

CONTIENE

**GUÍA
2010**
www.mryt.es



DE REDES DE TALLERES EN ESPAÑA

325

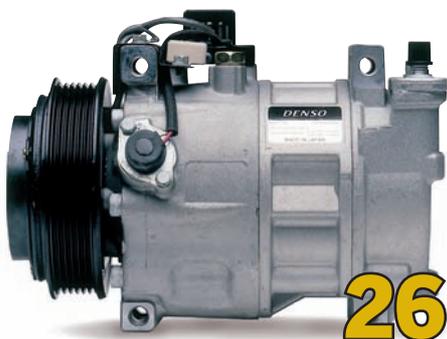
marzo 2010

www.mryt.es

mundo recambio y taller

mryt

DESDE 1980 LA REVISTA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL



26

**AIRE ACONDICIONADO
Y CLIMATIZACIÓN**

**Mercado de componentes
y maquinaria.**



**AD GRUPO
REGUEIRA**

10

Millennium Tour 2010



**IX CONVENCION
TECNO-CENTRO**

12

**Primera de la
era C.G.A.**



Equipos de aire acondicionado
ACS 600 y 650:

Piense en su taller

¡NUEVO!



Si desea modernizar su equipo de taller piense en los nuevos ACS 600 y 650 de Bosch. Esta última generación de equipos, para el servicio de aire acondicionado, proporciona la máxima eficacia y rentabilidad. Conózcalos:

- ▶ **ACS 600** Funcionamiento totalmente automático para turismos.
- ▶ **ACS 650** Funcionamiento totalmente automático para turismos y vehículos industriales.
- ▶ Proceso de trabajo frontal, para mayor comodidad.
- ▶ Base de datos integrada en el equipo.
- ▶ Indicador luminoso de funcionamiento/avería/parada.
- ▶ Rápidos, seguros y eficaces.

Son sólo algunas de las razones técnicas para que aborde las tareas de aire acondicionado con total tranquilidad.

Bosch Diagnostics: Nuestro conocimiento es su éxito.

Bosch-Diagnostics			
Software ES[tronic]	Equipos de Comprobación	Formación Técnica	Hotline Técnica

www.bosch-automotive.es



Innovación para tu vida

Además

**Brembo y
TMD, alianza
estratégica**

**GSMA Mobile
Congress en
Barcelona**

**Primer GDA
de ANGERA
en Madrid**

BRAIN BEE.
EVERYTHING UNDER CONTROL



CLIMA-9000 ULTRA-MATIC

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

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

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

Brain Bee Ibérica S.A.

Carrer de Saturn, 33 - 08228 Terrassa (BCN) - Tel. +34.93.7313802 - Fax +34.93.7862476
administracion.iberica@brainbee.com - www.brainbee.com





Fundada en 1980 por
Jordi A. Viñals Viñals

ISSN 1139-8647

Depósito Legal B-22343-1980

CONTENIDOS

Directora

Yvonne Rubio
yvonne@ceiarsis.com

Coordinador de Edición

Ernest Viñals
ernest@ceiarsis.com

Redacción

Manel Martínez
manel@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@ceiarsis.com

SUSCRIPCIONES

Departamento propio
suscripciones@ceiarsis.com

PRODUCCIÓN

Diseño y maquetación
Twotypes_Comunicació Gràfica

Impresión

Gramagraf, S.C.C.L.

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

Creación y Estudio de la Imagen
ARSiS S.L.

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

DIRECTORA GENERAL
Pilar Grau
GERENTE
Glòria Viñals
DIRECTOR ADJUNTO
Ernest Viñals

marzo 2010

Entre todos y cada uno

Ya conocerán la iniciativa desarrollada por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio-CSCC y 18 grandes empresas españolas para hacer frente a la crisis económica, a base de fomentar la confianza; les estamos hablando de **estosololoarreglamosenretodos**. La iniciativa cuenta con un presupuesto total de 4 millones de euros (ahí es nada) aportados por el Consejo de las Cámaras y las empresas participantes (algunos nombres son Telefónica, el BBVA, Banco de Santander, El Corte Inglés, aunque no figuren con sus logos), con un mínimo de 150.000 euros y un máximo de 1 millón; y sus portavoces son el jurista Antonio Garrigues Walker (con uno de los bufetes más prestigiosos a nivel nacional), el economista Guillermo de la Dehesa (presidente del Centro de Investigación de Políticas Económicas de Londres) y el político Miquel Roca i Junyent (uno de los "padres" de la Constitución), y tiene en Javier Gómez Navarro (ex ministro socialista, presidente del CSCC y de la Fundación Confianza), otro "valedor" de peso.

La campaña cuenta con una web www.estosololoarreglamosenretodos.org que se ha constituido como un foro abierto a toda la sociedad para que a través de ella se conozcan iniciativas e historias de esfuerzo, ingenio, creatividad, que animen a comportamientos y actitudes proactivas.

Además, la iniciativa se completa con anuncios publicitarios desplegados por toda España en vallas y en los medios de comunicación, tanto televisión como radio. Los 'spots' cuentan con la participación gratuita de ciudadanos anónimos y personajes públicos como Andreu Buenafuente, Ferran Adrià, Pau Gasol, Juan José Millas, Jordi Évole, Àngels Barceló, Melendi o Javier Mariscal, entre otros.

Dicen los promotores que se consultó a sociólogos, al Gobierno y a la oposición y que se trata de llamar a la acción a la sociedad civil.

Dejemos a un lado el hecho de que Gobierno y oposición más que opinar lo que deberían haber hecho (¡y que lo hagan, por favor, que nunca es tarde si la dicha es buena!) es tomar cartas en el asunto de una vez por todas e implantar medidas concretas, y obligar a que se cumplan; y dejar de marear la perdiz los unos, que si alianza de civilizaciones, ministerios del "buen rollito" y querer arreglar Europa, cuando tenemos el suelo patrio hecho un berzal; y meterse mutuamente los dedos en los ojos, los otros, peleándose por estar en la pomada, más que por aportar algo al país, que es para lo que se les paga. Que todos cobran un pastón, señores.

Dejemos a un lado el que algunas de las empresas que participan podrían predicar con el ejemplo e instaurar medidas que dejen de estrangular a empresas y empresarios, que son los que dan trabajo a la ciudadanía.

Dejemos a un lado los que critican la iniciativa, calificándola de "propaganda" encubierta del Gobierno; los que ven en la idea una forma de sacudirse la culpa, culpita y trasladar el peso de la responsabilidad a los hombros de los ciudadanos, donde también descansa, qué casualidad, el peso de las consecuencias de la situación (algo que hasta José Antonio Marina, pensador y filósofo, y uno de los defensores de la "inteligencia práctica", y de la "inteligencia ética", apuntaba en una de sus colaboraciones en la prensa generalista; quizá de una forma menos contundente que nosotros, eso sí).

Queríamos llamar su atención sobre el hecho de que, al final, más nos vale a cada uno emplear el tiempo, que es y será siempre oro, en buscar salidas, en reflexionar hasta encontrar un modo nuevo e ilusionante con el que superar la adversidad y prosperar. Y que eso es algo que venimos contándoles últimamente en este mismo espacio. Y no es que seamos profetas preclaros iluminados por divinidad alguna.

Es que es puro sentido común.

Así que pensemos y actuemos. Solos o en compañía de otros. Porque arreglarlo será entre todos pero, en realidad, la determinación a la hora de llevar lo que sea a la práctica, día tras día, es personal e intransferible.

Pero, oigan, que no pasa nada. Que hemos demostrado muchas veces que este Sector está a la altura de las circunstancias. Por difíciles que sean. Esta sólo es una más.



ACTUALIDAD

05 NOTICIAS

Un mes más, las noticias del sector, fresquitas como el tiempo...

09 FABRICANTES

Entente "vincente"

Brembo y TMD se alían para crecer en el mercado posventa español.

10 DISTRIBUIDORES

Tour Millennium 2010

AD Grupo Regueira, con febi bilstein, Federal-Mogul y Tenneco, se reunieron con los talleres.

12 TALLERES

Formación como respuesta a la crisis

Tecno-Centro celebra su IX Convención, la primera de su era C.G.A.

14 DISTRIBUCIÓN

El primer CDA de ANCERA, en Madrid

El borrador del nuevo Reglamento europeo, las aseguradoras, los CAT, los números VIN...y el nuevo presidente de AMARAUTO.

15 OPINIÓN

La teoría del taxi

Luís Unceta, de Unceta Consulting nos explica sus experiencias de aplicación sectorial.

24 EVENTOS

Barcelona, capital mundial de la comunicación móvil

GSMA Mobile Congress, para "techies" y público en general.

TEMAS DEL MES

16 MERCADO

Buena salud

mercado de aire acondicionado y climatización: componentes, maquinaria y opiniones.

09



10



12



24



25



34



noticias

HERRAMIENTA PARA EL MONTAJE Y DESMONTAJE DE CORREAS ACANALADAS ELÁSTICAS

ContiTech lanza la Conti Uni-Tool Elast

Lo último de **ContiTech** es la **Conti Uni-Tool Elast**, una herramienta universal para el montaje y desmontaje de correas acanaladas elásticas. Se puede usar prácticamente en todos los automóviles dotados con este tipo de correa y aporta



mayor seguridad en la reparación a la vez que mayor rapidez y facilidad en la operación. Recordemos que las transmisiones con correas acanaladas elásticas no poseen tensor de correa. Eso significa que los mecá-

nicos necesitan obligatoriamente en la mayoría de los casos una herramienta especial de montaje para cambiar las correas elásticas. La herramienta estira la correa en el montaje y la coloca en las poleas con una cierta tensión. De este modo la correa mantiene automáticamente su tensión.

Para promocionar este lanzamiento, ContiTech está ofreciendo como venta individual todas las correas acanaladas elásticas, que hasta ahora sólo estaban disponibles como parte de un paquete completo con una herramienta desechable, la **Conti Elast Tool Kit**.

www.contitech.es

BREVES

Japanparts, en su política de total transparencia hacia el cliente, recuerda que en sus páginas web www.japanparts.eu y www.ashika.eu y en el software de **TecDoc** están disponibles los códigos originales de sus productos. Por tanto, cualquiera puede consultar estos datos, que garantizan la elección del recambio correcto. **Ribó Representaciones del Automóvil** es el importador en España de la gama Japanparts especializada en recambio para vehículo asiático.

www.japanparts.eu

SE PRESENTA CON 237 NUEVAS REFERENCIAS

Nuevo catálogo MANN-FILTER 2010

Mann+Hummel Ibérica ha editado la versión 2010 de su catálogo **MANN-FILTER**. De ámbito europeo, esta edición se presenta más exhaustiva que nunca con 237 nuevas referencias cuyo destino son los modelos de automóviles de reciente aparición. Huelga decir que con éste catálogo cubre prácticamente todas las necesidades del parque circulante al recopilar miles de referencias en filtros de aire, aceite, combustible y habitáculo para turismos, vehículo industrial ligero y pesado, motocicletas, quads, etc.

Sobre la extensión del catálogo, a los datos les remitimos: en Europa existen 4.100 productos

filtrantes para un total de 36.000 vehículos y máquinas, divididos en 12.000 coches y furgonetas, 7.500 camiones y autobuses, 15.500 vehículos todo terreno y aplicaciones industriales y 1.100 motocicletas. La gama MANN-FILTER ofrece 125.000 claves de conversión y 140.000 aplicaciones. A escala mundial, MANN-FILTER suministra 6.000 elementos filtrantes diferentes para 76.000 vehículos y máquinas. Estos incluyen 41.000 coches y furgonetas, 9.000 camiones y autobuses y 25.000 vehículos todo terreno y aplicaciones industriales. En los mercados internacionales, se encuentran dispo-



nibles 150.000 claves de conversión y 225.000 aplicaciones.

La versión en papel, al igual que todos los años, ya está disponible desde febrero. También se puede adquirir en formato CD-Rom (que incluye una función de actualización) y se puede consultar a través de la versión on-line entrando en la web www.mann-filter.com.

www.mann-filter.es

Léelo en
mundo recambio y taller
mryt
www.mryt.es
Toda la actualidad
de la posventa del
automóvil a un click.
¿Vienes?

LA PRIMERA DISTRIBUIRÁ EN ESPAÑA LOS PRODUCTOS DE LA SEGUNDA

Acuerdo entre Impormóvil y Trico

La distribuidora de Tres Cantos (Madrid), **Impormóvil**, distribuirá en España los productos **Trico** tras el reciente acuerdo suscrito entre la distribuidora de Tres Cantos (Madrid) y la marca británica, una de las referencias en el mercado posventa de escobillas limpiaparabrisas.

Tomás Martínez, Director de Compras de Impormóvil, mostró su satisfacción tras el acuerdo: "Estamos muy contentos de añadir la marca Trico a nuestro carter de productos. El nombre de Trico significa "limpiaparabrisas" para muchos clientes en España y su integración mejorará nuestra reputación con todos nuestros clientes. Trico nos ofrece una amplia gama de productos

que es fácil de almacenar y enviar. La gama incluye tanto escobillas ExactFit convencionales y escobillas Neoform de alto rendimiento y cubre los coches más populares y los vehículos comerciales ligeros del parque automovilístico español". Por parte de Trico, explicó los objetivos de la alianza **James Edwards**, Director Gerente de la marca británica en Europa: "Como parte de nuestro plan de negocio para Europa, estamos buscando nombrar distribuidores que quieran crecer con nosotros a través de metas y objetivos comunes. Creo que con Impormovil hemos encontrado esa organización y estoy seguro de que será una asociación mutuamente beneficiosa".



De izquierda a derecha, James Edwards, Director Gerente de Trico en Europa, y Tomás Martínez, Director de Compras de Impormóvil.

Impormóvil distribuirá la gama Trico a talleres independientes, tiendas de recambios y demás actores de la posventa independiente a través de sus 37 puntos de venta. ●

www.impormovil.es
www.tricoproducts.com

BREVES

Magneti Marelli Aftermarket Parts and Services ha editado sus **tarifas** para el ejercicio **2010**. Según la firma de origen italiano los nuevos PVPs ha sido revisados para adaptarse a la situación actual y seguir siendo competitivos. Paralelamente a esta publicación de tarifas, ha anunciado la ampliación de la gama de sistemas térmicos en 94 nuevas referencias.



