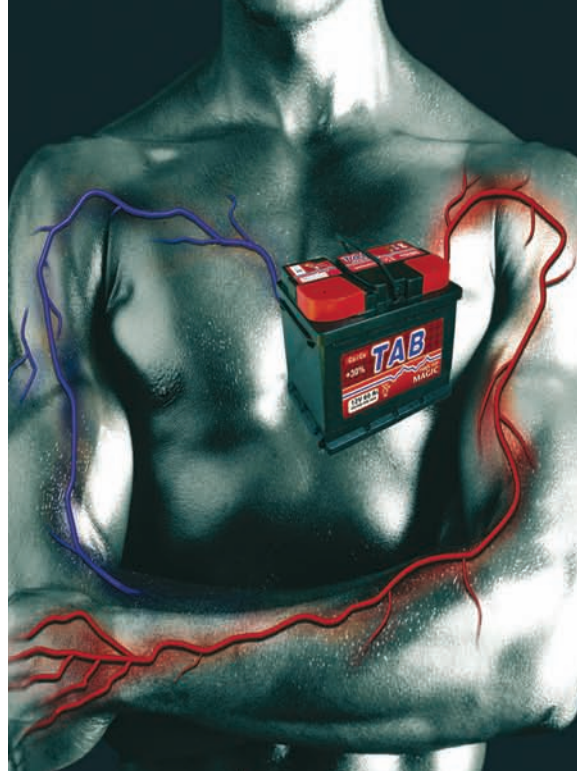
En este orden de cosas, sería muy importante que en España hubiera una **Ley de Contratos de Distribución Comercial** capaz de re-

gular las relaciones entre los fabricantes y los distribuidores. Sin esta Ley, por la que FACONAUTO lleva luchando años, no podremos aspirar a tener una distribución de automóviles enfocada a los clientes, con garantías jurídicas, abierta, competitiva y sin restricciones.

¿Cuáles serían las líneas de trabajo más significativas de los concesionarios y su apartado posventa a corto y medio plazo?

El taller será una de las claves para la supervivencia, gracias a su potencial de mejora y adecuadas perspectivas de futuro frente a las otras unidades de negocio, además del efecto sobre el área de recambios. **Es fundamental la focalización en esta unidad de negocio.** 

www.faconauto.com



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



En contra de lo que se cree, el Presidente de la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos (GANVAM) considera que el menor volumen de ventas de automóviles no ha beneficiado a los talleres ni ha potenciado las operaciones de posventa ya que los consumidores han optado por ahorrar. Estas y otras cuestiones nos comentó recientemente José Antonio Sánchez Torres

“La crisis ha afectado negativamente a los talleres”



Siempre claro y con una brillante oratoria, **José Antonio Sánchez Torres**, Presidente de **GANVAM**, la **Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos**, comentó con *Mundo Recambio y Taller* algunas de los temas más candentes de la posventa y que afectan tanto al canal marquista como al independiente.

Los planes de ayuda, vitales

Sobre cómo afecta a la posventa la situación actual del sector del automóvil, marcada por un descenso de las ventas de vehículo nuevo, y los planes de ayuda de las administraciones, Sánchez Torres lo tiene claro: “La renovación del Plan 2000E y de las ayudas económicas son imprescindibles y en GANVAM lo consideramos así por tres razones: en primer lugar, el Plan 2000E ha sido un éxito, tras 16 meses de ayudas, el mercado se ha recuperado. Segunda razón, el ECOFIN, grupo de ministros de economía de la Unión Europea ha solicitado a los gobiernos que no cancelen de golpe estos planes por el daño que podría suponer y, por último, estos planes no cuestan dinero al gobierno. El propio ministro Miguel Sebastián admitió en el Congreso que de los 100 millones que la administración está aportando a través del Plan 2000E, se van a recuperar 90

en concepto de impuestos ingresados por las matriculaciones de los nuevos vehículos. Desde GANVAM incluso pensamos que se quedó corto, que la administración incluso va a tener unos beneficios del orden de 25 millones de euros por este concepto según nuestras estimaciones. Por lo tanto es básico que se haya prorrogado el Plan 2000E y también se renueven las ayudas de las comunidades autónomas”.

Respecto a la posventa, apunta: “Para la posventa también son importantes las ayudas. Pensábamos que la gente que iba a renunciar a adquirir un coche nuevo iba a acudir más a los talleres de reparación de automóviles pero la realidad nos está demostrando que eso no es así, al menos no como se esperaba. ¿Qué ha sucedido? Que el ciudadano español medio ha reducido su nivel de gasto notablemente y un dato que constata este comportamiento es que se ha incrementado en un 17% el ahorro medio del ciudadano medio español. Esto se traduce en que el conductor no acude al taller para no gastar, quiere reservar dinero ante la incertidumbre económica. A partir de aquí, solo acude al taller cuando algo falla, a cambiar los frenos, frente a una avería que le impide mover el vehículo, etc. Y si no, va tirando con su vehículo que ya no es nuevo. En definitiva, la crisis está afectando mucho y muy negativamente a nuestros talleres y esta situación la deberíamos corregir de alguna manera”.

Medidas correctoras

Ante las declaraciones de Sánchez Torres, la pregunta surge sola, ¿qué ideas o medidas propone para corregir esta situación de los talleres y, por extensión, de la posventa y del sector de la automoción? El Presidente de GANVAM apuntó algunas: "Se debería modificar la política fiscal rebajando los impuestos porque las cargas fiscales que soportan nuestras empresas son excesivas. Por otra parte, también se debería aligerar la excesiva tramitación administrativa y burocrática, facilitar la salida de los talleres de aquellos vehículos cuyos propietarios los han dejado allí semi abandonados, etc. se podrían llevar a cabo muchas acciones, muchas de ellas incluso puntuales, que ayudarían a mejorar la situación de los vendedores de automóviles y de los talleres de reparación".

Sobre las perspectivas a corto plazo para la posventa, condicionadas por la modificación el año que viene del marco legal de automoción (renovación o no del Reglamento 1400/2002), Sánchez Torres describe cuál es la situación actual: "Existen ciertas discrepancias entre lo que quiere la Comisión Europea y lo que manifiesta el Parlamento. En principio, la Comisión quiere separar la venta de la posventa, impulsar que la venta esté tres años más bajo el paraguas del Reglamento 1400/2002 y enmarcar la actividad de posventa en el reglamento de distribución general. Parece ser que esto no ha sido admitido por el Parlamento por lo que ahora nos encontramos en un inpass y no sabemos qué es lo que va a suceder. En cualquier caso, desde GANVAM estaremos muy atentos. Pertenecemos a CECRA (Consejo Europeo de Comercio y Reparación de Automóviles, la GANVAM de ámbito europeo), estaremos pendientes de cómo concluye el nuevo marco legal a partir de 2010 e informaremos puntualmente a nuestros asociados".

Por último, José Antonio Sánchez Torres subraya una cuestión que le preocupa profundamente, la relación entre las compañías aseguradoras y los talleres: "Estamos estudiando qué medidas se pueden tomar. El problema es difícil de resolver pero nuestros talleres necesitan una ayuda muy especial en este aspecto, ¿por qué? el taller, a título individual, necesita del trabajo que le genera la compañía aseguradora para desarrollar su actividad. Sin embargo, es precisamente esta dependencia la que le impide poder expresarle a la aseguradora todas las prácticas y aspectos en los que no está de acuerdo con ella. Desde el Foro del Sector de la Reparación de la Automoción, integrado por las cuatro principales asociaciones de talleres, GANVAM, CETRAA, CONEPA y FACONAUTO, estamos luchando todos en el mismo sentido y creo que pronto podremos anunciar qué tipo de medidas vamos a adoptar en defensa de los intereses del taller". Y añade: "Creo que los talleres están subordinados a una situación económica que afecta a los fabricantes y también a los vendedores. El taller la está sufriendo cada vez dolorosamente esta crisis... y en silencio".

Ante estas últimas declaraciones, estaremos atentos a las medidas que pueda anunciar el Foro en defensa de los talleres de reparación de automóviles. 📍

www.ganvam.es



La Jornada "Motor y Prensa"

GANVAM organizó en Madrid el pasado 10 de diciembre la Jornada "Motor y Prensa". Planteada como un almuerzo con la prensa del motor, en esta ya trigésimo primera edición José Antonio Sánchez Torres se dirigió a los asistentes para hacer balance de lo acontecido en este difícil 2009 y reflexionar sobre las perspectivas del próximo ejercicio que estamos a punto de iniciar. En su discurso, confirmó que las ventas de turismos cerrarán el año 2009 con una bajada del 19% quedándose entre las 900.000 y las 940.000 unidades vendidas. No obstante, subrayó Sánchez Torres, este descenso podría haber sido más acusado de no ser por las ayudas directas, que han permitido rebajar en seis puntos porcentuales la previsión inicial. Al respecto, el colectivo de vendedores estima que la demanda se estabilizará en torno a las 1,3 millones de unidades vendidas en los próximos años. El Presidente de GANVAM valoró el 2009 como un "Annus Horribilis" porque en la economía en su conjunto han desaparecido 300.000 pymes y la recesión se ha cebado en el sector de la automoción: han desaparecido más de 30.000 puestos de trabajo solo en la red de distribución de automóviles. En cuanto a las perspectivas para 2010, auguró un mercado todavía "renqueante" en el que los turismos conseguirán recuperarse aunque otros segmentos como los vehículos industriales, las motocicletas, ciclomotores o tractores agrícolas continuarán su "travesía del desierto" y sin que nadie se haga eco de ello. También hubo peticiones a varias ramas de actividad del sector. Al Ministerio de Industria y a su titular, Miguel Sebastián, le emplazó a intervenir para resolver el problema de la financiación de stocks que arrastran las pymes del sector así como a sacar adelante una Ley de Distribución Comercial que regule "equilibradamente" los derechos y deberes de fabricantes y distribuidores de modo que se implante un tablero de juego claro para ambas partes y evitando

sentencias contradictorias. A los fabricantes e importadores de automóviles, les pidió que "cuiden" a sus concesionarios como clientes suyos que son para resolver problemas graves como la cancelación anticipada de contratos de concesión; la carga de la financiación del stock, que supone la compra por anticipado de los vehículos; la implantación de estándares "desmesurados", objetivos "fuera de toda razón" o una retribución mixta (fija y variable) "injusta" e "inalcanzable".

Sobre el Plan de ayudas 2000E, Sánchez Torres agradeció al Ministerio de Industria su puesta en marcha aunque matizó que la implementación llegó tarde y con "algunas limitaciones" como el corto tiempo de la subvención o la complejidad de su aplicación, en referencia a la falta de coordinación con las comunidades autónomas o los problemas burocráticos por el recibo de las ayudas adelantadas por los concesionarios. Así mismo, aprovechó el encuentro con la prensa para solicitar que se despejen cuanto antes las "incógnitas" que se ciernen sobre el nuevo plan de ayudas que se pondrá en marcha a partir del próximo año con el fin de evitar las "prisas" y "angustias" que han padecido los agentes de ventas en estos últimos meses.