Con esta ampliación, este programa alcanza las 1.192 referencias entre condensadores, radiadores, electroventiladores, etc. Huelga decir que toda la oferta de reposición de Magneti Marelli es de calidad original o equivalente a la de equipo original.

www.magnetimarelli-checkstar.es

La sucursal española de **KYB Europe** se ha trasladado. Desde el pasado 22 de febrero sus nuevas instalaciones están ubicadas en la antigua carretera de Ajalvir, km 1,5 en el Polígono 42 de Alcalá de Henares (Madrid). Los números de teléfono y de fax no han variado con el cambio.

www.kyb-europe.com

Grupo Garmo ha abierto una **nueva tienda en Ibi** (Alicante). El nuevo establecimiento es de 450 metros cuadrados y las labores de reparto se realizan con tres furgonetas. El máximo responsable de este nuevo punto de venta es **Juan Antonio García**. Grupo Garmo pertenece a **Group Auto Union España** y, con la apertura de esta nueva tienda, posee ya seis instalaciones:



Albacete capital, Albacete Polígono y almacén central, Villarrobledo e Ibi y, con el nombre de Repuestos y Frenos Ciudad Real, dos puntos más en Ciudad Real y Puertollano.

www.grupogarmo.es

NACE LA FEDERACIÓN REGIONAL DE ASOCIACIONES DE EMPRESARIOS DE AUTOMOCIÓN DE CASTILLA-LA MANCHA

Nueva asociación en defensa del sector

Toledo acogió el pasado 10 de febrero la constitución de la **Federación Regional de Asociaciones de Empresarios de Automoción de Castilla-La Mancha**. Integrada en **CECAM CEOE-CEPYME** y compuesta por las cinco asociaciones provinciales de la comunidad manchega, esta nueva asociación nace con el objetivo de representar de forma unánime y coordinada los intereses del sector de automoción de la región.

La flamante Federación ya se ha puesto manos a la obra. El Presidente de la misma, **Antonio Atiénzar**, representante de la provincia de Albacete, ha anunciado que en los próximos días solicitará una reunión con la Vicepresidenta y Consejera de Economía y Hacienda de Castilla-La Mancha. En ella, le solicitará la agilización de los pagos del Plan 2000E de concesión de ayudas directas para la adquisición de vehículos nuevos. Otra de las líneas de actuación será abordar el problema del intrusismo en el sector de la automoción. ●

www.cecama.es



También hemos publicado en www.mryt.es...

- UFI Filters, proveedor tecnológico en la F1
- Nuevo Michelin Pilot Sport 3
- Falleció Juan Fernández, agente comercial levantino
- FENACOR implementará planes estratégicos a sesenta pymes del neumático
- La marca de frenos Ate ya tiene web en español
- Grupo Serca edita un vídeo-resumen de su último Congreso
- CONEPA pide explicaciones a la OCU
- Nuevo centro Confort Auto en Llanera, Asturias
- Norauto, ahora también motos y bicis
- Bridgestone lanza el Potenza S001
- First Stop, nueva campaña en neumáticos y cambio de aceite
- Las aseguradoras descreditan al Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Meyle ha rediseñado y ampliado su web
- FAUTCOVA es reconocida como interlocutor por el Gobierno valenciano
- La división de productos térmicos de Lizarte cumple diez años
- Primer curso práctica de motores de vehículos híbridos para talleres multimarca
- Jasper Tradint presenta una nueva gama de rotativos
- Publicadas las bases del 7º Concurso para Jóvenes Técnicos en Automoción
- Grupo Peña elige a Michelin como Mejor Proveedor de Recambios de 2009
- CONEPA y ASETRA, contra la campaña de Aurgi "¡Que no te claven!"

LAS MARCAS LIP O QH DEJARÁN DE FORMAR PARTE DE AFFINIA GROUP

Klarius Group ha comprado Quinton Hazell

La gigante británica **Klarius** ha adquirido el grupo **Quinton Hazell**, hasta ahora miembro de **Affinia Group**. Con esta operación el grupo Klarius prevé ampliar su volumen de negocio notablemente, hasta el medio billón de euros gracias a la ampliación de la cartera de productos que supone sumar la oferta en componentes y sistemas para automoción de Quinton Hazell. De hecho, la oferta combinada entre Klarius y Quinton Hazell permite a la primera ofrecer, tanto a la posventa como al equipo original componentes eléctricos de motor, componentes de refrigeración, bombas, filtros y correas de transmisión, sistemas completos del control de emisiones, componentes para el sistema de transmisión y sistemas de freno así como un amplio elenco de accesorios. Las marcas con las que operará en el mercado serán **Klarius**, **Quinton Hazell**, **Lip** (marca de amortiguadores fabricada por la española **Lipmesa**), **Commercial Ignition**, **Krooklok**, **Moprod** y **Friesen**. Además, distribuirá los productos **FTE** en toda Europa.

El Presidente de Klarius, **Tony Wilson**, ha mostrado su satisfacción por la compra de Quinton Hazell: "Esta adquisición es ideal para ambas empresas ya que los productos Quinton Hazell complementan ampliamente la oferta existente de Klarius, con escasas superposiciones. Tenemos la oportunidad de hacer crecer el negocio en dos sentidos: desarrollando nuevas canales para nuestra oferta ampliada de productos a nivel mundial y explotando al



Tony Wilson, Presidente de Klarius (segundo por la izquierda), con algunos de sus directivos.

máximo los canales ya existentes al ofrecer a los clientes una mayor variedad de productos de calidad por parte de un solo proveedor". Fruto de esta operación, Klarius alcanzará una oferta de más de 100.000 piezas de recambio y suministrará más de 40.000 referencias diarias a más de 5.000 puntos de suministro de 136 países.

Desde la cúpula de Klarius han apuntado que los cambios no van a ser inmediatos lo que significa que, de momento, no se han producido novedades en la estructura española de Klarius ni en los centros de Quinton Hazell en España, las oficinas de L'Hospitalet (Barcelona) y Lipmesa, en Llodio (Álava). Les mantendremos informados de los cambios que se vayan produciendo. ●

i www.klarius.eu

www.qhspain.com/www.affiniagroup.com

BREVES

José Antonio Sánchez Torres

ha sido reelegido Presidente de **GANVAM**, la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor. La Junta Directiva celebrada



recientemente le ha elegido por unanimidad por cuatro años, que se sumarán a los doce ya lleva en el cargo. Tras su reelección, Sánchez Torres ha manifestado que tiene una agenda muy apretada que afrontar y que, entre sus prioridades se encuentran la ampliación del Reglamento Europeo de Distribución y la vertebración del sector.

i www.ganvam.es



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

EL CERTAMEN DE LA POSVENTA MADRILEÑO INICIA UNA NUEVA ETAPA

Se presentó Motortec Automechanika Ibérica

Las entidades feriales IFEMA y Messe Frankfurt han alcanzado un acuerdo para organizar conjuntamente el hasta ahora Motortec. Con el firme propósito de mejorar el certamen e impulsarlo, el nuevo Motortec Automechanika Ibérica se celebrará del 29 de marzo al 2 de abril de 2011.



De izquierda a derecha, Fermín Lucas y Luis Eduardo Cortés, Director General y Presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA y Detlef Braun y Stephan Kurzwski, miembro del Comité de Dirección de Messe Frankfurt, y Director de Automechanika Global respectivamente.

El pasado 12 de marzo se presentó oficialmente **Motortec Automechanika Ibérica**, certamen que sucederá a **Motortec**, salón de la posventa que se celebraba en Madrid bianualmente desde 1991. Esta nueva etapa está marcada por el acuerdo suscrito entre las entidades feriales **IFEMA** y la potente **Messe Frankfurt** y que, en teoría, debe dinamizar la feria en todos los aspectos: número de expositores, de visitantes, de servicios, etc. De hecho, este acuerdo es el inicio de una colaboración más profunda entre ambas entidades que se basa en dos pilares: la transferencia de las estrategias de marketing en ferias profesionales y la promoción de la internacionalización de sus expositores mediante la red de ventas de Messe que cubre 150 países.

Luis Eduardo Cortés, Presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA, mostró su satisfacción por el acuerdo y subrayó que el término "Ibérica" expresa la voluntad de proyectarse más allá de Portugal, el nuevo salón aspira a ampliar su zona de influencia a la América de habla hispana y al norte de África. Preguntado sobre el acuerdo iba a suponer un cambio de gestión también justi-

ficado por la insatisfacción de los expositores y visitantes en las últimas ediciones de Motortec, Cortés respondió: "Primero detectaremos si es cierto que existe ese malestar entre los expositores y, caso de ser así, se corregirá". Al hilo de esta cuestión, **Stephen Kurzwski**, Director de **Automechanika Global**, lanzó un aviso a navegantes: "Existe la firme voluntad de aprender de los errores cometidos y se pretende mejorar la feria, ofreciendo una plataforma mucho mejor de lo que ha sido Motortec en las últimas ediciones".

Motortec Automechanika Ibérica cuenta con el compromiso y apoyo de las asociaciones sectoriales españolas como **SERNAUTO** (se hallaba presente su Director General, **José Antonio Jiménez Saceda**), **ASETRA/ CONEPA** y **GANVAM**, así como de la principal patronal de Portugal, **ANECRA**. Presente también en el evento se encontraba **Miguel Ángel Cuerno**, Presidente de **ANCERA**, entidad que está valorando actualmente su apoyo explícito al proyecto ferial (ver recuadro). ●

📄 www.ifema.es
www.messefrankfurt.com

ANCERA se posiciona

La patronal está disgustada porque no se ha contado con ellos, máxime cuando Motortec nació de la mano del canal independiente y de la distribución en particular. Un antecedente similar produjo gran revuelo y se saldó con la dimisión del representante de **ANCERA** en el Comité Organizador de Motortec. La patronal de los recambistas vincula su apoyo a **Motortec Automechanika** a recibir explicaciones convincentes del director de la feria y del secretario general de **IFEMA**.

Por otra parte, **ANCERA** ha decidido no apoyar a **MotorMecánica** en Zaragoza. Argumenta que ha sido un planteamiento realizado de espaldas a la distribución e, incluso, se considera "engañada" por sus promotores, acerca de los apoyos con los que contaba la manifestación ferial.

En cuanto a **Expomóvil Comercial**, se apoyaría si fuera en primavera de 2012, es decir, dos años después de lo que actualmente se ha planteado. No obstante, los principales valedores de la misma (**CIRA** y **UPM**) están contactando a los distribuidores y deben confirmar estos cambios. ●

📄 www.ancera.org

Mar de fondo ferial

En los últimos meses se están produciendo muchos movimientos en el panorama ferial de la posventa del automóvil en España. Ya se ha confirmado que **Motortec** inicia una nueva etapa tras el acuerdo entre las entidades feriales **IFEMA** y **Messe Frankfurt**. Pero hay más. Días antes se presentó **MotorMecánica 2011**,



una Feria de Equipos y Componentes para Automoción impulsada por el **Gobierno de Aragón** y que está previsto que se celebre en Zaragoza del 23 y 26 de febrero de 2011. De momento, no obstante, no cuenta con ningún apoyo sectorial y aún no se han entablado contactos con los industriales de la región. En Barcelona, y bajo el nombre de **Expomóvil Comercial**, también se quiere organizar una feria, que representaría el retorno de la "antigua" Expomóvil. Cuenta con el apoyo firme de **UPM** y **CIRA** y, aunque en principio se pretendía celebrar este 2010, los impulsores de este proyecto están negociando con las diferentes partes implicadas para dar oficialidad a esta Feria que, eso sí, se celebraría finalmente en 2012.

LOS DIRECTIVOS DE BREMBO ESPAÑA Y TMD FRICTION REUNIERON A LA PRENSA ESPECIALIZADA PARA EXPLICAR EL ACUERDO

Entente "vincente"

Todos ganan. Ese es el resumen. Un acuerdo que no es distinto de lo que viene realizándose en otros países de Europa y que supone ventajas para ambas compañías, además de la posibilidad de alcanzar mejores cuotas en el mercado.

Para dar a conocer de una forma más cercana el acuerdo al que han llegado, **Benito Tesier**, de **Grupo Brembo España**, **Josef Besting**, señor vice president aftermarket, **David Baines**, director sales, marketing and strategy, y **Rafael Bravo**, director de marketing de España y Portugal de **TMD Friction**, convocaron a la prensa especializada para explicar los pormenores del acuerdo y despejar dudas sobre la idoneidad del mismo en el mercado. Satisfacción y grandes perspectivas, ese fue el sentir general de los directivos de ambas compañías.

La fricción es cosa de dos

Durante la jornada, el primero en ofrecer sus impresiones fue **Josef Besting**. En su opinión, la fricción es un tandem, ya que la primera imagen mental es la que implica a disco y pastilla, y ello lleva a los profesionales a plantearse el partenariado que pueda existir entre los productores de ambos elementos. Para reforzar esa idea, ofreció como dato la rotación de cambio: las pastillas se cambian de 2,5 a 3 veces más que los discos, pero cuando se cambia el disco, el 100% de las veces se cambia la pastilla. Una vez situada, pues, la estrecha vinculación entre los dos elementos y sus productores, Besting mencionó a **Brembo** como líder en el mercado de discos, especialmente en España (descrito como un mercado peculiar en Europa, muy atomizado), por lo que el acuerdo con unas marcas líderes en fricción (**Textar** para turismo e industriales en calidad OE, y **Mintex**, la solución para el IAM) entraba en la lógica de ambos productores que, además ya están colaborando en otros países (en Italia, ambos trabajan conjuntamente desde hace 40 años con el mismo distribuidor, disponiendo de una cuota en fricción del 25% en IAM).

ADN similar, colaboración como respuesta a los nuevos retos

Para **Benito Tesier**, esta es una solución de potencial industrial para que la fuerza de dos fabricantes sea canalizada y utilizada en el IAM: sumar esfuerzos, concentrar en un solo punto la oferta (desde este mes de marzo, y desde los almacenes de Brembo en Zaragoza: 15.000 m2 con entregas a toda la península en 24h) implica para el cliente simplificar,



(De izquierda a derecha) Rafael Bravo, Benito Tesier, Josef Besting y David Baines.

reducir costes, facturas, agilizar servicios, actualizaciones. Brembo, explicaba Tesier, se ha esforzado por ofrecer una línea completa en frenado con calidad "Premium", lo que en su momento significó dar un paso por ofertar pastillas; con este acuerdo ("no es una absorción, sino una colaboración" insistía el director general de Brembo, aunque la operativa implique que el equipo de TMD se integra en el de Brembo, quien liderará la responsabilidad comercial de las marcas implicadas, con dos equipos: Turismo y VI, para aportar especialización), los fabricantes mueven ficha por ayudar al sistema de distribución español, y responder a los retos de competitividad que la coyuntura del mundo y el mercado de la automoción, muy cambiante, está poniendo en la actualidad de los profesionales que se mueven en él. Ello es más fácil cuando las compañías disponen de lo que Tesier llamó "un ADN similar" es

decir, que la tipología de clientes es común en un 70%.

Más y mejor

Ya se está negociando con la distribución para este ejercicio (y algunos acuerdos con determinados grupos ya están en una fase muy avanzada); los directivos esperan que el escenario en 3 a 5 años suponga un gran salto cualitativo en volúmenes, de una forma que definieron como "natural" (porque ya se produce en otros países), aportando servicio y soluciones al mercado. ●

📍 www.brembo.es
www.tmdfriction.es

AD GRUPO REGUEIRA, MIEMBRO DE AD PARTS, CONVOCA A SUS CLIENTES EN DIVERSAS LOCALIDADES

Tour Millennium 2010

AD Grupo Regueira finalizó el pasado 25 de febrero su tour de presentación del Programa Millennium a los talleres de su zona de influencia, contando para ello con la colaboración de febi bilstein, Federal-Mogul y Tenneco.



Fueron cuatro semanas intensas en las que **Grupo Regueira**, socio del grupo **AD Parts**, estructura comandada por su gerente Ramón Regueira, ha convocado a sus clientes de reparación centralizando reuniones en diversas localidades, para darles a conocer los aspectos que se han incluido este 2010 en el conocido y completo programa **Millennium** que los miembros de AD ofrecen como apoyo al taller.

Para este cometido han contado con la colaboración de tres de sus proveedores: **febi bilstein**, **Federal-Mogul** y **Tenneco**, cuyos representantes han podido contactar directamente con los reparadores, dándoles a conocer sus



compañías, productos y servicios, resolviendo sus dudas y ofreciendo sus soportes de valor añadido, estrechando así su relación con el usuario de los productos, que pudo contemplar algunas de las piezas más relevantes de



la oferta en las muestras dispuestas en las diversas salas.

Durante todo este mes de febrero, Regueira ha realizado presentaciones en las localidades de *Xinzo, Viveiro, Pontevedra, Orense, León, Lugo, Carballo, Santiago, Vigo, Ferrol* y *A Coruña*, concitando a talleres de las diversas zonas en un punto de reunión, donde los reparadores pudieron conocer los planes del completo Programa Millennium para este 2010, especialmente en lo que a formación se refiere.



Vigo, como muestra del Tour

Asistimos a una de las reuniones más multitudinarias, la que se celebró el pasado martes 23 en Vigo, y que contó con la asistencia de más de 120 talleres.

Ejerció de anfitrión **José Manuel Carro**, responsable de la tienda de Regueira en Vigo



quien, tras la presentación de la compañía y del Grupo al que pertenece, pasó a comentar detalles del Programa Millennium, como la identificación de los talleres que se adscriban, además de exponer detalles de los contenidos de formación que ofrecerán a los talleres.

Este 2010, y durante los dos primeros meses de este año, se están impartiendo cursos de formación sobre el *Mercedes C220 CDI* en el que se analizan las distintas claves tecnológicas del modelo. Para junio y julio se ha previsto que la temática técnica analice el *Opel Astra 1.7 CD Ti*, y de octubre a diciembre se analizará al detalle el *Toyota Prius*, un modelo de propulsión híbrido, una tecnología que se enmarca en la tendencia ecológica de los constructores y que cuenta con cada vez más unidades en el parque móvil español.

Estos cursos tienen una cuota económica que el taller debe abonar, si bien se ha previsto una devolución de hasta el 100% de su importe, según consumo al distribuidor.



bujías para Ferrari y Renault en F1, un producto que los talleres pudieron ver y tocar ide 1.700 euros por unidad!.

Por su parte, **Roberto González**, director comercial de zona de **Tenneco** habló a los talleres sobre las marcas de la multinacional, ofreciendo como dato que sus productos se canalizan en un 80% a equipo original, siendo el restante 20% destinado al mercado independiente. González estuvo dando detalles de la gama completa de suspensión, el programa de muelles, y el **Quick Strut** un módulo completo de suspensión, informando sobre la campaña de promoción al taller por la que se propone al conductor que cambie los 4 amortiguadores y si en 90 días no queda satisfecho, se reembolsa el importe.

Javier Minguell, director de ventas de Turismo de **febi bilstein** realizó la presentación de su compañía, que recientemente han incorporado más profesionales a su equipo humano para dotar de mayores valores añadidos a sus clientes de la distribución y al reparador. Minguell realizaba un análisis de la situación del mercado posventa español, comentando que el canal constructor está pasando por momentos de dificultad en las ventas de los modelos, por lo que está ejerciendo una presión mucho mayor en el aspecto posventa, realizando acciones más agresivas que nunca antes se había planteado. Ante esta tesitura, el taller independiente debe



Los proveedores interactúan con el taller

Tras la intervención de Carro, **Pere Banús**, director de marketing de **Federal-Mogul Ibérica**, expuso a los asistentes detalles sobre su compañía, las divisiones de producto, marcas, los certificados de calidad de que disponen sus productos (que son suministrados en primer equipo al constructor), los esfuerzos en I+D+i, mencionando también la colaboración tecnológica con otros proveedores de sistemas de equipos de origen. Para resaltar su participación en competición, se sacó del bolsillo de las



posicionarse en un nivel de mayor especialización empresarial, dotando de mayor fuerza a su imagen y profesionalidad ante el usuario.

Minguell presentaba a la marca de su compañía, febi, como una aliada estratégica, incidiendo en la fuerza de ser un proveedor global (recogido en su slogan "Todo lo que necesita"), y resaltando las líneas de producto que oferta la compañía desde su sede en Zaragoza: piezas de chasis, motor, eléctrico, resortes, soportes de motor, piezas de caucho metal, etc. febi bilstein, además, ha implementado en su equipo humano los apoyos especialmente pensados para dar respuesta a las necesidades del taller.



Y ya, más relajados...pulpo

Tras el agradecimiento de José Manuel Carro a todos los asistentes se daba por concluido el evento, que tuvo un detalle con **Manolo Carballeiro**, responsable de la tienda de Vigo de Regueira, obsequiándole con una tarta para celebrar su 60 cumpleaños.

A partir de ahí, *polbo a feira* para todos, que es como se dice allí pulpo a la gallega. ●

i www.regueira.com
www.adparts.com

IX CONVENCIÓN TECNO-CENTRO 26 AL 28 DE FEBRERO, EN SEGOVIA

Formación como respuesta a la crisis

La reunión de la red de talleres se celebraba en la localidad castellano-leonesa, siendo la primera reunión de la nueva estructura C.G.A.; casi todos los miembros acudían a la cita, en la que se contaba también con la presencia de los proveedores en una muestra de producto.



La red **Tecno-Centro** es una iniciativa puesta en marcha por el grupo de distribución **Centro Holding España** que, tras el reciente acuerdo de concentración entre Centro Holding y Grunosur, que ha dado lugar a la nueva sociedad **C.G.A. (Concentración y Gestión Asociada, S.L.)**, o lo que va a ser lo mismo, **Centro Grunosur Asociados**, despertaba mucha expectación por ser la primera en la que Alejandro Vicario participaba ya como gerente de la estructura resultante.

C.G.A., no obstante, avisaba mediante una nota de prensa que no se iban a hacer declaraciones que no tuvieran que ver con la reunión. Por ello, **Dulce Rodríguez**, coordinadora de la red, tras dar la bienvenida a los numerosos asistentes, presentó a Vicario como líder de C.G.A. pero éste se limitó a saludar a los asistentes especificando que, por hallarse en un evento de la red, no quería desviar la atención de ese tema, mostrándose dispuesto a responder cualquier consulta que tuviera que ver con la misma. En su breve intervención, tuvo palabras de elogio: "debemos felicitarlos por cómo estamos llevando la red".

Acciones 2010

Rodríguez pasó inmediatamente a comentar diversas informaciones respecto a las actividades de la red, situando el contexto comentando un recorte de prensa: en él se recogía que un 30% de los concesionarios peligra por los efectos de la crisis. Afirmó que esta situación es beneficiosa para la posventa independiente. También explicaba que el nuevo Reglamento

que se está preparando en Bruselas supone ventajas para el taller; recordando el principio "el que paga, manda" les recordó a los talleres dos puntos clave del 1400/2002 que quedan incluidos en el borrador actual: que el usuario no pierde la garantía de la marca si se realizan los mantenimientos en el taller independiente, conminando a los talleres a sellar el libro de mantenimientos, y que no es obligatorio usar recambios con la marca del constructor.

Comentó que los bonus para este año serán similares a los del año anterior, pasando a explicitar uno de los puntos fuertes que se han previsto, como respuesta a la situación contextual adversa: la formación.

Formación, ampliada

La coordinadora de la red mencionaba ya en su introducción que los esfuerzos de los integrantes deben dirigirse a la profesionalización en



áreas en las que quizá no se tienen tantos conocimientos, y por ello, a los tradicionales cursos de Bosch se añadían este año nuevos temas en virtud de los acuerdos alcanzados con las compañías **Tecnomóvil** (que prepararán cursos sobre vehículos híbridos), **Cars Marobe** (cuyos cursos incidirán en el multiplexado), **Estrategor** (quien trabajará la información comercial), y **Actia** (la temática serán los mantenimientos de la electrónica de los modelos).





Manuel de Vicente, de Estrategor, explicando su aportación a la red, centrada en la formación comercial.



Jesús Charlán, en su intervención que se centró en animar a los talleres a la proacción.



En la charla se produjeron las intervenciones de los talleres asistentes.

Serán 22 cursos, ampliándose las zonas en las que se desarrollarán (*Valencia, Málaga, Murcia, Badajoz*), ampliándose también las plazas disponibles (con un máximo de 14 plazas por curso) y con coste cero para el taller, ya que vienen íntegramente financiados por C.G.A.

Porqué Formación Comercial

Para explicar con algo más de detenimiento el programa de formación comercial 2010-2011, **Manuel de Vicente**, de Estrategor, realizó una charla informativa.

Argumentó la necesidad de esa formación por la propia evolución del consumidor, más informado y exigente, más difícil de satisfacer, al que hay que seducir y porque en un contexto de crisis ("sin fecha de caducidad y con perspectivas de empeoramiento"), la información técnica es insuficiente y se debe reaccionar con una estructura sólida.

La respuesta es una **Escuela de Formación** que ofrezca:

- Un catálogo de formación más amplio, con un colectivo formado mayor, no sólo los técnicos, sino el equipo de gerencia, administración, etc.
- Formación útil y rentable, es decir que el curso compense la inversión realizada en tiempo y merma de productividad.
- La mejor formación, con el objetivo de liderar la reparación española.

Para ello presentó cinco **Módulos Comerciales**:



Los proveedores departieron con los talleres, a quienes mostraron de forma directa sus productos.

Gestión: sin pretender realizar una carrera de cinco años, proporcionar una perspectiva que haga conocer el negocio desde las entrañas para poder tomar las decisiones adecuadas.

Cliente: conocer los Derechos de los Consumidores para prevenir los aspectos jurídicos de una situación conflictiva.

Técnicas de dirección: un curso que, según dijo, sólo tiene Tecno-Centro en el que se trate el liderazgo, la retribución, gestión de conflictos o selección de personal.

Argumentación comercial y Ventas: para que todo el equipo hable el "lenguaje del cliente", conectando con él y transmitiendo confianza, para no "asustarles con una exposición que suena a 500 euros"

Marketing y nuevas oportunidades de negocio: para dar a conocer herramientas y métodos con los que "enganchan" al cliente.

Terminó con una fábula cuyo mensaje trasladaba la responsabilidad del éxito a las manos del taller. Seguidamente se solicitó que los asistentes valoraran cuáles de los cursos propuestos eran de interés.

A por el queso

Jesús Charlán planteó su exposición, que giraba entorno al libro "*Quién se ha comido mi queso*" en dos partes: Reflexiones ante el cambio y Acciones ante el cambio, apoyándose en una película de animación. La reflexión

sobre los personajes (el pasivo y quejica, el inicialmente pasivo y temeroso, pero más decidido, los proactivos atrevidos) llevó a la conclusión de que si bien el cambio produce temor, hay que sobreponerse, ser proactivo manteniendo una actitud positiva para generar mejoras.

Mencionó el "*Plan Cangrejo*" que consiste en proyectar los deseos empresariales a 10 años vista e ir retrocediendo en el tiempo para decidir qué hay que hacer en cada salto atrás para conseguir llegar a la posición de partida hasta llegar a saber lo que hay que hacer mañana mismo.

Aquí se produjo la intervención de los talleres, que exponían sus dificultades: la carga de la tradición, los impagados, llegando a la conclusión de que hay que recuperar el "contado" tradicional y enamorar al cliente con la imagen corporativa.

También mencionaba que debe medirse la calidad del servicio, preguntándole al cliente el grado de su satisfacción, aprovechando la cercanía de trato con él.