Su experiencia en el sector posventa fue fundamental para que el Grupo Fiat decidiera incorporar a sus filas, desde una de sus compañías del sector multimarca, a este joven y dinámico directivo que deberá impulsar la presencia en este mercado de las marcas del constructor.



El entusiasmo tranquilo

Al minuto de saludarle, bromeamos con él: **Alex Fabbroni** se nos ha pasado al "lado oscuro", después de haber sido "Caballero Jedi". ¡Cuidado!, le advertimos, ¡Anakin Skywalker acabó muy mal!... Se ríe con ganas. Y así da gusto. Teníamos pendiente este encuentro, tras su incorporación al equipo directivo de la posventa del **Grupo Fiat** proveniente de *Magneti Marelli Aftermarket Ibérica*, la compañía de componentes especialista en el mercado multimarca, propiedad del Grupo Fiat; queríamos que nos contara cuáles son sus planes, cómo va a enfocar su labor y dónde aplicará su bagaje profesional en el sector multimarca. Y esto fue lo que nos explicó.

¿Cuáles serán sus responsabilidades en la posventa del Grupo Fiat y a quién las reporta?

Formalmente, desde noviembre entré en Fiat con la responsabilidad de director comercial, sustituyendo a Jaime Pérez Caballero, que pasa a ser director del área de posventa en sustitución de Julia Escibano. Reportamos directamente al consejero delegado de España, Carlos Gómez, pero transversalmente a nivel funcional y no jerárquico, a la estructura de Aftermarket de Fiat en Italia, a Pierre Fleck. Es verdad que estamos en un periodo de muchos cambios que no han terminado, pero hoy por hoy, me ocupo de la responsabilidad comercial de la venta de recambio a los concesionarios y los agentes.

La estructura del departamento es parecida a la de la posventa multimarca: tenemos nueve áreas manager locales, un departamento de marketing de producto muy bien estructurado con cinco personas, dos más en el equipo de marketing externo (promociones de recambio, retención de cliente, etc.), dos personas en administración y gestión de ventas y una logística en outsourcing con Siva. Somos unos 25, independientes de la venta de vehículos.

Tenemos la responsabilidad de los vehículos hasta 3,5 toneladas, de las tres marcas: Fiat, Alfa, Lancia, más las piezas deportivas de Abarth que están siendo un éxito.

¿Qué ha sido lo que más le ha sorprendido tras su reentré en el universo del Constructor?

Pues la logística. El operador es el mismo que teníamos en Marelli, pero en Fiat lo han desarrollado de una forma muy sofisticada: nos movemos en unos parámetros altísimos de servicio, y (por citar un ejemplo) un 95% no es un buen resultado.

Debo decir que, ante el tradicional lugar común que el altísimo nivel de servicio de la logística de la posventa multimarca (que además he visto y he vivido, que Marelli son proveedores de Fiat), me he encontrado con una realidad mejor. Es verdad que hay operadores como *Impormóvil* o *Lausan*



(por dar nombres) que tienen una buena logística, pero es que el nivel de Fiat me ha sorprendido de verdad. Se hacen cosas muy atrevidas, porque la marca ha realizado una clara apuesta por esto, y existen gran cantidad de herramientas de gestión en la marca para comprobar que todo funciona bien en este aspecto. Además, los mismos clientes (que son críticos cuando consideran que algo no les gusta) coinciden en destacar este aspecto como uno de los mejores.

¿Cambia mucho la perspectiva desde el otro lado de la barrera, de ser el proveedor de posventa multimarca hacia la marca, a ser el cliente marquista de proveedor multimarca?

Sí, claro; son las mismas empresas pero la tipología de trabajo es distinta. Es verdad que ahora mis responsabilidades están más acotadas que en Marelli, pero a mí siempre me ha interesado la logística, los aspectos financieros y sigo atento estos temas en Fiat. Además, mi incorporación coincide con una nueva política en el departamento de marketing, con la llegada, hace un año aproximadamente, de Paulo Rodríguez, un directivo portugués que venía de Bosch. O sea que, de alguna manera, con ambas incorporaciones desde el canal multimarca, se pretende que se hagan las cosas desde otro punto de vista. Y se nota cuando trabajo con Paulo: nuestra visión es por línea de producto, por ejemplo, no por pedido global; los dos estamos más interesado en el *sell out* más que el *sell in*.

Y estas incorporaciones, ¿forman parte de una estrategia proactiva o reactiva?

Creo que es una reacción; quizá en Brasil, donde la cuota de Fiat es distinta sea de otra forma, pero aquí, la actual situación contextual hace que los *modus operandi* tradicionalmente empleados ya no sean válidos; el mundo ha cambiado y hay que cambiar. Hubiera sido proactivo si se hubiera hecho hace tres años...

¿Cómo están los concesionarios con los tiempos que corren? ¿asustados?

Sí; ahora están muy pendientes de lo que decimos, porque necesitan poder confiar; lo primero que estoy haciendo a nivel oficial es tranquilizarles, lanzar el mensaje de que si bien el entorno es complicado, no hay que bloquearse ni caer en el dramatismo; tampoco resignarse, sino estar más motivados que antes y tener confianza, ser positivos. Estamos aquí para ayudarles a vender bien, de la forma

más rentable posible, y queremos focalizarles sobre los valores añadidos que tenemos, con la buena logística de la que disponemos; es verdad que existen problemas contingentes: la financiación, los pagos... y esa es una cuestión empresarial en la que no podemos hacer nada, pero en otros aspectos sí podemos. Y lo estamos haciendo.

¿Se han perdido concesionarios?

Algunos, pero por un proceso de selección natural de las empresas: hay algunas que están sufriendo y hemos tenido bajas, como otras marcas; pero, por nuestra parte no hay una voluntad de ampliar o reducir. Si acaso de ayudarles al máximo.

Tenemos unos 150 concesionarios, los centros propios en Valencia, Sevilla y Barcelona (Italian Motor Village) y los 150 agentes.

Los concesionarios ¿cómo ven actualmente la posventa?

Estamos en un momento en el que no hay venta, se amplía el renting, por tanto, la posventa somos "los buenos". En este momento, la perciben como su oportunidad. Antes era una parte del negocio, una más, pero ahora es "La" parte, la que da rentabilidad. En las reuniones que estoy manteniendo con ellos (oficialmente llevo un mes, pero empecé hace algunos más) no se habla apenas de facturación, de objetivos, de las clásicas conversaciones comerciales, sino que hemos hecho un análisis totalmente diferente: líneas de producto, análisis de la competencia externa, etc. Es el perfil que estoy dando: tenemos que ser competitivos y la competencia se define en términos de servicio, no son otras marcas (eso es a la hora de comprar el vehículo); y en posventa, o en la venta de recambio, los competidores son Bosch, Valeo, Marelli, etc. Es el recambio independiente y su logística. Y eso ha costado de entender. Pero lo están comprendiendo: el índice de venta externa/interna era un 30/70%; hoy en día tiene que ser al revés, y da menos margen y da problemas, pero es la manera. No se puede depender del taller. Y la mayoría son empresarios de buen perfil y lo van entendiendo.

Hay constructores que están orientándose a los vehículos que, por edad (el segmento 2), están a punto abandonar la posventa marquista, ¿es su caso?

Sí. Hemos hecho una serie de estudios con Pricewaterhouse para ampliar la retención de vehículos de más de tres años, para establecer una serie de parámetros y ayudas para financiar la repa-

ración fuera de garantía... tenemos una serie de proyectos innovadores para retener el Segmento 2; el cliente no es el de año y medio, pide presupuestos, se informa, sabe que las empresas de posventa están en dificultad y pide más; así que tenemos que ser nosotros los proactivos, adelantarnos y fidelizarlo dándole contenidos; no es fácil cambiar esa forma de trabajar, pero por eso, si se consigue, es mucho más satisfactoria. Como conocemos el *sell out* de nuestro cliente, es una gran herramienta para poder establecer estrategias por producto, por ejemplo.

¿Qué es lo que más está echando de menos de la posventa multimarca independiente, a la hora de desempeñar su actual responsabilidad?

Echo de menos el dinamismo del multimarquisimo, que se pueden romper con más facilidad los esquemas con los clientes. Ahora los clientes son los concesionarios y te quedas con las ganas de hacer más cosas, es algo más lento.

Debo decir que, a pesar de que echo de menos a mis amigos de Marelli, el team de Fiat es muy bueno, con un sustrato profesional altísimo (con lo que el 80% de las cosas no hay ni que hablarlas), muy joven, con muchas ideas. Nos hemos reunido la directiva un par de días en Segovia para trazar estrategias para el próximo año y el resultado ha sido estupendo: se están cambiando las dinámicas, se están interrelacionando los departamentos (que antes se hacía poco), etc.

Hablando de interrelaciones, en su anterior responsabilidad se trabajó mucho el apartado de intervención, de taller, ¿considera viable una integración de los desarrollos posventa de Fiat con las que se implementaron en Magneti Marelli, una empresa del holding, especialmente en lo que a Checkstar se refiere?

Hay una dificultad de base muy grande: hay una percepción de competencia entre una estructura y otra, y no es una prioridad para este próximo año. Es verdad que es un proyecto pensable y casi natural, pero aún hay un problema de fondo: uno logístico, Fiat debería tener un stock para dar respuesta inmediata, y otro de impermeabilidad entre los dos mundos. Se pueden hacer proyectos puntuales, porque hay gente que está interesada en tener en la concesión un apartado Checkstar (en Catalunya me lo han pedido), pero no habrá inte-

gración total. En este momento necesitan un retorno de inversión mucho más rápido.

¿Cuál va a ser la política que desarrollará en el apartado de las marcas del recambio, dada su experiencia con Magneti Marelli?

Para desarrollar una política buena, lo primero es un análisis de la competencia: qué están haciendo los más buenos y lo que hacemos nosotros; y en estos dos días hemos establecido unos parámetros comunes de lo que hay que hacer para mejorar y lo que definitivamente no hay que hacer. Para el año que viene no habrá grandes cambios de estrategia pero sí la ampliación de las bases de rápeles, estimular la venta externa, etc.; con precios, sí, pero sobre todo con la percepción del nivel de servicio par retener al cliente.

Y las marcas serán las del Grupo, que ya tenemos suficiente trabajo. La opción Marelli era interesante, pero quizá no en este momento. Y por un lado es una pena, porque somos el único operador que podemos tener las dos cosas, pero honestamente es difícil. Se hicieron pruebas en Italia, que salieron bien, pero en un momento de crisis se esperan más soluciones que propuestas rompedoras. Una vez nos hayamos ganado la confianza del cliente, podremos pedirles un salto de fe. No podemos abrir tantos frentes.

Y ¿va a modificarse la política de distribuidores oficiales de piezas?