Exposición de Proveedores

Tras las charlas, un tiempo para conocer de primera mano la oferta de los proveedores: **Bosch, Valeo, Continental, Bosal, Motul, Osram, y Sachs** expusieron sus productos y departieron directamente con los talleres, celebrándose un sorteo de obsequios entre los profesionales reparadores asistentes.

Ocio con "Ciclogénesis explosiva"

A partir de ahí se daba paso al programa de ocio, que iniciaba con una cena en el *Convento de Mínimo* estando al día siguiente preparado un programa al aire libre que no pudo realizarse del todo (el planteamiento era visitar *La Granja* y sus jardines, con almuerzo en el parador, y la *Real Fábrica del Vidrio*) debido a la climatología adversa. Para finalizar, cena de gala en el *Hotel Cándido*. ●

www.tecno-centro.com

El primer CDA de ANCERA, en Madrid

Además de informar sobre el borrador del Reglamento Europeo y su incidencia en la posventa, se habló de las aseguradoras y se presentaba al relevo en la presidencia de AMARAUTO.



Contando con numerosos asistentes, tanto por parte de los proveedores de componentes, miembros de la distribución, talleres, entidades vinculadas a la posventa como de la prensa especializada, la reunión estuvo presidida por **Reyes Fernández**, actual presidente de **AMARAUTO**, la asociación madrileña de recambistas (presentándose a **David Iglesias**, de Interauto, como próximo sustituto en el cargo) y por **Miguel Ángel Cuerno**, presidente de **ANCERA**.

Fernández, tras agradecer la presencia a los asistentes, centró el tema de la Reunión al hilo del borrador del Reglamento de exención para la posventa presentado por parte de la CE, mencionando que, tras ocho años de la publicación del Reglamento 1400/2002, cuya vigencia termina en mayo, desde la patronales se ha intentado divulgar y consolidar los derechos del usuario, recogidos en el texto; "se ha avanzado mucho", dijo "y ahora hay que aprovechar la oportunidad que el nuevo texto brinda para posicionar adecuadamente al sector multimarca independiente", añadía.

Por su parte, en la intervención de Cuerno se mostró (mediante el vídeo corporativo que fue elaborado hace un par de años) la labor de la patronal de la distribución española.

El Reglamento, cosa de dos

Sobre el borrador del Reglamento y sus actores, presentó una situación polarizada, con dos actores principales que han mantenido un fuerte pulso: los constructores (representados por **ACEA**, la asociación europea de constructores de auto-



móviles –enfazando la palabra "constructores", ya que, en su opinión supone reconocer que son meros montadores de piezas que son proporcionadas fundamentalmente por los Fabricantes de Componentes-) y las PYME incluidas en el lobby **ECAR Europa** (un millón de empresas, y que en nuestro país tiene su reflejo en **ECAR España**, apoyado por patronales de talleres, consumidores, fabricantes de componentes, comerciantes de neumáticos, etc.).

Explicó que la Comisión Europea mantiene un Reglamento de exención para la posventa (para la venta y reventa de VN desaparece y se dan tres años para regular la situación), dado que entiende que el canal independiente debe ser protegido para garantizar los derechos del consumidor.

ECAR ha pedido incluir en el borrador del texto (cuyo periodo para emitir alegaciones terminó el pasado 10 de febrero) varias solicitudes:

- Que sea obligatorio desde los Gobiernos de

los estados miembros realizar una campaña de información sobre los derechos de los usuarios de escoger dónde reparar los vehículos durante el periodo de garantía.

- Que los distribuidores sean operadores independientes.
- Que la información técnica sea abierta para TODOS los operadores independientes (es decir, a todos los agentes del sector, entre los que estarían los distribuidores, quienes se encargarían de ofrecer servicio a sus clientes los talleres, facilitándoles la tarea de localización de información técnica).
- Que el doble marcaje de las piezas sea obligatorio.
- Que se clarifique que el derecho de elegir taller es también para los mantenimientos, no sólo para la reparación.

Una vez publicado el texto oficial, la ley refrendará el poder de competir del canal independiente, que no debe tener problemas en abrir el abanico de clientes yendo también a los concesionarios.

La posventa: más talleres y mayor concentración de la distribución

Sobre este canal, hizo hincapié que de 6.500 servicios oficiales (canal posventa secundario de las marcas) existentes hace seis años, quedan unos 4.000, pasando el resto a ser talleres multimarca independientes o afiliados a redes de fabricantes o distribuidores, lo que supone que se han ganado clientes, insistiendo en que se sigue dependiendo de la mayor masa crítica de reparación de Europa, a pesar de las especulaciones sobre los cierres de negocio "solo cierran un 3% de los talleres, un porcentaje que se ve equilibrado por las nuevas aperturas", dijo el presidente de ANCERA: la distribución española, comentó el proceso de concentración empresarial que se está experimentando, ya que sigue habiendo 4.500 tiendas pero en manos de menos propietarios.

Las aseguradoras, un nuevo competidor

Cuerno se refería a las actuales prácticas de las aseguradoras (dando nombres: *Axa*, *Línea Directa* y *Pelayo*) como lesivas para el sector independiente: "Venden seguros baratos, pero para compensar ese margen que no se ingresa, le dicen al usuario dónde reparar –acordando con los talleres sus propias redes de reparación- y al taller dónde comprar recambios (sólo en determinados concesionarios, algo que tampoco gusta a las asociaciones de concesionarios del constructor)".

No es posible la negociación para que la distribución independiente sea proveedora de las aseguradoras, afirmaba: "intentar ponerse de acuerdo con las aseguradoras es perder el tiempo", dijo, sólo sirve para darles información y se corre el peligro de volver a una situación de pérdida de mercado, que ya se vivió con las lunas de los automóviles. "Esta situación debe pararse", reclamaba, y para ello anunció acciones desde el **Foro de la Automoción**.



Consciente de que es una situación en parte "consentida" por el taller, lo que impediría determinado margen de maniobra, hizo una llamada (tal como se hizo en su día con Citroën) a "combatir" en el día a día anulando seguros con las citadas compañía, y mencionando sus defectos.

Recordó que el **10 de junio** se va a llevar a cabo el **Congreso de ANCERA en Bilbao**, animando a los distribuidores a acudir, cerró la intervención agradeciendo a Reyes Fernández su dedicación, a los 45 socios de AECAR que con sus cuotas pagan

los beneficios que el resto del sector extrae. Acto seguido se abrió el debate.

Las preguntas de la concurrencia

Entre los asuntos que se manifestaron, preocupó la existencia de máquinas de taller que, aún siendo de la misma marca que el recambio empleado, no realizan su labor por bloqueo de información; Cuerno explicaba que la necesidad de que toda información técnica de los vehículos sea libre antes de ponerlos a la venta es lo que se está trabajando con las normas **Euro V** y **Euro VI**.

Otra de las dudas explicitadas fue sobre el número **VIN**, cuya necesidad de conocerlo en su totalidad (actualmente sólo 12 de los 17 dígitos son abiertos) no queda recogida en el Reglamento. Cuerno explicaba que la problemática, una vez más, está en la presión del constructor para que no se conozca apelado a que su citación es difícil por la actual crisis y que es una información de seguridad; actualmente el sector independiente lo solventa mediante el empleo de herramientas como **TecDoc** y sus cruces de equivalencias pero se está intentando conseguir esa apertura total, algo que estaría ya cerca debido a que la cifra de devoluciones improductivas llega al 20%.

Se habló de los desguaces como competidor de los distribuidores; Cuerno hablaba de ellas como empresas legalmente establecidas que aprovechan los resquicios legales para su actividad profesional. Explicó que **SERNAUTO** y **ANCERA** solicitan que los CAT marquen las piezas cuando vuelvan al canal, puesto que si se reutilizan ya no son un residuo y deben responder sobre su seguridad; Cuerno informaba de que, en la actualidad, se han elevado preguntas ante el *Ministerio de Medio Ambiente* que ponen el acento en esa necesidad de marcarjes. ●

 www.ancera.org
www.sernauto.es
www.amarauto.com

La teoría del taxi

Luís Unceta es el director gerente de Unceta Consulting SL, una consultora de operaciones y estratégica, constituida por un grupo de profesionales con amplia experiencia ejecutiva en el sector de componentes de la automoción y en la distribución de piezas de recambio, en entornos internacionales (Europa y Asia) y con sede en Barcelona. A lo largo del año, nos va a ofrecer su visión de la actual situación sectorial.

La semana pasada me disertó un taxista, con mucha experiencia en su volante, una teoría aplastante, en cuanto a su lógica, su simplicidad y su claridad.

El caso es que me explicaba cómo había caído la demanda en el sector del taxi en Pamplona y su comarca, y cómo había compañeros que lo estaban pasando muy mal. Hablaba como si la crisis o la bajada de pasajeros no fueran con él, y le pregunté que si a él no le afectaba la situación.

Entonces me explicó la *Teoría de los 7 años*, según él famosa, pero que todavía hoy no he podido encontrar recogida en ningún sitio de Internet: Los ciclos de la economía cambian cada 7 años; conocedor de dicha "teoría", nuestro protagonista siempre se preparaba durante los ciclos buenos para pasar el malo lo mejor posible; me pareció una especie de hibernación humana.

Me comentó cómo sus compañeros, en el ciclo bueno de la economía, compraron Mercedes a crédito, y él un Skoda con poco préstamo; cómo veía que sus compañeros se compraban casa nueva, incluso casa de veraneo con hipotecas del 80% y a veces del 100% del valor de la vivienda, cómo comenzaban a trabajar menos, a alquilar el taxi, a salir más de la cuenta... Ahora sabe que él hizo bien la tarea de acumular en bonanza (como la ardilla, o la hormiga de la fábula) y que siempre pensó en el largo plazo. En que la posibilidad de que sus ingresos menguaran en el futuro era una posibilidad real. Por eso no se endeudó excesivamente, porque no lo podría pagar en el futuro, y ahorró siempre pensando en las vacas flacas futuras, que tenía como cierto (según su Teoría de los 7 años), que llegarían.

La verdad que me impresionó tanta sencillez en la explicación, tanta experiencia en las palabras y tanta verdad como un templo que

muchas veces no queremos y no hemos querido escuchar.

Hoy, en nuestro sector, vemos algo parecido; como en todos los sectores de nuestra economía, incluso en el Gobierno: unos han pensando como la ardilla en verano, que come cuatro y guarda una, pensando en el duro invierno; que sabe, por experiencia vital, que el invierno llegará tarde o temprano; y otros hemos pensando, y nos hemos convencido - en una especie de borrachera de bonanza -, que nunca llegaría el invierno.

No sé si se ha escrito sobre esta *Teoría de los 7 años*, pero la llamaré la **Teoría del taxi**, y espero recordarla cuando retornemos al "verano" que, a este paso, parece que lo de los 7 años va a ser verdad.

Esperemos que sean menos... ●

Luís Unceta
Unceta Consulting
 www.uncetaconsulting.com



Buena salud

La posventa del sistema de climatización goza de buena salud. Aún en expansión por la generalización de los sistemas de aire acondicionado y climatización automática, ofrece muchas posibilidades comerciales siendo su principal achaque, la estacionalidad que, aunque remite, aún la diagnostican los principales actores de este mercado.

Hay disparidad de opiniones a la hora de valorar el ejercicio 2009 entre los proveedores de **componentes para el sistema de climatización y aire acondicionado**. Este mercado en particular se antoja muy subjetivo ya que se parte de años de elevado crecimiento, crecimiento paralelo a la generalización de los sistemas de aire acondicionado y climatización automática por lo que los descensos sobre el crecimiento son percibidos como más acusados de lo que realmente son. La prueba es que la inmensa mayoría sí que coincide en valorar que este mercado posventa es potencialmente muy productivo, de futuro y de grandes posibilidades. Por tanto, lo que es estancamiento o descenso de ventas en climatización ya lo quisieran para sí muchos otros mercados de la posventa.

La influencia de la crisis

La mayoría de fuentes consultadas considera que la situación de recesión económica del pasado ejercicio ha influido en el mercado, desde muchos puntos de vista tal como expresan en sus opiniones.

Una de ellas es clara y contundente: *“Creo que, en general, el comportamiento del mercado en 2009 ha sido de estancamiento. Ha influido el entorno económico no propicio en general que ha provocado que distribuidores, talleres y usuarios anduviesen con muchísima cautela”* opina un distribuidor especialista en climatización y referente del mercado posventa.

Un fabricante líder explica: *“En el recambio el pasado año las ventas se incrementaron debido al buen tiempo que hizo durante los meses de verano. Por otra parte estamos comparando con el año 2008 que fue malo precisamente por el mismo motivo, por lo que el incremento era de esperar. La influencia de la crisis económica se notó en el retraso de la demanda, reduciéndose los pedidos habituales de preparación de la temporada al mínimo, aunque luego se pudo recuperar durante el verano”*. Otro fabricante se expresa en los siguientes términos: *“Si hablamos exclusivamente del ejercicio 2009, y debido fundamentalmente a la situación económica, podríamos estimar que el mercado se mantuvo estable o en ligero crecimiento, con fuerte influencia de los ajustes de stock que se llevaron a cabo en la distribución el pasado ejercicio”*.



En los últimos años han aumentado notablemente las intervenciones del taller relativas al sistema de climatización y aire acondicionado.

Más pros que contras

El **mercado posventa** de componentes de climatización y aire acondicionado es **pujante** y presenta un muy **buen futuro a corto y medio plazo**. Al menos ésta es la opinión mayoritaria del sector que ha analizado para Mundo Recambio y Taller el mercado en el que operan.

Un destacado fabricante expone ampliamente cómo ve este mercado: *“Las ventas lógicamente se irán incrementando siempre que el parque circulante equipado con climatizador vaya adquiriendo antigüedad y el propio usuario vaya primando la calidad por encima del precio. No olvidemos que en el vehículo el equipo de clima ha dejado de pertenecer al confort, pasando a formar parte de la propia seguridad del conductor y del resto*

de ocupantes. No obstante, sigue existiendo cierta estacionalidad, aunque cada vez menos debido a que los vehículos van equipados con climatizador, lo cual origina que tanto el compresor, los ventiladores y los propios reguladores de velocidad de los aireadores interiores estén continuamente en funcionamiento. La verdad es que en la actualidad la situación que vivimos en este sector ofrece un sinfín de posibilidades. Por otra parte, la tendencia natural del mercado es hacia la concentración, principalmente entre las marcas más fuertes”.

Otro proveedor, en este caso un distribuidor especialista, apunta las ventajas: *“Es un mercado aún en crecimiento y que seguirá creciendo en los próximos años (al menos potencialmente). Además, los talleres o*

distribuidores pueden aprovechar y especializarse en este mercado, lo que hará que se diferencien de la competencia. Esto es muy importante, especialmente en estos tiempos, en el que optar por este producto puede darles un valor añadido que se traducirá en una mayor competitividad y una nueva fuente de ingresos”.

Concreta los motivos de por qué es un mercado al alza otro fabricante: “El mercado de la posventa de climatización es un mercado claramente al alza, principalmente por dos motivos, el aumento de la tasa de equipamiento de los vehículos y el envejecimiento del parque climatizado. Esta tendencia debe mantenerse en los próximos años aunque, sin duda, suavizando el crecimiento progresivamente”.

El principal inconveniente de este mercado es la estacionalidad tal como apunta un proveedor consultado: “La estacionalidad sigue siendo el principal problema de la actividad, y precisamente cuando hay crisis económica aumenta. La influencia del tiempo es tan grande que determina más que cualquier otro factor el éxito o fracaso de una campaña. Como muestra si comparamos los meses de Junio de 2009, que fue muy bueno, con Junio de 2008, que fue extraordinariamente lluvioso, la diferencia de ventas fue del 40%. Siendo Junio uno de los meses de mayor venta, podemos fácilmente imaginar las consecuencias en facturación anual de un verano muy caluroso o muy frío”. Otros cuestiones mencionadas a mejorar han sido la falta de formación y especialistas en los talleres en materia de climatización o el exceso de oferta.

Mucho donde elegir

El potencial de este mercado ha atraído a numerosos proveedores por lo que la oferta disponible es muy amplia. **Diavia, Behr Hella**

Service, Denso, Valeo, ACR o **Sanden** son algunas de las marcas más vendidas. Entre los proveedores, les describimos a continuación la oferta más destacada de algunos de ellos:

ACR

Alzira (Valencia). Fabricante e importador especializado en climatización que propone al mercado de reposición del automóvil la oferta de marcas como la suya propia **ACR, Sanden, Harrison, Denso, Visteon, Zexel** o la marca de maquinaria para taller **Zeus**, también marca propia de esta firma levantina. Actualmente opera con el catálogo general 2008 (la versión en CD es 2009) y con el catálogo de maquinaria 2010/2011. El primero reúne todo tipo de componentes: compresores nuevos y reconstruidos y recambios para esta pieza, racorería, tubería, poleas tensoras, presostatos, válvulas de expansión, filtros deshidratadores y acumuladores, termostatos, reostatos e interruptores, grifos de calefacción, condensadores, evaporadores, lámparas detectafugas, termómetros, selladores de fugas, estaciones



Gama de componentes de climatización propuesta por ACR. Su oferta supera las 7.000 referencias.

de carga, de recuperación y reciclaje, etc. En total, el número de referencias asciende a más de 7.000 con las que cubre las necesidades de prácticamente el 100% del parque circulante, tanto de turismo como de vehículo industrial. Destacan las líneas de compresores, de las más amplias del mercado, y de electroventiladores, de gran éxito comercial. Sus últimas novedades son la incorporación al catálogo de compresores de última generación (con válvulas de control electrónicas) y las nuevas estaciones automáticas Zeus Mistral y Zeus Phoenix.

ARAGAS MADRID

Boadilla del Monte (Madrid). La cartera de productos de esta firma importadora y distribuidora incluye la oferta en componentes de climatización de un buen número de marcas, **CTR, Sanden, Harryson, Xexzel, Denso** o su marca propia **Aragas**. A través de ellas, pone a disposición de la posventa todos los componentes posibles: evaporadores, compresores, condensadores, piezas de racorería, válvulas de expansión, accesorios, utillaje, etc. De hecho, la oferta propuesta supera las 10.000 referencias. Los compresores y los gases refrigerantes se presentan como las líneas más destacadas, líneas que también copan las últimas novedades. Desde Aragas Madrid subrayan la amplia cobertura posventa que ofrece su servicio técnico propio.

CLIMCAR

Madrid. Especializada en este campo, importa y distribuye varias marcas como **Sanden, Denso, Visteon, Omega, Behr Hella, NRF** o **Y-Red**. Actualmente opera con un catálogo general, el de 2009, que incluye compresores nuevos y remanufacturados, condensadores,

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



Tema del mes CLIMATIZACIÓN Y AIRE ACONDICIONADO



La madrileña Climcar opera con el catálogo general 2009. En abril llegará la edición 2010.

evaporadores, válvulas, filtros deshidratadores y antipolen, racores, juntas, mangueras, aceites y aditivos, etc. Tienen especial protagonismo las líneas de compresores y la de filtros deshidratantes (recientemente ampliadas) así como la gama de herramientas Behr Hella. La firma madrileña también subraya las iniciativas que ha puesto en marcha para mejorar el servicio a sus clientes como el servicio de verano *Summertime* o la web www.climcar.com. El próximo mes de abril tiene previsto lanzar la edición 2010 de su catálogo general.

CONTINENTAL AUTOMOTIVE SPAIN

Alcobendas (Madrid). La gigante de origen alemán distribuye los sistemas de aire acondicionado **Dirna**, una de las marcas más importantes de climatización. El catálogo Dirna 2007 suma 8.000 referencias entre enfriadores evaporativos, equipos de aire acondicionado autónomos, equipos de techo o compresores reconstruidos y originales. Su novedad más reciente está orientada al vehículo industrial ya que son nuevos equipos de techo con compresor autónomo que permiten disfrutar de unas condiciones favorables de temperatura y humedad en la cabina. Cuentan con mando a distancia y filtro de carbón activo.

DIAVIA AIRE

San Fernando de Henares (Madrid). Importador y fabricante de referencia de este mercado, su oferta en recambios, marca **Diavia**, se estructura en doce familias de producto: compresores, condensadores, evaporadores, filtros deshidratadores, filtros de habitáculo, válvulas de expansión,



Además de una extensa gama de componentes, Diavia Aire suministra maquinaria y utillaje como el detector de fugas electrónico de la imagen.

presostatos, tuberías, calefactores, juntas, productos químicos (aceites y aditivos) y racores. Las 4.960 referencias disponibles le permiten superar el 95% de cobertura del parque rodante de turismos y satisfacer buena parte de las necesidades de sectores como los furgones o camiones. Los compresores se han erigido como el producto estrella de la gama al ser el elemento de mayor sustitución y el más costoso. Desde Diavia subrayan que prácticamente para todas las aplicaciones disponen del mismo producto que el montado de origen por los fabricantes. Siempre al día a nivel, su último lanzamiento es un equipo de desinfección y limpieza de evaporadores que elimina los malos olores del sistema de climatización y que ofrece la ventaja al operario del taller que puede realizar otras tareas mientras el equipo realiza la limpieza. Apuntar que Diaria Aire también pone a disposición del mercado la amplia gama de maquinaria y utillaje **Robinair** compuesta por estaciones de carga y mantenimiento, herramientas, etc.

DOMETIC

Villanueva de la Cañada (Madrid). Multinacional fabricante de sistemas de aire acondicionado, su oferta se centra en sistemas completos de aire acondicionado para camiones y furgonetas y sus productos se comercializan bajo las marcas **Waco** y **Waco AirCon Service**. Recientemente ha lanzado nuevo catálogo, con fecha de edición 01/2010 el cual incluye más de 3.000 referencias, algunas de ellas componentes para turismos y vehículo industrial. Así mismo, también dispone de una versátil gama de estaciones de carga y mantenimiento del sistema de climatización y aire acondicionado.

FRIG AIR IBÉRICA

Alcalá de Henares (Madrid). Es la filial española de la italiana **Frig Air**, firma italiana dedicada a la distribución de radiadores, calefactores y componentes de recambio para el sistema de climatización del automóvil. Frig Air, a su vez, pertenece al grupo internacional **Hactec Global Services**. Su oferta en componentes, comercializada bajo marca **Frig Air**, abarca radiadores, condensadores, calefactores, intercoolers, refrigeradores, electroventiladores, presostatos, filtros secadores y tuberías. Merece especial mención su oferta para vehículo industrial recientemente

ampliada y la gama de compresores. También dispone de maquinaria.

HELLA

Tres Cantos (Madrid). El proveedor de origen alemán es uno de los grandes protagonistas de mercado al ofrecer una de las ofertas más extensas e importantes, la gama de componentes de climatización **Behr Hella Service**. Opera en la actualidad con el Catálogo de Climatización de Turismo y Vehículo Industrial 2009/2010. En él reúne compresores, condensadores, evaporadores, filtros deshidratantes, G.M.V., impulsores, mangueras, reguladores del G.M.V., válvulas de expansión y orificio calibrado, ventiladores del condensador y del radiador, etc. En dicho catálogo no falta de nada porque también incluye estaciones de carga, mantenimiento y servicio del sistema así como utillaje específico. El número de referencias asciende a más de 6.000 y Hella apunta que, en cuanto a la cobertura del parque circulante español, la oferta en condensadores supera el 90% y la de compresores, el 85%.



La gama Behr Hella Service supera las 6.000 referencias y es una de las más vendidas del mercado.

IMPREFIL DISTRIBUCIONES

Tres Cantos (Madrid). Delegación en Barcelona (**Ibarfil**). Este importador y distribuidor juega un papel importante en los mercados de la filtración y de la climatización. En este segundo por su versátil oferta en condensadores, una gama de 250 referencias para turismo que satisface las demandas de los modelos más vendidos del mercado y que destaca por su relación calidad-precio. Esta gama de condensadores se comercializa bajo marca **Imprefil**.



Imprefil Distribuciones, además de filtros de habitáculo, pone a disposición de la posventa 250 referencias en condensadores.

EL MERCADO DE LA CLIMATIZACIÓN Y LA CRISIS



Como no podía ser de otra forma, el **mercado de climatización** sufre como el resto de mercados del recambio libre un importante **estancamiento** en lo que a **ventas** se refiere. La **falta de liquidez**, tanto particular como empresarial, no ayuda a la decisión de reparar, cambiar o instalar componentes. Sin embargo el nivel de servicio que puede dar cualquier distribuidor de "Recambio Libre" supera con mucho lo que puede ofrecer origen, ya que éste solo atiende a su marca y no tiene una gama completa del parque de vehículos. El principal inconveniente, al igual que con otros recambios, es que al manejar miles de referencias es difícil optimizar el stock adecuado sin quedarse con materiales de poca rotación u obsoletos.

A corto y medio plazo la perspectiva es de mejora, sin perder la perspectiva de que seguimos inmersos en esta crisis y que cualquier decisión estratégica hay que meditarla más de una vez.

Jesús M. Villafañez Neira
Consejero Delegado de
Improfil Distribuciones

AUMENTARÁ LA DEMANDA DE COMPRESORES EN 2010

Así lo creen **Denso**, fabricante de equipos y componentes para el sistema de climatización y aire acondicionado, y el distribuidor de su gama de posventa en España, **Talleres Electro Auto**. Argumentan esta previsión tras constatar un fuerte año de ventas de compresores en 2009 y el aumento de las nuevas consultas de clientes en la posventa.

Steve Richardson, Gerente General de la división de ventas de **Denso Europe** explica: "Dado que se instala aire acondicionado de origen en la gran mayoría de los vehículos en Europa, existe una fuerte demanda de compresores de aire acondicionado de repuesto. Sin embargo, hasta ahora los fabricantes de primeros equipos no han sabido satisfacer esta demanda. El éxito de Denso no sólo se debe a que sus compresores de aire acondicionado se instalan de origen en 37% de los coches europeos, sino también a que hemos podido aplicar nuestra enorme experiencia tecnológica a nuestras líneas de posventa. Los clientes españoles que eligen compresores de aire acondicionado Denso aprecian la oportunidad de tener acceso a una marca altamente respetada, con calidad de primeros equipos, a un precio competitivo. Nuestra intención es mantener nuestro impacto en este sector durante 2010, y en asociación con Electro Auto esperamos abastecer tanto a nuestros clientes actuales como a nuevos clientes".

En términos parecidos se expresa **Luis Navarro**, Director de Talleres Electro Auto: "Es un placer trabajar en tan estrecho contacto con Denso en esta estimulante etapa en la demanda del mercado. Satisfacer las necesidades de expansión de la posventa para equipos de aire acondicionado es una prioridad máxima para Denso, y nos complace enormemente que la más reciente expansión haya puesto a disposición del mercado aún más la tan necesitada tecnología de los primeros equipos de Denso. Gracias a esta expansión de la gama, hay indicios de que podremos seguir penetrando en el mercado de usuarios de repuestos de todo tipo en 2010 y más adelante".



Luis Navarro,
Director de Talleres Electro Auto.

DENSO

El valor de asociarse con DENSO

La mejor calidad y el mejor servicio garantizado

La elección del socio comercial adecuado es sencilla. Su distribuidor A/C DENSO garantiza una gran disponibilidad, cobertura de garantía con respuesta rápida, soporte técnico y el mejor servicio. Y la confianza de trabajar con productos originales de la máxima calidad. ¿A qué está esperando?



Socio DENSO

T. ELECTRO AUTO, S.A.
- CLIMBO
T: +34 91 669 19 11
www.electroauto.net

Tema del mes CLIMATIZACIÓN Y AIRE ACONDICIONADO



Compresor Lizarte. Los comercializados bajo esta marca son refabricados. La firma navarra también importa compresores nuevos de varias marcas.