De momento no vamos a hacer nada, va a mantenerse la relación con los distribuidores de la concesión; quizá ahí mi visión sí es más rompedora que la de los demás, y tengo ideas, pero no va a suceder un caso similar al vivido en Citroën, porque hay que respetar la labor del canal distributivo realizada a lo largo del tiempo; no podemos favorecer a nuevos distribuidores, hay que ser coherente. Pero podemos añadir elementos de manera estratégica, y seguro que lo logramos, para sumar. Pero de momento tenemos otras prioridades. Ver a distribuidores independientes vender piezas Fiat va a ser difícil; ver distribuidores Fiat vender piezas Marelli, es una hipótesis factible, pero no prioritaria.

En cuanto a posicionamiento de producto en posventa, hay cuatro marcas muy distintas entre ellas; Lancia, por ejemplo, la marca de prestigio, ¿tendrá también una posventa diferenciada, de prestigio, distinta a la de Fiat o Alfa?

El concepto de marca afecta a la estrategia de venta de vehículo, al espacio en la concesión, o en el taller; pero el trabajo cotidiano en recambios no cambia; ni sus estrategias de precio, ni de calidad de servicio. La percepción de servicio tiene que ser la misma para el usuario del mejor modelo de Lancia que el del Fiat más económico.

¿Qué hay de la incorporación de Maseratti o de Ferrari a la posventa del grupo?

En lo que a nosotros respecta, nada.

¿Y acerca de Chrysler?

Sé lo que se publica. No hay noticias que se puedan comentar.

Los concesionarios, aún se centran mayoritariamente en las marcas Fiat, Alfa, Lancia...

Sí, pero es normal; han estado muchos años en-

tendiendo esto como la llave de su éxito. Además, las concesiones del Grupo son muy fieles, y se nota porque hay un gran porcentaje de compra interna en el apartado de recambios. Pero a mí me gustaría que me compraran el producto no por fidelidad, sino porque soy capaz de dar un producto verdaderamente bueno, porque le ayudo a venderse al usuario, porque el servicio es muy bueno y porque ganan dinero conmigo.

Así pues, que finalmente la Ley de Contratos Comerciales saliera adelante, una reclamación de FACONAUTO y GANVAM precisamente para que los empresarios puedan elegir libremente sobre los aspectos de su concesión, como el recambio, le parecería un escenario factible si lo que defiende es que le elijan por ser una opción de recambio interesante en todos los aspectos, no por obligación...

Eso es, lo que busco es que seamos su opción por ser los mejores globalmente y, sobre todo, por el *sell out*. Nuestros *SPM*, los área *mánager* son buenisimos, muy técnicos, pero están muy orientados al *sell in*; lo que busco es una orientación de servicio, de apoyar el *sell out*. Y esto es lo primero que les comuniqué: mi interés no está en el facturado, sino en conseguir que los concesionarios muevan el producto, y saquen beneficio con nosotros. Lo primero que les pregunto en la concesión es cuanto stock tienen para que, con la cifra de su respuesta, calcular si rotan el almacén y cuántas veces lo hacen. Si me contestan una cifra muy alta como queriendo responder "te compro recambio", les digo "muy mal, tienes que agilizar la rotación, o corres peligro". Esto es una nueva orientación: medir al equipo por lo que vende la concesión y no por el facturado; se tiene que ayudar a vender. Un poco drástico, pero es lo que estamos haciendo en el departamento comercial, apoyados con el equipo de marketing y desde luego por Jaime Pérez, que tiene la misma visión del asunto... Ayudar. **C**

www.fiat.com



CICLOS DE CONFERENCIAS SOBRE EL AUTOMÓVIL ORGANIZADOS POR CESVIMAP Y LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ÁVILA

El Centro de Experimentación y Seguridad Vial de MAPFRE (CESVIMAP) y la Universidad Católica de Ávila han creado una carrera universitaria para el sector posventa de automoción; los Ciclos de Conferencias abordan diferentes problemáticas del interés de los empresarios o futuros emprendedores.



Especialistas titulados



Estas jornadas, se enmarcan en el **título Universitario Especialista en Posventa de Automoción**, la carrera facultativa, la primera de estas características en nuestro país, se creó recientemente entre **CESVIMAP** y la **Universidad Católica de Ávila** y se celebró en el salón de actos de la universidad y las instalaciones de la entidad, en Ávila.

I Ciclo de Conferencias: *“El presente del sector de la automoción: fabricación, venta, postventa y reciclado”;*

La reunión concitó a importantes personalidades de la posventa de la automoción, participando más de 200 personas. Los ponentes y profesionales que intervinieron abordaron y reflexionaron sobre los temas que más interesan al aftermarket español.

Así, el Director Técnico de Anfac, **Fernando Acebrón**, el Director General de Aniacam, **Víctor García Alía**, el miembro de la junta directiva de Ganvam, **Dionisio Grande**, y Director General Adjunto de SERNAUTO, **Miguel Ángel Obregón**, insistieron en la necesidad de buscar nuevas oportunidades de negocio para hacer frente a la crisis actual, pese a que el segmento de la postventa es el que mejor está soportando esta situación. También participaron en el acto **Juan José Monlleó**, Gerente de fabricación de la planta de Ford en Almussafes (Valencia) quién explicó algunas de las fórmulas para incrementar la flexibilidad en el proceso de fabricación o **Patricia Navas** y **Ana Pinos**, Directoras del Servicio de Posventa y de Marketing de Clientes de Volvo, respectivamente, quienes subrayaron que la producción pero también la posventa deben dar prioridad a la calidad. El último ponente de la primera jornada fue **Paulo Araujo**, Consejero de Ibericar Holding Andalucía, que analizó la distribución de vehículos a través de la venta multimarca.

En la segunda jornada, **Rubén Aparicio-Mourelo** Director Técnico de CESVIMAP, y el Gerente Adjunto, **Luis Pelayo García**, explicaron las labores de investigación que la entidad desarrolla en el ámbito de la reparación de automóviles y el tratamiento de vehículos fuera de uso.





II Ciclo de Conferencias: "Gestión de recursos en el taller de automoción: constitución, personas y tecnología".

El segundo ciclo de conferencias se va a celebrar el próximo 15 de diciembre; en él, ponentes de diferentes perfiles analizarán los elementos necesarios para constituir y gestionar una empresa, especialmente, un taller de reparación de automóviles.

Esto va en la línea de la mesa redonda celebrada en las primeras jornadas de este ciclo, en la que Dionisio Grande, miembro de la junta directiva de GANVAM, afirmó que **"la posventa es el eje del futuro"**, confirmando la importancia de la posventa en el sector como la forma de sobrevivir de muchos concesionarios.

Esta jornada, que se celebrará en el Palacio Los Serrano de Ávila, es gratuita y en la misma, el Presidente de la Cámara de Comercio de Ávila, José Ángel Domínguez, impartirá una conferencia titulada "Trámites para constituir una empresa y líneas de ayuda y subvenciones. Concesionarios, talleres, recambios y otros servicios posventa".

Las ponencias sobre el capital humano, "Selección de personal" y "Motivación y liderazgo", serán impartidas por Ana Rodríguez y Julio Manuel Arias, pertenecientes al Área de Recursos Humanos de MAPFRE.

Por otra parte, el Director General de Lidera Soluciones, Ramon Lago, explicará en detalle el programa de gestión de talleres Spiga +.

La jornada también abordará temas sobre fiscalidad, que serán tratados por el Gerente de la Universidad Católica de Ávila, Vicente Enciso, en tanto que los asuntos sobre financiación serán abordados por el Jefe de Investigación de Caja de Ávila, David Gómez.

Asimismo, también participarán el Director General de la Cámara de Comercio, Ignacio Alberto Jiménez Muñoz, y la técnico de la Ventanilla Única Empresarial de esta misma institución, Rosa M^o Vicente García.

Estas entidades se suman a la presencia de Ford, Volvo, Ibericar, Aniamac, Anfac, Faconauto, Ganvan y Sernauto, que participaron en las jornadas, cuando se inauguró este ciclo de Conferencias.

Esta jornada aborda temas interesantes para todo empresario, independientemente del sector en el que desarrolle su actividad, así como para cualquier persona que desee serlo.

www.cesvimap.com





Grupo Cano inauguró recientemente, **Litoral Motor**, el nuevo concesionario **BMW** que se convierte en el más grande de España.

Grupo Cano inaugura Litoral Motor

Situado en la localidad barcelonesa de Sant Adrià del Besòs, **Litoral Motor** 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 enrasados 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 carrocería 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 sótano 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



De izquierda a derecha: María Cano, consejera delegada de Litoral Motor, Antonio Sánchez, gerente de Litoral Motor, Antonio Cano, Presidente de Grupo Cano, Jesús Cano, consejero delegado de Grupo Cano.

GRUPO CANO

Grupo Cano es un grupo de 21 empresas independientes ubicadas en Barcelona, Sant Cugat del Vallés, Sant Adrià del Bessos, Castelló, Burjassot, Valencia y Lisboa, cuya sociedad holding (central financiera, fiscal e informática) es **Velorent** (situada en Valencia); comandado por **Antonio Cano** fundador y presidente del holding. está estructurado en tres divisiones (*Catalunya, Levante y Distribuidora Agrícola*) dedicadas a la comercialización y reparación de vehículos (turismos, todo Terrenos, Furgonetas, vehículo industrial ligero, Motocicletas y Ciclomotores, Tractores), así como a la venta de recambios, seguros y lubricantes (Catron, Portugal), Fundada en 1979, la facturación del Grupo en 2008 ascendió a 252 Millones de Euros



FICHAS

FICHAMOS a la posventa de los constructores

Este año ha sido difícil para los constructores.

Sus redes han disminuido e incluso en algunos casos, están estudiando planteamientos distintos para presentarse en el mercado.

Pero, una vez más, se debe hacer una valoración distinta en lo que a la red posventa se refiere.

Siguiendo con lo que ya conocemos, la posventa supone la red de salvación de muchos concesionarios, el foco de donde extraer la rentabilidad para salvar la cuenta de resultados que, con la caída de las ventas de VN (aunque al final parece que se desplegó el paracaídas de emergencia del 2000E), se han revelado maltrechas en bastantes casos.

La consigna ha sido, sin que quede escrita en parte alguna, pero sí explicitada en reuniones de red, pisar gas a fondo en posventa: intensificar la imagen que tienen frente al usuario, aumentar la fidelidad y las cuotas de permanencia en los segmentos de vehículo menos proclives a quedarse en los concesionarios (por una cuestión de edad) a reducir las diferencias en ofertas, descuentos, precios, logística, etc...con el canal multimarca independiente que, además, se ve con nuevos ojos: un cliente a quien vender recambios...Un cliente muy apetecible, además, para desesperación de las directivas de las patronales del sector multimarca independiente.

La posventa de las marcas está, pues, decidida a esprintar para llevarse el galardón de la mayor cuota de mercado. Hoy más que nunca. Y muchos responsables de los departamentos tiene unas estrategias definidísimas al respecto.

Esta segunda edición de la "foto" de la posventa del constructor, se van sumando marcas al Especial, porque saben lo que está en juego.