LIZARTE

Pamplona. Delegaciones en Barcelona, Madrid, Valencia, Málaga, Zaragoza, Sevilla y Coruña. Almacenes en Lyon, Marsella, Toulouse, Nantes, Lille, París y Estrasburgo. Esta firma navarra se dedica a la fabricación de compresores refabricados y a la importación de compresores nuevos. Los refabricados son marca propia **Lizarte** y las marcas importadas son muchas: **Bosch, Calsonic, Denso, Ford, Harrison, HCC,**

Keihin, Matsushita, Mitsubishi, Nippondenso, Panasonic, Sanden, Seiko, Seiki, Zexel y Seltec.

La oferta global suma unas 1.900 referencias que cubren las necesidades de prácticamente el 99% del parque. La línea de compresores refabricados disfrutan de dos años de garantía gracias a que gozan de una alta calidad y son comprobados unitariamente. Cada uno de ellos se vende junto con una copia del informe gráfico del test en el que se compara el funcionamiento del compresor refabricado con el del compresor de la misma marca y modelo, pero original. Como novedades, en el último año ha incorporado sesenta nuevas referencias al catálogo, las más destacadas referencias de compresores refabricados marca Sanden, Nippondenso y Zexel para marcas como Audi, Citroën, Ford, Mercedes, Peugeot, Seat, Skoda y Volkswagen. En éstos, la gestión del compresor la realiza la centralita electrónica de la climatización del coche, que actúa sobre la válvula electrónica del compresor. Estas válvulas son sustituidas en Lizarte en el 100% de los compresores por válvulas nuevas originales. Así mismo, ha renovado el embalaje y ha lanzado modelos sustitutos del SD7V16 que destacan por su óptima relación calidad-precio.

NRF ESPAÑA

Peligros (Granada). Delegaciones en Sedaví (Valencia) y en L'Hospitalet (Barcelona). Fabrica condensadores y evaporadores e importa y distribuye componentes de climatización de



La cartera de productos NRF reúne componentes de climatización de marcas como NRF, Denso, Sanden o Harrison.

aire acondicionado por lo que su cartera de productos es amplia incluyendo la oferta de marcas como la suya propia **NRF, Denso, Sanden, Harrison, Calsonic, Seiko, Seiki, TGK, Ranco, Santech**, etc. El catálogo de papel es de 2009 pero también cuenta con ediciones on-line y en CD-Rom y forma parte de **TecDoc**. En él podemos encontrar prácticamente cualquier componente de climatización gracias a las 1.850 referencias disponibles. Sus familias de producto más destacadas son las de condensadores y radiadores ya que NRF es uno de los proveedores más importantes de ambos productos a nivel europeo. También suministra maquinaria ofreciendo al respecto un servicio técnico a nivel nacional.

inside[brt]



it's a **child's** play



FRIGAIR

Together, for more than 15 years, we control motor vehicle temperatures

Now available even for Trucks!

C/ Camino del Olivar, 33 - NAVE 10 - 28806 Alcalá de Henares (Madrid)
ph. +34 91 865 45 42 - fx +34 91 865 45 32 - info@frigair-iberia.com - www.frigair.com

EL MERCADO DE LA CLIMATIZACIÓN

La climatización del automóvil presenta unas **características diferenciadoras** respecto a otros productos de posventa que cualquier distribuidor debe considerar a la hora de lanzar esta actividad.

En primer lugar se trata de un **producto técnico** que exige un servicio de asistencia y un programa de formación. Aunque esta característica se da en otro tipo de actividades de posventa, la climatización es tan exigente que es inminente la publicación de un Real Decreto



José Costales
Director General de Diavia Aire

elaborado por el Ministerio de Medio Ambiente, que va a establecer para los talleres la obligatoriedad de realizar un curso de formación de 40 horas de duración si desean dedicarse a esta actividad, salvo que acrediten experiencia previa con ciertas condiciones. Este Real Decreto deriva de un reglamento de la Comunidad Europea que establece la necesidad de certificar al personal involucrado en tareas de mantenimiento y reparación de equipos de aire acondicionado en el automóvil por motivos medioambientales.

Por otra parte, es una **actividad muy estacional** e influenciada extraordinariamente por el tiempo, por lo que no se pueden aplicar los mismos criterios de rotación de existencias que en el resto del recambio. Aunque la estacionalidad no llega a ser la de las cadenas de nieve por ejemplo, sí que se aproxima bastante: en un mes de junio o julio las ventas puede ser del orden de diez veces las de un mes de invierno.

Finalmente **no se trata de un producto de desgaste**, ni está incluido en los programas de mantenimiento de los vehículos, salvo el filtro habitáculo, por lo que es más importante la experiencia y el histórico de ventas que los datos sobre el parque de vehículos a la hora de planificar el stock.

Por todo lo anterior es muy importante contar con un proveedor que, además de suministrar producto de calidad a buen precio, sea capaz de ayudar con la asistencia, la formación y la gestión del almacén, todo ello fundamental por las características comentadas.

El mercado ha evolucionado en los últimos años hasta su madurez actual, que se ha alcanzado con un nivel de ventas inferior al previsto inicialmente en base al crecimiento del parque equipado con aire acondicionado de la pasada década. Esto ha motivado un **exceso de oferta** y una **gran competencia**, lo que ha llevado en los últimos años a algunos fabricantes a abandonar la actividad en España o a replantear el sistema de distribución, de forma que le **mercado se ha ajustado** a un nivel de competencia más razonable.

Es previsible, sin embargo, que volvamos a ver un **crecimiento en el recambio en los próximos años** pues, a partir de 2011, los fabricantes de automóviles deberán comenzar la introducción de un nuevo refrigerante en los vehículos de nuevo tipo, **en aplicación de otra normativa de la CE**. Esto sin duda provocará una **mayor demanda y nuevas oportunidades**, aunque también complicará la gestión a fabricantes y distribuidores y exigirá un mayor nivel de almacén.

José Costales
Director General de Diavia Aire

Todo para el Aire Acondicionado

Todo el equipamiento profesional necesario para mantener y reparar sistemas de A/C



Estaciones Automáticas ASC

WAECO AirCon Service

Esta nueva generación garantiza un alto rendimiento, seguridad y rentabilidad. Con un proceso 100% automático sin llaves de paso de gas

- Manómetros de gran diámetro
- Leds de potente luminosidad
- Panel rotativo patentado
- Botes de aceite y aditivo UV patentado
- Homologado por los principales fabricantes de vehículos
- Amplia gama de equipamiento complementario

Recambios para su A/C

- Compresores
- Válvulas
- Condensadores
- Evaporadores
- Filtros



www.dometic.es

www.waeco.es

Dometic Spain
info@dometic.es
Tel: +34 902 111 042

Dometic GROUP

Dometic & WAECO are proprietary brands of Dometic GROUP

Tema del mes CLIMATIZACIÓN Y AIRE ACONDICIONADO

RADIADORES NISSENS

Alfajarín (Zaragoza). Delegación en Sevilla. Como su propio nombre indica, esta empresa fabricante es especialista en radiadores pero su oferta va más allá ya que también pone a disposición del mercado posventa evaporadores, filtros de secado, intercoolers, calefactores y electroventiladores. Toda esta oferta, que suma más de 12.000 referencias se comercializa bajo marca **Nissens** y está recopilada en un catálogo 2010 lanzado el pasado mes de enero. La cobertura del parque que obtiene es elevada, del 95%, prestando servicio tanto a los turismos como al vehículo industrial. Recientemente ha optimizado su programa de radiadores con el lanzamiento de la fórmula *First Fit* que posibilita que un mismo radiador pueda ser utilizado en varios modelos. Ahora, la venta del radiador incluye las tuercas, tornillos y demás piezas de montaje permitiendo al profesional instalador reducir el stock y ahorrar tiempo y dinero.

RADSA

El Prat de Llobregat (Barcelona). Delegaciones en Barcelona, Girona, Sant Quirze del Vallès (Barcelona), Tarragona, Reus (Tarragona), Sevilla, Jérez de la Frontera (Cádiz) y Tenerife. La oferta de Recambios Auto Diésel es amplia al operar con marcas como **Behr Hella**, **CTR**, **Diavia** o **Valeo**. Esta cartera de productos permite satisfacer la demanda de la práctica totalidad del parque, sea cual sea la pieza de recambio requerida: compresores, evaporadores, válvulas de expansión, condensadores, racorería, filtros deshidratadores, etc.

TALLERES ELECTRO AUTO

Coslada (Madrid). Delegación en Barcelona. Firma de referencia de este mercado por su vocación de especialista ya que es fabricante de equipos de aire acondicionado y distribuidor de componentes de las marcas **Denso**, **Mastercool**, **Sanden**, **Spal**, **Ecotechnics**, **Visteon** o **Zexel**

además de su marca propia **Climbo**. Incluso cuenta con departamento de formación propio. Centrándonos en su oferta de componentes, opera con el catálogo 2008 que fue actualizado en 2009 y que, en breve, será sustituido por la edición 2010. Las más de 6.000 referencias disponibles se traducen en una cobertura que supera el 90% del parque circulante. Aunque pone a disposición todo tipo de recambio, su



Compresores Denso. La firma especialista en climatización Talleres Electro Auto distribuye esta marca de origen japonés.

línea más importante es la de compresores al ofrecer la gama completa de la marca Denso, un fabricante de ámbito mundial que propone una de las ofertas más amplias del mercado internacional. Conviene apuntar que, en 2009, la firma cosladeña puso en marcha un servicio de reparación de compresores de la marca Denso, servicio realizado bajo los parámetros del fabricante y de los recambios originales y que ofrece unos altos estándares de calidad de la pieza reparada. Su oferta en maquinaria (estaciones de carga, máquinas de limpieza, detectores de fugas, etc.) también es muy completa y este 2010 tiene previsto lanzar una nueva gama de estaciones de carga automáticas y semiautomáticas.

VALEO SERVICE ESPAÑA

Getafe (Madrid). La multinacional francesa es uno de los principales fabricantes de sistemas de climatización. Bajo marca **Valeo** su oferta



El catálogo 2009 de Valeo suma 2.194 referencias que dan cobertura al 95% del parque. El mes que viene lanzará la edición 2010.

de posventa abarca un extenso elenco de productos: aceites PAG, actuadores, acumuladores, cartuchos deshidratantes, compresores (específicos y universales), condensadores, electrónica de control, evaporadores, filtros de habitáculo y deshidratadores, impulsores, juntas de estanqueidad, líquido trazador, orificios calibrados, presostatos, radiadores de calefacción, Retrofit, sondas de evaporador, tuberías, válvulas de expansión, etc. La oferta para turismo se compone de 2.194 referencias con las que cubre el 95% de las necesidades del parque. Por su parte, la de vehículo industrial consta de condensadores, evaporadores, impulsores, radiadores de calefacción y filtros de habitáculo y el año pasado lanzó una nueva gama de compresores específicos. Dentro de la gama propuesta la electrónica de control y los actuadores merecen especial mención porque hasta hace poco sol estaban disponibles en el recambio oficial. En 2009 incorporó 134 nuevas referencias al catálogo destacando las de compresores y filtros de habitáculo y el mes que viene, en abril, tiene previsto editar nuevo catálogo 2010. Su oferta se completa con estaciones de carga y con utillaje como los conocidos Climtest II, herramienta de diagnóstico del sistema, y Airstest, útil para verificar el estado del filtro del habitáculo. ●

El catálogo 2009 de Valeo suma 2.194 referencias que dan cobertura al 95% del parque. El mes que viene lanzará la edición 2010.

LISTADO WEB



www.acr-sl.com
www.adparts.es
www.agerauto.es
www.aragasmadrid.com
www.ava-cooling.com
www.blueprint-adl.com
www.climauto.com
www.climcar.com
www.ctrgroup.it
www.diavia.es
www.dirna.com
www.distribuidoracaballero.com
www.dometic.es
www.electrauto.net
www.europart.es
www.friauto.es
www.frigair.com

www.groupautounion.com
www.hella.es
www.hispacold.es
www.impormovil.es
www.imprefil.com
www.lizarte.cm
www.momplet.com
www.nissens.com
www.nrf.eu
www.radsa.es
www.rsturia.com
www.serca.es
www.stag.es
www.valeoservice.com
www.vdo.es
www.waeco.es
www.webasto.es

Para dar un fresco respiro a tu profesionalidad

Por una perfecta diagnosis de la instalación de climatización del vehículo

Clima Tech de Magneti Marelli

Estaciones de última generación de alto contenido tecnológico ideales tanto para la verificación como para la carga del equipo de climatización de automóviles, camiones y autobuses. Instrumentos que facilitan tu trabajo, gracias también a la Formación y al Call Center Técnico de Magneti Marelli siempre a tu disposición.



www.magnetimarelli-checkstar.es



**Asian Gold
y Asian Connect**
Para una perfecta diagnosis
de los vehículos asiáticos



**Tester Smart
y Tester Logic**
Para una perfecta diagnosis
de automóviles, camiones
y motocicletas



Ozone Maker
Para eliminar los olores
y descontaminar
cualquier habitáculo



Battery Tester
Para un rápido y profesional
análisis de las baterías



TPMS
Para la activación
de las válvulas
de rueda



ACOGIÓ EL



Barcelona, capital mundial de la comunicación móvil



Este salón es anual y congrega a un elevado número de profesionales de la comunicación móvil de los cinco continentes. Este 2010 la asistencia ha superado los 49.000 visitantes.

Del 14 al 17 de febrero, en el recinto ferial de Montjuïc en la capital catalana se celebró el congreso sobre telefonía y comunicación móvil GSMA Mobile World Congress 2010. El evento fue todo un éxito: se alcanzaron los 49.000 asistentes, 2.800 de ellos directivos, los 1.300 stands y, sobre todo, se mostraron avanzadas tecnologías de presente y de futuro, muchas de ellas de aplicación en el automóvil.

📍 www.mobileworldcongress.com



El receptor de banda S de bolsillo Mobile Pocket Gateway fue la estrella del stand de la irlandesa Solaris Mobile. Dicho receptor descodifica DVB-SH para televisión, radio y flujos de datos y los transmite por WiFi a través de un mini servidor web incorporado en el dispositivo.