No hay que perderles de vista. Tienen mucho que decir en 2010; un año en el que, por fin, se sabe que Europa apuesta por un Reglamento Exclusivo en Posventa.

Y ya se sabe que el mercado es para quien se lo trabaja...

BMW

Razón social: BMW IBÉRICA, S.A.

Dirección General Posventa y

Centro de Formación:

Avenida de Burgos, 118. 28050 Madrid

☎ 913 350 505

www.bmw.es

www.mini.es

Centro de Recambios:

Parque Logístico Cabanillas R-2

Camino de Alovera, 8

19171 Cabanillas del Campo (Guadalajara)

☎ 91 335 05 05

Directiva: Sergio Solero, director departamento posventa; Piedad Lázaro, MKT posventa; Fernando Sánchez, responsable Servicio; Wilhelm Schwahn, responsable Recambios; Leopoldo Escobar, responsable Formación.

Número de empleados departamento posventa: 60



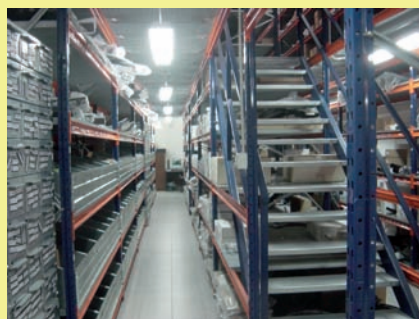
Número de concesionarios y filiales: 86

Número de talleres autorizados: 141

BMW; 67 independientes, 1 filial, Mini

Marcas de recambios: BMW y Mini

Número de referencias de recambios: 60.000



Sergio Solero

CHRYSLER/JEEP/DODGE

Razón Social:

CHRYSLER ESPAÑA, S.L. (Avda. Bruselas, 30-Pol. Ind. Arroyo de la Vega-28108 ALCOBENDAS- Tfno: 91 484 60 00)

Dirección general posventa, Centro de formación y centro de recambios:

Pol. Ind. Miralcampo
Avda. Conde de Romanones, 13
19200 Azuqueca de Henares (GUADALAJARA)
☎ 949 26 88 00
www.chrysler.es
www.jeep.es
www.dodge.es

Directiva: Responsable Posventa- Francisco Cebollero; Responsable Delegados- Miguel Lázaro; Responsable Garantías, Técnica y Formación (51 cursos año '09; 510 personas formadas año '09)- J. L. Martínez; Responsable Marketing- Manuel Castosa;

Nº Concesionarios: 65

Nº Talleres Autorizados: 68

Nº Distribuidores Piezas Oficiales: 68

Nº de personas PV en la red primaria y secundaria:
aprox. 350

Marcas de Recambio: Mopar

Nº de referencias por marca: aprox. 30.000



DODGE



MOPAR

Nombre y breves características de los programas posventa para el usuario:

Servicio rápido; Extensión de garantía;

Club de fidelización Always

Últimas ofertas promocionales para el usuario (recambios, servicios):

Campaña de Lunas y Chapa; "No ponga en crisis su seguridad";

Campaña de primavera/ Otoño; Campaña de neumáticos Octubre'09;

Campaña de extensión de garantía

CITROËN

Razón Social y Centro de Formación: AUTOMÓVILES

CITROËN ESPAÑA S.A. (Doctor Esquerdo, 62- 28007 Madrid)

Directiva: Paloma Fernández, Directora de Posventa; José Vicente, Director de Piezas; Ángel de Castro, Director de Formación (Nº cursos al año: 450; Nº personas formadas al año: 4.500).

Dirección Gral. Posventa y Formación:

c/ Hermanos García Noblejas, 23
28017 Madrid
☎ 91 585 11 00
www.citroen.es

clientes-internet@citroen.com

Centro Recambios:

Polígono Industrial de la Estación
28320 Pinto Madrid
☎ 91 585 11 00



Paloma Fernández



José Vicente



CITROËN



euorepar

Número Concesionarios (Turismo, Comerciales, V.I.): 193

Número Talleres Autorizados: 999 Servicios Oficiales Citroën

Número Distribuidores Piezas Oficiales: 205

Número de personas PV en la red primaria y secundaria: 7.800

Marcas de Recambio: Citroën / Eurorepar

Nº de referencias por marca:

Citroën: 65.000 / Eurorepar: 9.000

Porcentaje de ventas de recambio en el canal multi-marca: 35%

Nombre y características de los programas posventa para el usuario: Servicio Expres (permite realizar, rápidamente y sin cita previa, operaciones de mantenimiento del vehículo), Carrocería Rápida.

Ofertas promocionales para el usuario:

Promoción neumáticos, aceite, climatización y Eurorepar.

Gestión de la información técnica para el canal multimarca:

Se accede a través de la web <http://service.citroen.com>

FIAT/LANCIA/ALFA ROMEO/ ABARTH/FIAT PROFESSIONAL

Razón Social: FIAT GROUP AUTOMÓVILES SPAIN
Dirección Gral. Posventa, Centro de Recambios y Centro de Formación:

Ctra M-300 Km. 28,500
28802 Alcalá de Henares (Madrid)
☎ 91 885 38 29
www.fiat.es

Directiva: Jaime Pérez Caballero, director Parts&Services; Alexandro Fabbroni, director comercial; Alejandro de Aza, director Customer Service; Ignacio Porras, responsable Formación

Datos Almacén de Recambios: 45.000 referencias en stock; unas 1.600.000 líneas de pedido/año; reaprovisionamiento automático desde Italia en función de la clase de movimiento y coste de las piezas. Nivel de servicio del 98%. Pedidos urgentes hasta las 16:30 horas (sin límite de líneas) con entrega antes 10:00 horas del día siguiente. Madrid cuenta con dos entregas diarias y ampliación de horario de urgentes hasta las 19:00 horas. Pedidos de stock diarios, sin calendario, hasta las 18:00 horas y sin límite de líneas, con entrega en 48 horas antes 10:00 horas junto con el pedido urgente. Asignación de pedidos directamente desde Italia cuando no se dispone de stock en Alcalá, con entrega a concesionarios en 48 horas. Para casos críticos asignación y envío directo a concesionario, por avión, desde cualquier almacén en Europa.

Número de empleados departamento posventa: 64
Número Concesionarios (Turismo, Comerciales, V.I.): 120 FIAT; 83 Lancia; 105 Alfa; 128 Fiat Professional, 6 Abarth.
Número Talleres Autorizados: Subconcesionarios 171 Fiat; 8 Lancia; 168 Alfa; 168 Fiat Professional.



Número de personas PV en la red primaria y secundaria: 1200 mano de obra directa; 315 almacén; 350 mano de obra indirecta.

Marcas de Recambio: Fiat, Alfa Romeo, Lancia, Abarth

Nº de referencias por marca: Fiat 200.000; Alfa Romeo 105.000; Lancia 85.000, Abarth 20.000

Nombre y características de los programas posventa para el usuario: SERVIZIO RAPIDO: 20 puntos de atención en 11 provincias; FIAT PROFESSIONAL 24H: servicio oficial de taller exclusivo para vehículos comerciales. Horario continuado.

Ofertas promocionales para el usuario:

Cheques de 50€ descuento para accesorios; Regalo de masaje por revisión; ofertas especiales para el club accesorios y foros; Dto del 20% en el cumplimiento de tu vehículo; Sorteo de mantenimientos; 20% de dto en recambios y 10% en accesorios para clientes del foro; campañas para desempleados; campaña Pre ITV

Gestión de la formación/información técnica para el canal multimarca: E-Service

Información para clientes en la web: www.servicios.fiat.com - www.clubaccesorios.com, páginas web de los concesionarios



Jaime Pérez Caballero



Alexandro Fabbroni



Alberto de Aza

FORD

Razón Social: FORD ESPAÑA

Director Posventa Iberia: Carlos Óvilo

Director de Operaciones: Javier Pardeiro

Director de Marketing: Carlos Artola

Gerente de Servicio Técnico, Garantías y Relaciones con Clientes: Manuel González de Diego

Gerente de Desarrollo de Negocio: Paz Camarero

Gerente de Homologaciones y Reglamentación: Manuel Luna

Gerente Centro de Distribución de Piezas: Juan Núñez Alcobendas, Madrid.

Dirección General Posventa:

Caléndula, 13
Edificio Miniparc IV
28109 Alcobendas (Madrid)
☎ 91 714 52 02
www.ford.es

Número de Concesionarios: 153

Número de Talleres Autorizados: 600 puntos

Marcas: Ford y Motorcraft.



Motorcraft

Centro de Recambios en España y Atención al Cliente:

Ford (P.I.) s/n (Desde 1976)
46440 Almussafes, Valencia
T. 961 789 000

40.000 m², incluyendo m² externos contratados.

Responsable del centro: Juan E. Núñez. **Equipo humano:** 148 personas, excluyendo personal externo subcontratado. **Producto:** 90.0000 referencias (conectados automáticamente con los "master depots" de Daventry y Colonia) de las que 42.000 están almacenadas en Valencia. **Servicio:** Control de stocks por código de barras, asociado a un sistema informático de aplicación específica para los almacenes. Porcentaje de servicios (disponibilidad de piezas) del 97.5% - todos los almacenes - siendo el de Valencia del 94.0%. El referido a pedido urgentes (disponibilidad de piezas) 98.6%. **Tiempo de respuesta:** Entrega D+1 antes de las 8:00 hrs -96%- y 99.5% antes de las 10.00 en entrega única para todos los tipos de pedidos (Reposición y Urgencia). **Nº de expediciones diarias:** 236 (media); Nº de módulos/bultos enviados diariamente: 2.100 (media).

Distribuidores de recambios: 154

Formación: 6 escuelas permanentes en Valencia, Madrid, Santiago de Compostela, Miranda de Ebro, Barcelona y Sevilla.

Facturación estimada 2009: 500 millones de euros.