"Hippie chic", así definió Parrot a su nuevo kit manos libres Bluetooth. ¿Por qué? por su estampado en flores plateadas. Técnicamente, ofrece un buen número de funciones, como la actualización automática de la agenda con los contactos del teléfono móvil con Bluetooth.



Garmin anunció su nueva alianza con Asus y presentó el primer resultado de la misma, el Núvifone A50, un smartphone equipado con el sistema operativo Android de Google y con múltiples tecnologías de localización. Disfruta de funciones como la de giro a giro, indicaciones habladas, correo electrónico o mensajería de texto y fotos.



Navigon tuvo una presencia destacada en el GSMA. Mostró el MobileNavigator 1.5.0, actualización que permite convertir el iPhone en un navegador personal y disponer de Facebook y Twitter por lo que los usuarios se podrán comunicar en tiempo real. También dio a conocer sus nuevos navegadores con Internet por 3G.



Powermat es una compañía estadounidense especialista en cargadores inalámbricos. En Barcelona presentó soluciones como el Powermat Car Charger, un cargador para coches que permite cargar, sin necesidad de cables, cientos de dispositivos.



Las especialistas en cartografía digital Navteq y Tele Atlas no faltaron a la cita barcelonesa.



MARZO

91
2010

CARROCERÍA Y PINTURA del automóvil

C & P
Suplemento especializado de **myt**

25
Noticias

28
Informe:
abrasivos

31
Opinión:
Javier Vivas
(Grupo APTA)

LANZA TAMBIÉN EL ADITIVO AGUA ESPECIAL 6002 LENTA DE LA LÍNEA PERMAHYD

SPIES HECKER MEJORA SU COLORDIALOG



La firma alemana de repintado ofrece al mercado una nueva versión de su espectrofotómetro **ColorDialog**. Las mejoras introducidas mejoran la labor diaria del taller de carrocería y pintura. Por ejemplo, al pintar, el nuevo ColorDialog ofrece la posibilidad de elegir entre una conexión Bluetooth o un cable USB para transmitir las lecturas del aparato al ordenador mejorando la velocidad de conexión y transmisión de datos entre el **espectrofotómetro** y el ordenador. Por otra parte, se ha optimizado la coordinación con el programa de búsqueda de fórmulas **CRPlus** con lo que el profesional del taller gana en velocidad y eficiencia. Físicamente incorpora novedades como una cinta para sujetar el dispositivo a la muñeca del operario y una bolsa de transporte opcional.

No es esta la única novedad reciente de **Spies Hecker** que también ha presentado un nuevo producto de repintado, el aditivo **Agua Especial 6002 Lenta**. Perteneciente a la línea **Permahyd**, añadido a las bases de pintura mejora la aplicación de las mismas incluso en condiciones climáticas adversas. De hecho, se ha desarrollado para proporcionar los mejores resultados cuando se trabaja con el sistema **Permahyd Base Coat Serie 280/285**. El Agua Especial 6002 Lenta facilita la formación de la película y optimiza la orientación de los aluminios mejorando los resultados, sobre todo, cuando se trabaja en malas condiciones. Y es que, gracias a su formulación, este **aditivo** facilita la mezcla y proporciona una notable absorción de la pulverización, incluso con aplicaciones estándar de 1,5 manos. También permite alcanzar óptimos acabados en las zonas de transición.

www.spieshecker.es

HA COPADO EL 27% DE LAS NUEVAS MATRICULACIONES EN 2009

EL NEGRO, EL COLOR MÁS POPULAR EN EUROPA

DuPont Refinish ha publicado el 57º **Global Automotive Colour Popularity Report**, un informe anual sobre las tendencias de color en automoción. La última edición, correspondiente a 2009, ha coronado al negro como color más demandado en Europa: el 27% de las nuevas matriculaciones en el viejo continente fueron de este color. Además, ha aumentado su distancia con el plateado cuya cuota de penetración en el mercado ha sido de un 19,9%. Destacar el auge del color blanco, que se ha convertido en el tercer color favorito con un 10,2% de cuota de mercado. Estos tres colores, el negro, el plateado y el blanco han mantenido, por tanto, las primeras posiciones como colores más demandados a nivel mundial.



Linda Van Calster, Directora de Marketing y Comunicación de DuPont Refinish para EMEA, ha comentado la importancia de este estudio: "*Una de las razones por las que DuPont elabora este informe es para estar ojo avizor de los nuevos colores en automoción y de los avances tecnológicos en el sector, y ayudar a desarrollar las paletas de colores del futuro. Gracias a su estrecha colaboración con la división de pinturas para OEM de la compañía -DuPont Automotive Systems- DuPont Refinish puede desarrollar rápidamente nuevos colores de pintura posventa para que los talleres puedan igualar la tonalidad original tan pronto como estos colores salen al mercado.*"

www.dupontrefinish.es

NOTICIAS

MIENTRAS, SU RED DE TALLERES FIVE STAR HA SUPERADO EL MILLAR DE ASOCIADOS DUPONT LANZA EL BARNIZ COV STANDARD CC6400

DuPont Refinish ha iniciado la comercialización de un nuevo barniz, el COV Standard CC6400, compuesto por copolímeros acrílicos y basado en la tecnología de polímeros "estrella" patentada por DuPont. En la práctica, se trata de un producto que destaca por su facilidad de aplicación en solo dos manos. DuPont recomienda usarlo en combinación con el aditivo de alto rendimiento AZ9100 para garantizar una aplicación perfecta y un óptimo aspecto de acabado. También se puede utilizar combinándolo con la gama de activadores XK de Dupont Refinish con el objetivo de reducir los tiempos de secado. Gracias a su elevada resistencia al desgaste, a los productos químicos y a las inclemencias meteorológicas, este barniz está especialmente indicado para su uso en reparaciones de parches, paneles y, incluso, para el repintado de todo el vehículo. Por norma general, se aplica en dos manos con un tiempo de evaporación intermedia de diez minutos. No obstante, el COV Standard CC6400 es lo suficientemente versátil como para aplicarse en una mano ligera seguida inmediatamente de una mano consistente.

En otro orden de cosas, la red de talleres Five Star, impulsada por DuPont Refinish, ha alcanzado los mil socios repartidos por toda Europa. El último



en llegar, el taller **La Carrosserie de Romanet**, de Limoges (Francia) –en la imagen–. En España, la red Five Star cuenta con 144 talleres. El alcanzar el millar de miembros ha coincidido con el vigésimo aniversario de la puesta en marcha de la red. Desde su creación en 1989, Five Star ha ido agrupando a talleres de reparación independientes con el objetivo de fomentar el intercambio de conocimientos y de buenas prácticas. La red se enorgullece de los elevados estándares de trabajo de sus asociados, quienes se caracterizan por la alta calidad de sus reparaciones y una sólida ética del trabajo.

www.dupontrefinish.es

MÁS EQUIPOS DE SOLDADURA, INFRARROJOS Y LAVADORAS DE PISTOLAS

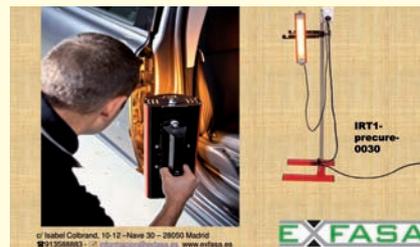
EXFASA AMPLÍA SU OFERTA EN MAQUINARIA

Desde Madrid, llega lo último de **Exfasa**, el nuevo catálogo de soldadura **Erfi**, la ampliación de la gama **IRT** de infrarrojos y una nueva lavadora de pistolas de pintura.

A través del catálogo 2010 de máquinas de soldar de la marca alemana **Erfi**, ofrece un amplio elenco de equipos como máquinas de corte por plasma; la línea **Ergoline** que ofrece equipos de soldadura MIG/MAG y es ideal para su uso en talleres de reparación de automóviles; la línea **Easymatic Duo** de tecnología Inverter MIG/MAG con alimentadores de hilo doble especialmente indicada para la soldadura de acero+aluminio, acero+cobre/silicio y aluminio+cobre/silicio; la línea Inverter MMA/

TIG y un buen número de accesorios para soldar. En cuanto a la ampliación de la gama de infrarrojos **IRT Hyperion**, a ella se han incorporado nuevos modelos como el **IRT4-2 Pc-Auto-008**, que ahora cuenta con un nuevo sistema de railes y móviles que facilita su manipulación y suma nuevos modelos de infrarrojos como variantes móvil con brazo basculante y pantalla articulada, infrarrojo para el secado y endurecido de la pintura con microprocesador y once canales o infrarrojos manuales de una y dos lámparas.

Por último, la nueva lavadora de pistolas es el modelo **QR-TT-Mixta** para pinturas al agua y disolvente. De tipo neumático y capaz de trabajar



a tres bares, lava la pistola en 28 segundos, es muy rentable gracias a su relación precio-tiempo-costes y se instala en la cabina y **plenums** sin necesidad de quitar la manguera de aire de la pistola.

www.exfasa.es

DURANTE MARZO Y ABRIL COMERCIALIZARÁ LA SATAJET SOCCER

SATA LANZA UNA EDICIÓN LIMITADA DE LA PISTOLA SATAJET 3000B

Reauxi, como importador del fabricante alemán de pistolas de pintura **Sata**, comercializará durante los meses de marzo y abril una serie limitada del modelo **SATAJet 3000B**. Dicha serie limitada se denomina **SATAJet Soccer** en alusión al próximo Mundial de Fútbol que se celebrará el próximo mes de junio en Sudáfrica.

Por tanto, durante estos dos meses, los pintores de los talleres de carrocería y pintura aficionados al fútbol pueden escoger entre la variante "súper económica" HVLP y la variante "súper rápida" RP con técnica de alta presión optimizada de la **SATAJet Soccer**. Las dos variantes están disponibles tanto en modelo estándar como en modelo digital. Las últimas tienen una indicación digital integrada en el mango con la cual se puede ver la presión de entrada y ajustar esta precisamente mediante el micrómetro de aire. Reauxi ya dispone de los modelos **SATAJet Soccer**, que muestran un exclusivo diseño alusivo al campeonato en el cuerpo de las unidades HVLP y RP por lo que son también un aliciente para coleccionistas y pueden hacerse servir como regalo para ocasiones especiales o como obsequio de incentivo para los pintores.

www.reauxi.com / www.sata.com



BREVES

Standex ha lanzado una nueva carta de colores con efecto de **Multimix** que facilita la comunicación con los clientes procedentes del sector de la industria ligera. Compuesta por 27 muestras de 20x5 cm cada una, permite contrastar entre, por ejemplo, una textura lisa y una gruesa. Este sistema **Multimix** ofrece a los talleres de carrocería y pintura la posibilidad de ampliar su volumen de negocio al permitir atender pedidos de repintado procedentes de otras industrias especializadas como mobiliario de diseño, maquinaria para la construcción o suelos antideslizantes.

www.standex.es



CURSO ON LINE de INICIACIÓN a la PERITACIÓN de AUTOMÓVILES

Oferta
14ª Edición
30%* de
descuento

■ OBJETIVOS:

- Dominar los fundamentos de la práctica pericial.
- Conocer qué daños pueden sufrir, por colisión, una amplia gama de vehículos.
- Conocer con soltura las distintas técnicas para su reparación.
- Realizar la valoración de los daños y el coste de reparación.

■ DIRIGIDO A:

Todos aquellos interesados en la valoración de daños del automóvil.

Inscríbete:



Ctra. de Valladolid, km. 1
05004 Ávila
Teléfono 920 206 300 / 333
Fax 920 206 319
e-mail: [cursos@cesvimap.com](mailto: cursos@cesvimap.com)
www.cesvimap.com

* Inscripciones hasta el 15 de febrero

Contenidos

■ MÓDULO 1: CARROCERÍA

- A. Conocimiento y despiece de una carrocería
- B. Reparación y sustitución de piezas
- C. Reparación de plásticos.
- D. Lunas en el automóvil
- E. Bancadas, fundamentos y tipos
- F. Baremo CESVIMAP de reparación

■ MÓDULO 2: PINTURA

- A. Pintado en fabricación
- B. Pinturas de fondo
- C. Pinturas de acabado
- D. Pintado en reparación
- E. Pintado de plásticos
- F. Sistemas de valoración

■ MÓDULO 3: ELECTROMECAÁNICA

- A. Sistema de suspensión
- B. Sistema y geometría de dirección
- C. Sistema de frenos
- D. Ruedas y neumáticos

■ MÓDULO 4: OTROS VEHÍCULOS

- A. Vehículos industriales
- B. Vehículos de dos ruedas

■ MÓDULO 5: SEGURO DEL AUTOMÓVIL

- A. El contrato de seguro
- B. El seguro obligatorio del automóvil
- C. El seguro voluntario
- D. Convenios
- E. Organismos relacionados con el seguro del automóvil

■ MÓDULO 6: TÉCNICA PERICIAL

- A. Metodología de la confección de peritación
- B. Identificación del vehículo
- C. Peritaciones manuales
- D. Valoración de vehículos usados
- E. Sistema GT Estimate
- F. Sistema Audatex

ABRASIVOS Y DISCOS ABRILLANTADORES
EN EL TALLER DE CARROCERÍA

Calidad como respuesta al contexto

Los talleres de carrocería sufren la crisis económica como el resto de especialidades; en un momento como el actual, se imponen más que nunca medidas que intensifiquen la productividad para equilibrar los resultados de la merma de reparaciones.

Hay quien ve en el contexto no una recesión, sino el dinamismo propio de un mercado en evolución, que sufre fluctuaciones al alza o a la baja...

Es una manera muy optimista de definir el actual contexto, pero sea como fuere, estamos en la parte que tiende a la baja, y eso supone (por motivos diversos) una reducción del número de reparaciones en el taller.

Ante esta situación, hay que revisar con lupa las cuentas de explotación y cada uno de los apartados del negocio para salvar, con los menores gastos posibles y la máxima rentabilidad de las operaciones, los resultados obtenidos en el Haber.