Carlos Óvilo

GM/OPEL/SAAB /CHEVROLET**Razón Social:** GENERAL MOTORS ESPAÑA, S.L.**Responsable Departamento Posventa:** José Antonio Sánchez de León, Director de Postventa GM**Responsable Servicio:** Joaquín Araujo, Gerente de Servicio GM**Responsable Formación:** Antonio Dalda, Director de Organización GM**Dirección Gral. Posventa:**

General Motors España, S.L.
Edificio Gorbea 4
Avenida de Bruselas, 20
Arroyo de la Vega
28108 ALCOBENDAS (Madrid)
☎ 91 456 92 00
www.opel.es

Centro Recambios:

Polígono Entrerriós, s/n
Edificio 79
50639 FIGUERUELAS (Zaragoza)

Centro Formación:

Avenida de la Industria, nº 6, 3ª planta
28108 ALCOBENDAS (Madrid)

Número Concesionarios: 170 Opel; 55 Saab, 114 Chevrolet**Número Talleres Autorizados:** 278 Opel, 9 Chevrolet**Número Distribuidores Piezas Oficiales:** 512**HONDA****HONDA**

The Power of Dreams

Razón Social: HONDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, SA**Responsable Departamento Posventa:** Jordi Jou Prat**Responsable Departamento Técnico:** Francesc Martí**Responsable Planificación y ventas:** Antoni Barón**Dirección Gral. Posventa:**

Carrer de la Selva, nº4 Urb Mas Blau
08820 El Prat de Llobregat, Barcelona
☎ 93 370 80 07
www.honda.es

Centro Logístico:

Almacén Central Honda Europe en Gent (Bélgica)
Honda Logistic Center (HLC España)
Avinguda dels Ports d'Europa, 2
ZAL (Zona Actividades Logísticas)
08840 Barcelona
T. 93 262 32 32

Número de líneas anual: 375.000*Satisfacción de pedidos:* Urgente- 84% de reposición de piezas en 24 horas, 97% en 48 horas; Stock- 98% de reposición de piezas en 4 días**Responsable HLC:** Fidel López**Centro Formación:**

2 Centros (Técnica y Comercial) en Barcelona y Madrid

Número de empleados departamento posventa**marca:** 20 personas**Número Concesionarios****(Turismo, Comerciales, V.I.):** 60**Marcas de Recambio:** Honda Original Parts**Porcentaje de ventas de recambios a canal****multimarca:** 20%.**Nombre y características de los programas posventa para el usuario:**

Honda Service: Servicios y Programas de Posventa con el objetivo de conseguir la máxima satisfacción de nuestros clientes.
Programa de Seguros Honda. Extensión de Garantía: 2 años de garantía adicional que se suman a los 3 de la garantía original (3+2).
Programa de Carrocería Honda: Selección de Concesionarios que prestan su servicio de carrocería bajo los estándares de excelencia de Honda.
Honda Asistencia: Programa de asistencia en carretera, durante la vigencia del periodo de garantía (3+2).

Programas posventa en internet: www.honda.es orientado a cliente final www.honda-techdata-com orientado a profesionales**ISUZU****ISUZU****Razón Social:** ISUZU IBERIA, S.L.

C/ Antonio Maura, 18, Madrid

☎ 911856200 - 902157362

www.isuzu.es

Responsable Departamento Posventa: Antonio Morales**Responsable Servicio:** Enrique de Miguel**Responsable Recambios:** Rafael Berenguer**Dirección Gral. Posventa, Centro Recambios, Centro de Formación:**

Ctra de Burgos, km 32,100
28750 SAN AGUSTÍN DE GUADALIX, Madrid.
Tel. 91 846 64 40 - Tel. 902 15 73 62
Gestión Logística: Recambia Servicios Logísticos, S.L.

Número Concesionarios (Turismo, Comerciales, V.I.): 55**Marcas de Recambio:** Isuzu**Nº de referencias por marca:** 30.000**Nombre y breves características de los programas posventa para el usuario:** Cobertura Extra. Contratos de Mantenimiento.**Gestión de la información técnica para el canal mul-****timarca:** Suscripción anual a web.

KIA



Razón Social Empresa: KIA MOTORS IBERIA
Responsable Marketing Posventa: Claudio Tamargo
Responsable Servicio: Ramón Toba
Responsable Recambios: Ángel Pérez
Responsable Formación: Juan Manuel García
Dirección Gral. Posventa:
 c/Anabel Segura, 16
 Edif. Vega Norte, 2.
 28108 Alcobendas (Madrid)
 ☎ 91 579 64 66
 www.kia.es

Centro de Recambios:
 MOBIS PARTS EUROPE
 Pol. Ind. R-2
 C/ Zeus 16-18 Módulo 3
 28880 MECO Madrid
Área de Almacenamiento:
 12.741,40 m²
Personal: más 30
Nivel de Servicio: 95%

Centro Formación Posventa:
 Pol. Ind. Los Frailes, nave 51
 28.814 DAGANZO DE ARRIBA. Madrid. España
 ☎ 807.48.80.67; Fax: +34.91.878.24.55
 formacion-posventa@kia.es
 En 2009 48 cursos con más de 350 asistentes

Nº de empleados departamento posventa marca: 22
Nº Concesionarios: 95 concesionarios (191 puntos de venta)
Nº Talleres Autorizados: 118 (151 centros + 4 servicios rápidos)
Nº Distribuidores Piezas Oficiales:

Sólo a través de la red oficial
Nº de personas PV en la red primaria y secundaria:
 Más de 400

Marcas de Recambio: Recambio Original Kia y Unifit
Nº de referencias por marca: 68.000 en Recambio Original Kia
Últimas ofertas promocionales para el usuario: Campaña de Invierno con Revisión gratuita de 28 puntos del vehículo y 25% de descuento en piezas de mantenimiento y accesorios seleccionados. *Ten Step Program:* Programa de calidad del servicio posventa en 10 pasos.

Programa posventa en la red para usuario y profesional:
 Para usuarios; Información de promociones y ofertas. Para profesionales:
 www.kia-hotline.com consultas técnicas e información relevante
Gestión de la información técnica para el canal multimarca: en desarrollo

LADA



Vladimir Smirnov

Razón social: AUTOMOVILES RUSOS, S.A.U.
Dirección General Posventa, Centro de Recambios, Centro de Formación:
 c/ Yunque 9
 28529 Rivas Vaciamadrid (Madrid)
 ☎ 91 670 26 80 Fax 91 670 26 87
 www.lada-vaz.com

Responsable Departamento Posventa:
 Vladimir Smirnov
Responsable Servicio y Formación: Javier Sanz
Responsable Recambios: Juan C. Ruiz
Número de empleados departamento posventa marca: 3

Número Concesionarios (Turismo, Comerciales, V.I.): 35
Número Talleres Autorizados: 6
Número Distribuidores Piezas Oficiales: 1
Marcas de Recambio: LADA, AUTOVAZ

LEXUS



Isabel Járrega

Razón Social: LEXUS ESPAÑA
Responsable Departamento Posventa:
 Isabel Járrega
Responsable Servicio:
 Juan Pablo de la Cueva
Responsable Recambios: Yoann Garnier
Responsable Formación:
 Luis Miguel Grado, José Santos-Suárez
Dirección Gral. Posventa y Centro de Formación:
 Av. de Bruselas 22
 28108 ALCOBENDAS, Madrid
 ☎ 902 300 503
 www.mundolexus.com
Centro Recambios:
 Se sirven pedidos desde cuatro almacenes para alcanzar niveles de servicio óptimos:
 TOYOTA PARTS CENTER SPAIN
 N-1, Km 33.600
 28750 San Agustín de Guadalix, Madrid
 TOYOTA PARTS CENTER SOUTH OF FRANCE
 Parc Industriel Rhône Vallée
 07250 Le Pouzin, Francia
 TOYOTA PARTS CENTER PORTUGAL
 Avda. Vasco de Gama, 1410
 4431-956 Vila Nova de Gaia, Portugal

TOYOTA PARTS CENTER EUROPE
 Industrieterrain, 11
 B 3290 Diest Belgium
Información y pedidos: Centros Autorizados Lexus; www.mundolexus.com
Datos Formación: 18 cursos al año para asesores de servicio, jefes de recambios, técnicos y jefes de taller y responsables de atención al cliente. Formación "Spirit of Lexus", programa de formación continua para la máxima satisfacción de nuestros clientes. Todo el personal participa en los programas de formación.
Número de empleados departamento posventa marca: 5
Número Concesionarios: 27
Número Talleres Autorizados: 30
Número Distribuidores Piezas Oficiales: 30
Nº de personas PV en la red primaria y secundaria: Red primaria: 142
Marcas de Recambio: Recambio original Lexus
Número de referencias por marca: 140.000
Nombre y breves características de los programas posventa para el usuario:
Lexus Order: servicio gratuito de transporte aéreo de piezas de recambio. Cinco años o 160.000 km de Garantía

Lexus Extracare en todos los modelos. Programa de Asistencia en carretera Lexus Euro Assistance 24 durante los tres primeros años (sin límite de kilometraje) en el caso de averías, accidentes, pérdidas de llaves, pinchazos, errores al repostar, etc.
Últimas ofertas promocionales para el usuario: *Experiencia Legendaria:* Campaña de fidelización personalizada teniendo en cuenta las preferencias de cada cliente.
Porcentaje de ventas de recambio en el canal multimarca: Porcentaje de venta de recambios a talleres externos: 10%
Programa posventa en la red para usuario y profesional: Todos los programas Lexus están abiertos a usuarios y profesionales.
Más información: Sobre recambios y accesorios en los Centros Autorizados Lexus. Sobre formación y asistencia técnica en Lexus España
Gestión de la información técnica para el canal multimarca: http:techdoc.lexus-europe.com

MAZDA

Razón Social Empresa: MAZDA AUTOMÓVILES ESPAÑA, S. A.

Responsable Departamento Posventa: Javier Oroz

Responsable Servicio: Luis C. Brendler

Responsable Recambios: José L. Casado, Ventas; Jean Marie VanDelm, Logística

Responsable Formación: Enrique Ibarra

Dirección Gral. Posventa y Centro de Formación:

Sor Ángela de la Cruz, 6

☎ 91 418 54 80

www.mazda-es.com

Centro Recambios: Alovera (Guadalajara) y Amberes (Bélgica).

Gestión propia, 93% en 24 horas 98% en 5 días.

Número Concesionarios: 65

Número Talleres Autorizados: 80

Número Distribuidores Piezas Oficiales:

90 (servicios autorizados)

Marcas de Recambio: Mazda y Dexelia-Mazda



mazda

Número de referencias por marca: 200.000.

Nombre de los programas posventa para el usuario: Recordatorio de revisiones, Revista Zoom-Zoom, Seguridad Mazda, Asistencia Mazda, Tarjeta Mazda, Recepción Integral.

Programa posventa en la red para usuario y profesional (servicios, venta de recambios, ofertas, formación): Todos los servicios a través de web solo para profesionales.

Gestión de la información técnica para el canal multimarca (sistema de acceso y precios):

A través de web (después de recabado el acceso), mismas condiciones que la red oficial.



Javier Oroz

MERCEDES BENZ/SMART

Razón social: MERCEDES-BENZ ESPAÑA, S.A. (Avda. de Bruselas,30 Polígono Industrial Arroyo de la Vega 28108 ALCOBENDAS ☎ 91 484 60 00 Fax: 91 484 60 01)

Director General Postventa: Antonio García-Patiño

Director de Marketing Postventa: José Luis Fernández Acosta

Director de Recambios y Logística: Mario Reneses Setièn

Subdirector de Formación: Juan Antonio González Martínez

Dirección general Posventa, Centro de Recambios y Centro de Formación:

Avda. Conde de Romanones, 13

19200 AZUQUECA DE HENARES

Guadalajara

☎ +34 949 26 8800

www.mercedes-benz.es

Número de referencias por marca: 77.000 referencias Mercedes-Benz con stock disponible y 18.000 de Mopar.

Gestión logística: Grado de Servicio Medio Total del 92,3% en 2009.

Personal: a 14 octubre 2009, plantilla de toda la dirección general postventa, 290 empleados (169 oficinas, 121 mano operarios de almacén)

Índice satisfacción clientes: 853 (turismos), 828 (furgonetas), 808 (Camiones) datos acumulados octubre 08 – septiembre 09

Cursos/año: aprox. 730 cursos entre ventas y postventa, 1989 días de formación

Personas formadas/año: 10.153 participantes

Total Concesiones: 255 talleres: 204 talleres turismos, 75 talleres VIP, 184 talleres VIL, 52 talleres smart, 36 talleres Unimog

Marcas de Recambio:

Mercedes-Benz, Smart, Chrysler, Jeep, Dodge

Nº de referencias:

MB (75.000), Smart (4.000), CJD (16.000)



Mercedes-Benz



smart



Antonio García-Patiño

Nombre y breves características de los programas posventa para el usuario (servicios rápidos de mecánica, carrocería, programas de mantenimiento):

small repair- carrocería rápida. *ServiHora:* servicios rápidos de mantenimiento

Últimas ofertas promocionales para el usuario (recambios, servicios): Paquetes de precios cerrados

Programas posventa en Internet para usuario y profesional (servicios, venta de recambios, ofertas, formación): En la web www.service-and-parts.net esta detallada la información sobre EPC net (Catálogo electrónico de recambios) / WIS net (instrucciones de trabajo detalladas para los trabajos de reparación. /ASRA net (catálogo electrónico para unidades de trabajo y tiempos guía) / TIPS (contiene información técnica, actualizada diariamente, para la reparación de vehículos de las marcas Mercedes-Benz y smart) / Digital Service Booklet (Libro / cuaderno de servicio online) / WebParts (posibilidad de pedir de forma sencilla y cómoda a través de internet piezas originales Mercedes-Benz, piezas de intercambio originales y accesorios originales)/ TechInfo-Shop (tienda online para información técnica)

Gestión de la información técnica para el canal multimarca: <http://www.service-and-parts.net>

NISSAN

Razón Social: NISSAN IBERIA, S.A.

(C/. Juan Gris, 2-8 08014 – Barcelona ☎ 93 290 74 86
Fax 93 290 74 49)

Responsable Departamento Posventa:

Giustiniano Porcu

Responsable Servicio: Jose Luis González

Responsable Recambios: Manuel Feria

Responsable Formación: Jordi Fernández

Dirección Gral. Posventa:

☎: 93 290 74 81

Fax 93 290 77 42

gporcu@nissan.es

Centro Recambios:

Nissan Iberia, S.A., Centro de Recambios

Ctra. B-250 km 3, 290

Polígono Industrial El Estruch

08820 El Prat de Llobregat

Barcelona

☎ 93 290 74 13

Número de personas: Directas, 71; Indirectas, 47;

Números de referencias: En stock, 76.000;

Vivas, 132.000

Tipo de distribución: Pedido diario regular y urgente con entrega diaria antes de las 8h a todos los almacenes de España

Líneas diarias suministradas: 11.600

Centro Formación:

Escuela de Formación Tres Cantos

C/. Fragua, 18

28760 TRES CANTOS, Madrid

☎ 91 803 58 49

Fax.: 91 803 96 55

Centro de Formación Nissan-Barcelona

P.I. Zona Franca – Sector B calle 3

08004 BARCELONA

☎: 93 290 80 68

Fax.: 93 290 77 53

Número de cursos año 2009: 90 año (931 personas).

Datos Formación: En los 3 últimos años, se han estado haciendo unos 40-50 cursos por año, de los cuales unos 20-25 son técnicos, unos 10-15 son de gestión y entre 10-15 son de ventas. La asistencia por año ha sido de unos 3.500 participantes, que suponen unas 1700 personas distintas (la media es de casi 2 cursos por persona).

Número Concesionarios: 81

Número Talleres Autorizados: 11

Número Distribuidores Piezas

Oficiales: 165

Número de personas PV en la red primaria: 2.386

Marcas de Recambio: Nissan

Nº de referencias por marca:



Giustiniano Porcu

84.000 en stock y
120.000 vivas

Nombre y breves características de los programas posventa para el usuario:

Servicio rápido "Nissan Rapid"; Menu Pricing On-Line (sito Internet Nissan); Cita On-Line (sito Internet Nissan); YOU + NISSAN (Programa de fidelización clientes); Garantía Extendida 2 años más de la básica de 3 años; Creditaller (Financiación reparaciones).

Últimas ofertas promocionales para el usuario: Campañas estacionales con chequeos gratuitos de 20 puntos, descuento en los recambios y mano de obra.

Porcentaje de ventas de recambio en el canal multimarca: 2008-26%; 2009-27%

Programa posventa en la red para usuario y profesional: Programa comercial de soporte a la venta de recambios al mayor

Gestión de la información técnica para el canal multimarca: Acceso a través de Web portal B2B <https://eu.nissan.biz> a los sistemas: Nissan –WORD

(Manuales de Taller); N-Fit (Información de última hora); Web-Fast (Catálogos de piezas de recambio); Las tarifas son por tiempo contratado de consultación en la Web; 1 día 15 euros; 1 mes 350 euros; 1 año 2850 euros

PEUGEOT

Razón Social: PEUGEOT ESPAÑA

Responsable Departamento Servicio y Recambios: Antonio J. Herreros del Saz

Responsable Marketing: José Antonio López Tarjuelo

Responsable Animación Comercial y Logística: Gerardo A. Vangioni Sanz

Responsable Estrategia, Distribución y Métodos: José Luis Donoso Gómez

Responsable Formación Técnica: Pedro J. García Tascón

Dirección Gral. Posventa:

Avda. de los Toreros 8, 3ª planta

28028 MADRID

☎ 91 347 31 62

marketing_servicio_recambios@peugeot.com

Centro Recambios:

Almacén de Recambios PSA de Pinto

Polígono Industrial Pinto Estación, c/ Cormoranes s/n

28320 Pinto (Madrid)

☎ 902 308 001

Personal: 64 personas

Referencias Peugeot: 138.706 vivas (240.000 en total)

Índice satisfacción de pedido: 97,9%

Centro Formación:

Eduardo Barreiros 110 28041 Madrid

☎ 91 3472976 / 91 3213829

Fax: 91 321 3840

Mail: formaciontecnica@mps.com

cursos/año: 140 (media de 2008-2009)

alumnos formados: 1.750 (medias de 2008-2009)

Resultados económicos del departamento en 2008 y previsiones 2009: CN 2008:

256.125 Mio€; CN 2009 (previsión): 229.554 Mio€

Nº de empleados departamento posventa marca: 44

Nº Concesionarios (Turismo, Comerciales, V.I.): 158

Nº Talleres Autorizados: 331 Servicios Oficiales + 446 Agentes

Nº Distribuidores Piezas Oficiales: 152

Nº de personas PV en la red primaria y secundaria: Datos 2008 Red primaria y Servicios

Oficiales 4.303 personas; Agentes 1.115

Marcas de Recambio: Recambios Originales y Recambios Eurorepar

Nº de referencias por marca: Recambios Originales: 132.558 refs., Eurorepar: 6.148 refs.

Nombre y breves características de los programas posventa para el usuario:

PEUGEOT RÁPIDO Se ocupa de todas las intervenciones de mantenimiento de corta duración (1 hora aproximadamente) tales como cambio de aceite y filtro, neumáticos, pastillas de freno, escapes, baterías, ...). **CARROCERÍA RÁPIDA** Se ocupa de las reparaciones de Carrocería y Pintura con una intervención aproximada que no supere las tres horas de trabajo.

LUNA RÁPIDA Se ocupa de la sustitución y reparación de lunas. **PRE-ITV PEUGEOT** Servicio al cliente que consiste en una exhaustiva revisión del vehículo antes de llevarlo a la ITV



Últimas ofertas promocionales para el usuario (recambios, servicios):

RECAMBIOS: Acción de Tráfico 24 días de pruebas vencedoras: por efectuar la prueba sobre un vehículo nuevo, cheque regalo de 75 € canjear para la sustitución de escobillas - baterías Eurorepar y neumáticos marca Barum. Acción de tráfico Revisión Peugeot: regalo del Seguro de Averías Graves al efectuar la revisión Peugeot

Programas posventa en Internet para usuario y profesional: Para el usuario, <http://peugeot.es/posventa> Para el cliente profesional, <http://recambios.peugeot.es>

Gestión de la información técnica para el canal multimarca (sistema de acceso y precios): La gestión de información es a través de EUTELIO (subvencionada durante 2009). Acceso a través de <http://recambios.peugeot.es>





Peter Vogel



PORSCHE

Razón Social Empresa: PORSCHE IBÉRICA, S.A.
Responsable Departamento Posventa: Peter Vogel
Dirección Gral. Posventa:
 Avda. de Burgos, 87 28050 Madrid
 ☎ 902 500 911
 www.porsche.es
 porschedirect@porsche.es
Nº Concesionarios: 30

Nº de personas PV en la red primaria y secundaria:
 120 aprox.
Marcas de Recambio: Porsche
Nombre y breves características de los programas posventa para el usuario:
 Servicio de Postventa general, mecánica y carrocería.

RENAULT/DACIA



RENAULT



Razón Social Empresa:
 RENAULT ESPAÑA COMERCIAL S.A.
Director CALIDAD y SERVICIO:
 Jesús I. Pérez Loriente
Director Almacén de Piezas de Recambio: Roberto Cruz
Director SODICAM España:
 Pablo Sánchez Alcántara
Responsable Marketing Posventa:
 Mikel Martiarena
Responsable Servicios Técnicos:
 Emilio Magdalena
Responsable Métodos y Calidad:
 Jesús Liñero
Responsable Formación Red:
 Francisco Tobaruela
Responsable Relaciones con Clientes: Concepción Perucha
Dirección Calidad y Servicio - Centro Formación:
 Avda. Burgos, 89 28050 Madrid
 ☎ 91 374 22 00 (Calidad y Servicios)
 ☎ 91 374 15 46
 www.renaultservicios.es
 formación-red@renault.com
 Actividad formación: 175.980 horas impartidas/año

Centro de Recambios:
 APR (Almacén de Piezas de Recambio)
 Polígono Industrial Pozo de la Fuente
 28813 Torres de la Alameda
 MADRID
 ☎ 91 885 62 03
Nº de referencias totales: 65.000
Personal: 200
Índice de satisfacción de pedidos: 97,5% disponibilidad instantánea.
Nº Concesionarios (Turismo, Comerciales): 84
Nº Talleres Autorizados: 816
Nº de personas PV en la red primaria y secundaria: 8.052
Marcas de Recambio: Pieza de Origen Renault, Renault Cambio Estándar, Motrio, Ixell, Ixtar, Prosteel.
Nº de referencias totales: 65.000
Nombre y breves características de los programas posventa para el usuario: Renault Minuto, Carrocería Rápida, Renault Asistencia, Movipass, Vehículo de Sustitución.

Porcentaje de ventas de recambio en el canal multimarca:
 20,1% en 2008,
 20% en 2009.
Programas posventa en Internet para usuario y profesional: www.renaultservicios.es, www.mantenimiento.renault.es, A PUNTO, Renault P@rts.
Gestión de la información técnica para el canal multimarca: Renault P@rts (DIALOGYS) y Motelio.



Jesús I. Pérez Loriente

SEAT

Razón Social: SEAT, SA

Dirección Gral. Servicio: Francisco Pérez Salinas

Responsable de Posventa: Juan Manuel Cabellos, director posventa SEAT España.

Responsable Recambios: Juan Carlos García Ballesteros

Responsable Formación: Jonathan Cuadrado

Dirección Gral. Recambios: Guido Blankenheim

Central Posventa:

Ctra.N-II Km.585

08760 Martorell

☎ 902 402 602

www.seat.es

Número de Concesionarios: 185

Número de Servicios Autorizados: 428

Plantilla Servicios Autorizados: 5.569 repartidos Mano de obra directa: 2.844 y Mano de obra indirecta: 2.725

Centros de Recambios: *Almacén Central:* Martorell; 75.000 m²; *Almacenes estratégicos:* León- Hospital de Orbigo; 11.500 m²; Madrid: Valdemoro; 29.000 m²; Bailén; Guarromán; 10.500 m²

Porcentaje de ventas de recambio en el canal multimarca: datos de Venta de Recambios Originales SEAT por parte de la Red Comercial SEAT a los talleres independientes 2008: 22,9 %. En 2009: aprox. de 24,1 %; previsiones similares para el 2010.

Marcas que se manejan: Seat

Centro Formación: *Seat Service:* Martorell, Barcelona; 8.400m². Formación (red, formadores internacionales), Asistencia Técnica, Customer Service, Call Center, Help Line, Taller de reparación.

5 Centros de formación en Madrid, Sevilla, Coruña, Valencia y Bilbao.

104.570 horas de formación técnica y de servicio y recambios en 2009

392 convocatorias cursos 22 cursos presenciales diferentes y 290 convocatorias cursos 39 cursos online diferentes.

Últimas ofertas promocionales para el usuario: SEAT ha desarrollado un programa de *SELL IN* (campañas comerciales a los concesionarios) y de *SELL OUT* (campañas comerciales para clientes finales) focalizadas en recuperar ventas y clientes en los Segmentos II y III.

Iniciativa conjunta entre el área de operaciones del *Centro de Recambios Originales y Posventa SEAT España* con el objetivo de poner en marcha una nueva campaña promocional para incrementar el tráfico de clientes y recuperar, también, a aquellos clientes que no acuden a sus instalaciones a realizar los servicios de mantenimiento. Se pretende potenciar así la facturación tanto de taller como de venta de Recambios y Accesorios originales SEAT. El objetivo es presentar una serie de ventajas económicas atractivas muy competitivas que les permitan ir recuperando y también manteniendo unas entradas regulares de sus clientes. Con esta idea se reforzó la primera Acción del año que consistía en el chequeo gratuito de 47 Puntos de Control Totalmente Gratis, así mismo se ofrecía la posibilidad de financiar con la tarjeta *VISA SEAT* (gratuita y con condiciones especiales de financiación hasta en 6 meses sin intereses); esta promoción se realizó en Prensa y Radio y el objetivo era captar flujo de clientes en los talleres. La segunda y tercera Acción, dirigidas ambas a cliente final, han ido orientadas a incrementar el negocio de Recambios y Accesorios SEAT mediante el envío personalizado de catálogos de *Recambios y Accesorios Originales SEAT de Verano e Invierno* dirigidos al Segmento II y III.

La acción de verano fue destinada a todos los clientes SEAT cuya antigüedad de su vehículo estaba comprendida entre tres años y hasta 8 años. El envío de los catálogos así como la explicación de la acción comercial fue vía mailing directo y ha comprendido los meses de Mayo, Junio, Julio Agosto para la acción de Verano y los meses de Septiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre para la acción de Invierno. El catálogo de Ofertas de Recambios y Accesorios Originales SEAT® presenta ofertas y descuentos especiales en servicios de inspección, productos de mantenimiento y Recambios y Accesorios Originales SEAT®, focalizados para vehículos de segmento II y III así como informar a los clientes de los derechos que tienen como asegurado a la hora de decidir dónde reparar su Automóvil. A parte de estas acciones se han ido realizando otro tipo de acciones acordes al calendario.

Nombre y breves características de los programas posventa

para el usuario: El objetivo de *SEAT Service Organization & Marketing* es desarrollar todos aquellos programas que se adaptan a las necesidades en constante evolución tanto del Servicio Autorizado SEAT como de los clientes SEAT. En primer lugar, se realiza un estudio de las expectativas de los clientes de vehículos SEAT, para poder cubrir dichas necesidades gracias a los dos tipos de enfoque de los programas de servicio desarrollados: *Retención/Fidelización-* destinado a mantener a los usuarios que usan la red de Servicios Autorizados SEAT. *Recuperación:* destinado a aquellos propietarios de vehículos SEAT que ya no se dirigen a la red de Servicios Autorizados SEAT para sus necesidades.



Con ello se consigue el objetivo de maximizar la satisfacción del cliente y a la misma vez, aumentar la rentabilidad del Servicio Autorizado SEAT.

SEAT Service® ofrece a los clientes de la Marca una amplia gama de servicios creados para que sólo tenga que preocuparse de disfrutar, con total tranquilidad y confianza, de cada viaje.

La intervención de las áreas de carrocería y pintura en el servicio *Clever Repair* pretende estudiar y clasificar el mayor número de daños que es posible reparar, o de piezas que es posible sustituir, o bien la combinación de ambos de manera eficiente y en un tiempo limitado (aquellos cuya reparación pueda efectuarse sin necesidad de que el vehículo permanezca en el taller más de 24/48 horas).

La *Inspección Activa* va más allá del acostumbrado servicio de inspección y mantenimiento. La desarrolla el Asesor de Servicio quien al estar en contacto directo con el cliente tiene la oportunidad de vender más servicios SEAT, favoreciendo así la rentabilidad del Servicio Autorizado. Ayuda a cimentar la confianza del cliente, generando más negocio repetido, además de promover la competitividad de los servicios SEAT en el mercado lo que favorece al fortalecimiento de SEAT como marca.

La introducción del *nuevo Exeo* establece un paso en un nuevo territorio, la entrada de SEAT en el segmento B. Al cliente con un SEAT Exeo se le ofrecerá un talonario de cheques de las operaciones de mantenimiento a un precio especial, ya sea en el momento de la venta del coche, o cuando vaya a la Red de Servicios Autorizados SEAT por primera vez. Cada bono corresponde a una operación específica (Servicio de cambio de aceite, Servicio de Inspección de 30.000km, Servicio de Inspección de 60.000 km, etc.). *SEAT Service Menu* es una aplicación informática que permite disponer en Internet de una oferta atractiva de los paquetes de servicios para los clientes de SEAT a precios cerrados.

Vehículo de cortesía, que garantiza al cliente la movilidad que necesita. La oferta de un vehículo de cortesía debe ser un servicio especial y permanente para los clientes de taller. *SEAT Service® Movilidad* es un servicio de asistencia en carretera que garantiza al cliente una ayuda rápida y eficiente en caso de avería, accidente, robo o falta de combustible en cualquier punto de la Unión Europea y países vecinos. Este servicio está siempre disponible: 24 horas al día, 7 días a la semana; En el Exeo Service Mobility se han incluido 2 servicios exclusivos: Vehículo sustitución- Los clientes Exeo dispondrán de un vehículo sustitutivo mientras su SEAT Exeo está siendo reparado, por un plazo máximo de 5 días laborables (acorde a los daños) con seguro y sin límite de kilometraje. Grúa- Si la reparación no es factible en el lugar del incidente, el cliente podrá elegir a qué Servicio Autorizado desea trasladar el Exeo.

Fitness Plan, dirigido a los Segmentos II y III, consiste en una etiqueta o marca que incluye las mejores ofertas de inspección y mantenimiento post-venta para los vehículos SEAT.

Club SEAT: plataforma online creada para construir a largo plazo una relación de confianza y complicidad con cada uno de los clientes. Ofrece ventajas, servicios e información personalizada a sus miembros.

SEATsatisfaction: Este programa se lleva a cabo anualmente y se premia al Servicio Autorizado que consiga unos mejores resultados en la encuesta del Customer Satisfaction Survey. Proporciona una estructura de soporte para todos los Importadores SEAT, con la que podrán construir un programa de incentivos adecuado a la red:

SEAT Servicio Aeropuertos: posibilidad de contratar servicios de mantenimiento, pequeñas reparaciones y otros servicios para el vehículo mientras se está de viaje. Sólo hace falta contactar con el Servicio Autorizado para concretar los servicios deseados (48 h previas al viaje) y dejar el coche aparcado en un punto de encuentro situado muy cerca de los mostradores de facturación de la terminal, SEAT gestiona todo lo demás.

SEAT Service Programa de llamadas: llamadas telefónicas a un conjunto de clientes, para darles a conocer una oferta con un tipo de descuento. Existen dos tipos distintos de llamadas: *Fidelización-* consiste en un recordatorio, a los clientes habituales, del próximo Servicio de Inspección y mantenimiento. *Recuperación-* destinado a aquellos clientes observados en la base de datos del Servicio Autorizado que no han realizado su último Servicio de Inspección en el propio taller.

Gestión de la información técnica: *Virtual Campus*, es la plataforma para gestión de la Formación de Servicio Posventa SEAT creada por el Instituto de Servicio (Departamento responsable de la formación posventa SEAT).



TATA



Razón Social: Nissho Motor España, S.A

c/Alcalá, 55 1º Izq.

Madrid

☎ 91 660 18 14

www.tatamotors.es

Responsable Departamento Posventa- José Julián Sanz

Responsable Servicio- Jesús Sanz

Responsable Recambios- Raúl de las Heras

Responsable Formación- Subcontratado.

Dirección Gral. Posventa y Centro de Recambios:

RECAMBIA

Ctra. De Burgos Km. 32.100

28750- San Agustín de Guadalix

Madrid

www.tatamotors.es

☎ 91 660 18 14

Nº de referencias por marca: 15.000

Gestión logística: Recambia

Número Concesionarios (Turismo, Comerciales, V.I.): 61

Marcas de Recambio: Recambio original Tata

TOYOTA



TOYOTA

Razón Social: TOYOTA ESPAÑA S.L.U

Responsable Departamento Postventa-

Enrique Centeno-Fragoso

Responsable Servicio- Rodrigo Poleo

Responsable Recambios- Isidoro Mingotes

Responsable Formación- Antonio Gálvez

Dirección Gral. Posventa:

Avda. de Bruselas, 22

28108 Alcobendas (Madrid)

www.toyota.es

Centro Recambios: Abastecimiento a nivel Europeo desde *Toyota Parts Center Europe*/ 4 almacenes Europeos (Portugal, España, Francia y Bélgica), 97% Grado de Servicio.

Centro Formación: *Centro de Formación Toyota España*

Ctra. Nacional I Km 33,600

28150 SAN AGUSTÍN DEL GUADALIX (Madrid)

www.toyota.es

formacion@toyota.es

Datos formación: aprox. 160 Cursos/año en Posventa con 2050 asistentes

Número de empleados departamento postventa

marca: 40

Número Concesionarios: 80

Número Talleres Autorizados: 175 puntos asistencia posventa

Número Distribuidores Piezas Oficiales: En todos los puntos de la red de asistencia.

Número de personas PV en la red

primaria y secundaria: 1400

Marcas de Recambio: Original Toyota + Ofitifit

Número de referencias por marca:

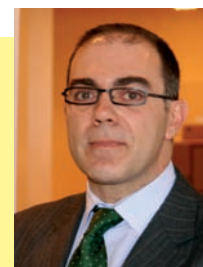
más de 100.000 Referencias. (según disponibilidad, abastecimiento entre 24h – 48h)

Nombre y breves características de los programas posventa para el usuario: ver http://www.toyota.es/servicios/servicios_toyota.aspx

Últimas ofertas promocionales para el usuario (recambios, servicios):

en http://www.toyota.es/servicios/ofertas_postventa.aspx

Programa posventa en la red para usuario y profesional, gestión información técnica para el profesional: en http://www.toyota.es/servicios/servicios_profesionales.aspx



Enrique Centeno



VOLKSWAGEN/ŠKODA/AUDI

Razón Social: VOLKSWAGEN-AUDI ESPAÑA, S.A.

Dirección Gral. Posventa:

Parque de Negocios Mas Blau II
C/ de la Selva 22
08820 EL PRAT DE LLOBREGAT (Barcelona)
☎ 93 261 73 04 (VW); 93 402 89 67 (Audi)
www.vaesa.es
www.volkswagen.es
www.skoda.es

Directiva Posventa: José Mas, *director Grupo Posventa*; Lourdes de la Sota, *directora posventa Volkswagen*; Alberto Blanco, *director posventa Škoda*; *Responsable Departamento Posventa/Servicio Audi*, Salvador Aliaga; *Responsable Recambios Audi*, Ignasi Lluveras; *Responsable Formación Audi*, Coloma Canals; *Nº de empleados departamento posventa Audi*: 13

Número Concesionarios: Volkswagen- 121 concesionarios; Škoda- 75 concesionarios; Audi- 108 concesionarios.

Número Talleres Autorizados: Volkswagen- 273 talleres; Škoda- 137 talleres; Audi- 142 talleres.

Centro Recambios: El principal almacén de recambios esta en Martorell.



Audi



José Mas



ASISTENCIA TELEMÁTICA DEL AUTOMÓVIL

SERVICIO DE TELEDIAGNÓSTICO ELECTRÓNICO

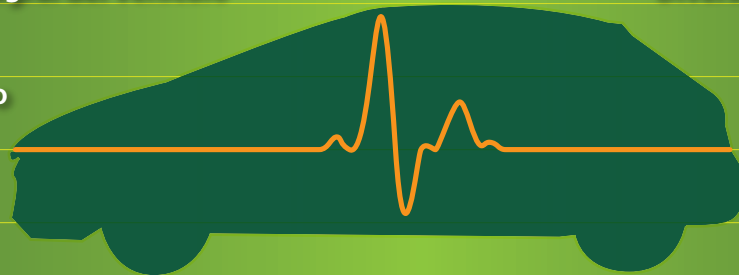
Incremento de la Rentabilidad y del Volumen de Negocio

Mantenimiento Integral del Vehículo

Diversificación de la Actividad

Disminución del Tiempo de Inmovilización

Fidelización de la Clientela



BUENDIAG le ofrece un servicio personalizado de telediagnóstico electrónico:

- Plataforma de técnicos altamente cualificados a su servicio
- Petición de Asistencia Online desde el equipo de diagnóstico
- Segunda Opinión Técnica
- Análisis de los códigos de error detectados en los calculadores
- Tele asesoramiento técnico y supervisión de las reparaciones via Control Remoto

BUENDIAG es un servicio innovador de:

Contactenos 902 33 67 33 buendiag@imaiberica.es





FICHAS

Principales proveedores de primer equipo

BOSAL



Razón social en España:

Bosal España
Carretera IV Planta Polígono Industrial Eucolsa
46520 Puerto de Sagunto (Valencia)
☎ 962 654 150 Fax: 962 665 757
www.bosal.com / bes.secretariat@eur.bosal.com

Responsable OE-OES: Eleuterio García

Marcas constructoras a las que suministra: Aston Martin, Audi, BMW, Bombardier, Buick, Cadillac, Chevrolet, Chrysler, Citroën, Dacia, Daewoo, Dodge, Fiat, Ford, Holden, Honda, Isuzu, Iveco, Jaguar, Jeep, Mazda, Mercedes, Mitsubishi, Nissan, Opel, Peugeot, Pontiac, Porsche, Renault, Saab, Saturn, Seat, Skoda, Subaru, Toyota, Volvo, Volkswagen.

Datos logísticos de suministro: 42 plantas de fabricación (OEM, OES) y 20 centros de distribución (OES y AM).

Resultados económicos del Departamento de OE-OES en 2008 y previsiones 2009: cifra de negocio: 842 millones de euros. Inversión en 2008: 35 millones de euros. Previsiones 2009: mantener volumen de facturación.

Número de referencias suministradas: en torno a 1.000

Productos suministrados más relevantes: catalizadores y ganchos de remolque.

Porcentajes de ventas OE-OES/IAM: 50/50

BREMBO



Razón social en España:

Corporación Upwards 98
C/ La Habana, 15 Polígono Industrial Centrovía
50196 La Muela (Zaragoza)
☎ 976 144 466 Fax: 976 144 560
www.brembo.com

Datos logísticos de suministro: 34 plantas de producción e instalaciones comerciales operando en 14 países de 3 continentes.

Resultados económicos del Departamento de OE-OES en 2008 y previsiones 2009: datos de 2008: turismos 61,8% de las ventas de OE; vehículos comerciales, 16,6%; motocicletas, 11,9%; competición: 6,9%; seguridad pasiva, 2% y otros, 0,8%.

Productos suministrados más relevantes: disco de freno Dual Cast cofuso para Cadillac CTS-V y discos CCM para Corvette ZR1, Alfa Romeo 8C Spider y Nissan GT-R.

DAYCO POWER TRANSMISSION



Razón social en España:

C/ Sardenya, 229
08013 Barcelona
☎ 902 444 499 Fax: 932 655 884
www.daycopowertransmission.com

Responsable OE-OES: Mario Botto Micca

Marcas constructoras a las que suministra: Dacia, Saab, Opel, Ford, Suzuki, Volkswagen, Man, BMW, Scania, Audi, Lancia, Bentley, Fiat, Renault, Mini, Maserati, Porsche, Mercedes-Benz, Ferrari, Volvo, GM, Smart, Jaguar, Citroën, Peugeot, Iveco, Piaggio, Ducati, Aprilia, Faj, Bugatti, Lamborghini, Rover, Chrysler, Land Rover, CNH, John Deere, Seat, Leyland Trucks, Steyr, Toyota y Liebherr.

Datos logísticos de suministro: Cuatro plantas de producción en Europa, tres en Norteamérica, dos en Sudamérica y oficinas comerciales en Europa, América, Asia y Oceanía.

Productos suministrados más relevantes: sistemas de transmisión de potencia, componentes como correas en aceite, de distribución, correas auxiliares y tensores automáticos para sistemas auxiliares, dampers y poleas. Correa en aceite para Ford, Mini, BMW o PSA.

EXIDE TECHNOLOGIES



Razón social en España:

Exide Technologies
 C/ Cantabria, 2 Edificio Amura
 28108 Alcobendas (Madrid)
 ☎ 915 664 800 Fax: 915 664 850
 www.exide.com / central@eu.exide.com

Responsable de OEM/OES: Jesús Velasco de los Arcos/Fernando López Saldaña

Marcas constructoras a las que suministra: Volkswagen, BMW, Saab, Nissan, Fiat, Alfa Romeo, Opel, Scania, John Deere, Seat, Man, Suzuki, Renault, Renault Trucks, Citroën, Peugeot, GM, Toyota, Chrysler, Case, Ford, Mitsubishi.

Datos logísticos de suministro: 10 plantas de producción de la división de transporte repartidas en Norteamérica (4), Europa (4), Asia (1) y Oceanía (1).

Productos suministrados más relevantes: baterías para turismo y vehículo industrial.

KOERNER



Razón social en España:

Koerner
 C/ Tintorers, Nave 32A Polígono Industrial Can Singla
 08640 Olesa de Montserrat (Barcelona)
 ☎ 937 757 132 Fax: 937 757 966
 www.grupokoerner.com / info@grupokoerner.com

Responsable OE-OES: Jaume Clotet

Marcas constructoras a las que suministra: Grupo Volkswagen, Grupo PSA, Nissan, Fiat, Opel

Productos suministrados más relevantes: diseño de matrices de estampación, ingeniería simultánea de procesos de estampación y fabricación de modelos y prototipos.

NGK



Razón social en España:

NGK Spark Plug Europe (Sucursal en España)
 C/ Frederic Mompou, 5 Planta 2ª Oficina 3ª
 08960 Sant Just Desvern (Barcelona)
 ☎ Fax: 934 990 231
 www.ngk.es / ngk@ngk.es

Marcas constructoras a las que suministra: todas.

Datos logísticos de suministro: almacén central en Ratingen (Alemania). Almacén de recambios en Barcelona.

Número de referencias suministradas: 4.000 aproximadamente.

Productos suministrados más relevantes: bujías, calentadores diésel, sondas lambda y cables de bujía.

Porcentaje de ventas OE-OEM/IAM: 70/30

MÁS PROVEEDORES DE PRIMER EQUIPO

www.airtex.es
 www.akzonobel.es
 www.conti-online.com
 www.dana.com
 www.dupont.com
 www.federalmogul.com
 www.ficosa.com
 www.gates.com

www.gkndriveline.com
 www.glasurit.com
 www.hella.es
 www.honeywell.com
 www.iada.es
 www.johnsoncontrols.es
 www.klarius.eu
 www.kyb-europe.com

www.magnetimarelli.com
 www.mahle.com
 www.mann-hummel.com
 www.michelin.es
 www.osram.es
 www.philips.es
 www.pirelli.es
 www.ppg.com

www.qhspain.com
 www.rmpaint.com
 www.robertbosch.es
 www.schaeffler.es
 www.skf.com
 www.snr-bearings.com
 www.sogefi.it
 www.spieshecker.es

www.tenneco.com
 www.tmdfriction.com
 www.ufifilters.com
 www.valeo.com
 www.wabco-auto.com
 www.zf.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