Pensando en las operaciones a realizar en el taller de carrocería, uno de los aspectos a tener en cuenta es el lijado. Realizar esta tarea de una manera rápida, eficiente y productiva implica contar con el producto más adecuado para cada necesidad, lo que se consigue, casi siempre, a base de calidad y ello supondrá, no ya la mayor comodidad del operario, que también, sino un mejor control sobre los gastos, que es uno de los actuales puntos de mira del gerente del taller, muy preocupado por cuadrar sus resultados.

En el siguiente artículo les ofreceremos una panorámica de algunos de los actores de referencia del sector y su oferta de producto en este mercado.

3M España

La compañía dispone de material abrasivo en todos los formatos que pueda demandar el profesional del área de pintura o de chapa dentro de un taller, tanto en seco como en húmedo (aunque por razones de limpieza y productividad se recomienda el uso en seco). Desde aplicaciones agresivas, con discos de fibra hasta aplicaciones



muy finas con discos microabrasivos (Trizact). Durante el pasado año, se lanzaron productos abrasivos específicos para aplicaciones concretas como pueden ser los discos ECoat 337U para su uso con cataforesis muy duras o los discos 675L para barnices duros.

La novedad en 2010 viene de la mano de **tiras abrasivas** con formato **multiagujero**, con mejor antiembazante y grano abrasivo mejorado que permitirá conseguir unas grandes prestaciones en el lijado de aparejo y masilla. Disponibles en diferentes tamaños, e incluso en un formato divisible para minimizar el stock del taller. Además se comercializan con un nuevo tipo de tacos que permite el lijado más limpio.

También hay que destacar los discos **260L** que van desde P600 a P1500 para trabajos menos exigentes o los rollos almohadillados 216U que evitan dañar las aristas y permiten llegar a zonas poco accesibles.

Sin embargo, no se pueden olvidar otras familias de productos abrasivos que han sido bandera para 3M durante muchos años como puede ser la gama de abrasivos flexibles **Scotch Brite** o los discos **Clean & Strip** para el limpiado de superficies.

Recientemente, se han desarrollado y ampliado la gama de productos con tecnología de micro-replicación bajo la marca **Trizact** para matizar

barniz o para el uso en el pulido de piezas. Estos discos están disponibles en grano P1000 y P3000 en un diámetro de 150 mm o de 75 mm (para pequeña reparación), además existen disponibles margaritas de Trizact de 32 mm de diámetro. La principal novedad en discos Trizact ha sido el lanzamiento de discos **Trizact P1500** para la eliminación de motas y de piel de naranja en el barniz. Disponibles en formato 150 mm y 75 mm.

www.3m.com

www.3mreparacionautomovil.com

Blacknord



Desde San Andrés de Comesaña, Vigo, la compañía presenta en España los productos de su marca Blacknord, además de Grinco y, después de 10 años de colaboración, desde el pasado 2009 son los distribuidores exclusivos en España y Portugal de la marca del Grupo Palú Industries, Nastroflex. Sus productos contemplan los discos de papel, discos film, rollos, rollos con esponja, almohadillas, hojas a seco y al agua. Los granos abarcan de P40 a 800. Número de agujeros: 15 agujeros. Comentan que el mercado en el pasado ejercicio ha experimentado un descenso mayor que el previsto a finales de 2008.

www.blacknord.com

Boss Auto Import

El modelo más representativo de su gama es el disco de 75 agujeros. Posee un mejor rendimiento en el lijado, ya que no calienta la superficie y permite realizar una aspiración del polvo del 99%. Otros de los modelos más representativos son los discos de 21 agujeros,



que se pueden usar en todos los platos existentes en el mercado; 6 agujeros, 8 agujeros, 21 agujeros y 75 agujeros. El rollo de lija sobre soporte de esponja, más conocido como **Foamy Flex**, es otro de nuestros productos estrella. Su diseño exclusivo permite un lijado manual óptimo y está especialmente diseñado para lijar las partes curvas. Los discos abrasivos de 15 agujeros (fine, super fine y micro fine), también son abrasivos muy apreciados en el sector como discos de acabado.

Otros productos de su gama de abrasivos son: Esponja abrasiva (fine, superfine, micro-fine), Discos Margarita autoadhesiva, óptimas para quitar motas, y las piedras de carbono especialmente indicadas para quitar motas y descolgados.

www.bossauto.com

Car Repair System

Lo más destacado de su oferta lo constituyen los discos abrasivos de 150, 75 y 35 mm de diámetro sobre distintos tipos de soportes, en papel F1 Line y en film plástico F1 Blue Line. Así mismo, su gama de abrasivos F1 Line se completa con esponjas abrasivas, discos foam, rollos de lija sobre foam, fieltros Star Brites, así como hojas y tiras abrasivas para máquina o garlopas manuales. En su opinión, la crisis económica ha afectado evidentemente al mercado, si bien entienden que su posición en el segmento de abrasivos sigue estable y con un ligero crecimiento sobre el pasado año.

www.carrepairsystem.eu



EMM España

Son los fabricantes de los productos con las marcas Colad y Hamach. Su oferta, consta de Discos de lija en los diámetros de 75mm (pequeñas reparaciones), 150mm y 203mm (grandes áreas), hojas y diferentes tipos de tiras en velero para lijado a máquina, rollos de lija soft (con espuma), rollos, hojas y discos scuff, almohadillas abrasivas. De la marca Colad, comentan que destaca por su agresividad lijando así como por su capacidad para facilitar la aspiración del polvo a través de sus 15 agujeros. Además los 15 agujeros disminuyen notablemente la temperatura del disco incrementado su longevidad.

Por su innovación destaca la Pistola de Chorreo de Abrasivo para eliminar puntos de óxido provocados por gravilla, generados en puntos de soldadura, etc. De forma eficaz, con 100% de

garantía y sin dañar la chapa elimina el punto de óxido evitando largos trabajos posteriores de masilla. En cuanto a Hamach, resaltan que destaca por la larga duración con un poder de corte constante, los discos abrasivos Hamach Titanium. También con tecnología de 15 agujeros para mejorar la aspiración y aumentar su vida útil. EMM oferta en su catálogo junto con los discos las lijadoras, aspiradores platos, interface y demás accesorios para lograr el máximo rendimiento.

www.emm-automotive.com



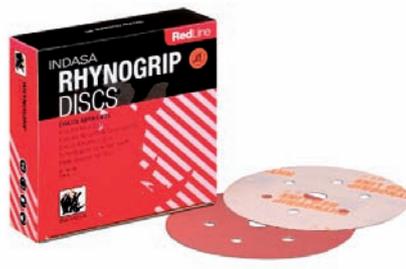
Eugenio Grandío

En productos de carrocería, disponen de su marca propia Teknox, y en su catálogo figuran lijas al agua, discos velcro, lijas estrella, rollos de lija, rollos, de garlopa, tiras autoadhesivas garlopa, tiras garlopa velcro, tiras velcro, esponjas de lijar, esponjas de lijar en rollo, star brite, discos de fibra, discos carbono, tacos para lijar, garlopas, etc. Para la compañía, el sector de carrocería y pintura sufre un estancamiento pronunciado desde 2007, algo que se ha ido acusando especialmente durante los dos últimos años, manifestándose en el mercado una clara falta de liquidez.

www.eugeniograndio.com

Indasa Industria de Abrasivos

Son fabricantes de abrasivos flexibles desde hace 30 años. Estanespecializados en abrasivos para la industria del repintado en el sector de la automoción. Actualmente exportan sus productos a más de 80 países. Disponen de una amplia gama de productos para poder cubrir todas las necesidades de lijado que el repintado del automóvil puedan requerir, como el Mateado de cataforesis, lijado aparejo, lijar masilla, pulir, etc. Discos: 6,8, 15 agujeros y distintas calidades. Rollos: al agua y en seco. Distintas calidades y medidas. Hojas: al agua y en seco. Distintas calidades. Tiras con todo tipo de medidas para adaptarse a cualquier máquina. Destaca la línea RHYNOGRIP RED LINE, un producto de alta calidad para poder desarrollar todo el proceso de lijado, gracias a su amplia



gama de granos (P40 a P2000). En los últimos tiempos el mercado viene utilizando el disco de 15 agujeros que permite una mayor rentabilidad al abrasivo gracias a una mayor aspiración del polvo y a un menor embozamiento de la lija. Además, como complementos, ofertan una serie de productos de primera calidad para poder complementar el traje del lijado. Ej., esponjas, platos, bayetas atrapapolvo, discos de decapar, tampones de pulir, cinta carroceros etc. ...

www.indasa.es

KWH Mirka Ibérica

Mirka fabrica todos los tipos de abrasivos necesarios para todos los trabajos del sector automovilístico, incluyendo todos los accesorios y un gran número de productos complementarios como maquinaria (lijadoras, pulidoras, aspiradores,...), químicos (masillas, poliuretanos...). Su producto estrella es el disco **Autonet**, que con sus miles de perforaciones y su superficie en forma de red, además de proporcionar un lijado absolutamente libre de polvo (importantísimo para la salubridad y limpieza del puesto de trabajo), también evita el embazamiento, consiguiendo así un rendimiento de entre 3 y 4 veces mayor que los discos de papel. Este año hemos lanzado también una máquina lijadora eléctrica revolucionaria, que solo pesa 900 grs, con una enorme potencia pero sobretodo segura y con una larga vida útil puesto que carece de escobillas. Como novedad, presenta los discos **Polarstar** con soporte de film.

www.mirkaiberica.com



Saint Gobain Abrasivos

Los fabricantes de la marca **Norton** explican de su gama de abrasivos el producto más representativo es el **Sistema MultiAir Process**. Diferencian dos tipos de abrasivos dentro de la misma gama y sistemas: el



Sistema MultiAir A275 (marrón), compuesto por el disco con soporte de papel y látex, que unido a sus estereato No-Fil (antiembozamiento), el grano de óxido de aluminio reforzado y el sistema de 181 agujeros, confieren a este producto un gran rendimiento, durabilidad, y vida útil del disco. Al mismo tiempo, con el este



Han Dicho:

"El mercado de abrasivos no se puede calificar como en recesión. Se trata, como ocurre con todo el mercado de reparación del automóvil de un mercado muy dinámico, en continua evolución y cambio. El balance del año 2009 ha sido sin duda muy positivo para 3M que se consolida como el proveedor preferido por los talleres que quieren ser más competitivos y mejorar la calidad y la productividad de sus trabajos pese al incierto clima económico. Incluso con las caídas de reparaciones en los talleres, y la mayor preocupación por los costes, los usuarios finales siguen prefiriendo usar productos de calidad que les resuelvan los problemas del día a día.

El año 2010, va a ser un año difícil para todo el mercado industrial, y todo lo relacionado con el automóvil sufrirá, sin duda esta situación. Sin embargo, el aumento del parque de vehículos de los últimos años y la mayor presión por conseguir ratios de productividad elevados debe hacer que los profesionales se inclinen por el uso de materiales de primera calidad, pese al descenso de reparaciones que a priori estamos sufriendo.

El uso de abrasivos que sigan escrupulosamente las regulaciones de la FEPA facilita al pintor el conseguir un buen acabado, y esto debe ir de la mano de abrasivos de gran calidad con una buena aspiración del polvo que se produce y una larga vida útil.

3M está profundamente involucrado en el desarrollo de nuevos productos abrasivos y algunos de ellos están por llegar en los próximos años. Esto supondrá nuevas mejoras en la reparación del automóvil.

No cabe duda de que se aproximan épocas difíciles, pero el desarrollo de productos nuevos e innovadores (Trizact P1500) –que resuelven problemas en el taller– ha sido siempre una máxima de 3M, y por eso cuenta con gran aceptación entre nuestros clientes, lo que nos anima a ser optimistas respecto al futuro." **3M ESPAÑA**

"Las ventas se mantuvieron estables; aunque hemos notado una ligera disminución en la venta de algunos abrasivos por la crisis actual, hemos conseguido nuevos clientes gracias a los discos de 75 agujeros que tienen un mejor lijado y alto rendimiento.

Durante el este ejercicio 2010 estamos seguros de que mantendremos al alza nuestras ventas, gracias a la colaboración de todos nuestros clientes, la incorporación de nuevos productos y una óptima gestión del negocio.

Las condiciones actuales del mercado de la automoción han perjudicado mucho a este sector; es obvio que las ventas de algunos productos han bajado, aunque creemos firmemente que el sector posventa se mantendrá al alza debido a la disminución de la venta de vehículos nuevos y el aumento en la reparación.

Como principal ventaja también nos gustaría destacar la constante evolución del producto y la predisposición por parte de los profesionales a probar nuevos productos y tecnologías, para intentar mejorar la calidad en los resultados de sus trabajos, en beneficio de sus propios clientes." **BOSS AUTO IMPORT**

"El abrasivo sigue representando el mayor porcentaje del coste de la reparación y además es insustituible por ningún otro proceso por lo que solamente puede ver reducido su consumo siempre que el número de reparaciones se reduzca. Para EMM las ventas de abrasivos en

general han aumentado durante el 2009 aunque nuestra apreciación personal es que el mercado global no ha aumentado. El rendimiento de los discos está directamente relacionado con las herramientas que se usan para aplicarlo, para EMM es muy importante el resultado final compuesto por: lijadora, disco, plato y aspiración. El mejor equipo presentará los mejores resultados." **EMM ESPAÑA**

"Durante el 2009 las ventas de abrasivos han ido en retroceso. La crisis que afecta a todos los mercados ha hecho que el número de reparaciones en taller hayan disminuido. Se constata además una gran proliferación de marcas propias que han incurrido en el mercado buscando buen precio y exclusividad. Marcas que, en muchas ocasiones, pese a no ser de una calidad óptima para la repintura del automóvil sí que resultan atractivas para el taller por su precio ajustado.

Para el 2010 tanto los datos económicos como el ambiente del mercado siguen siendo de pesimistas. Esperamos que el consumo se mantenga a niveles del 2009 aunque también es posible que en el segundo semestre la dinámica tienda hacia una cierta recuperación."

INDASA

"Por supuesto, el mercado está en recesión como el resto de los mercados, aunque el grupo Mirka, gracias a su departamento de investigación y desarrollo, ha conseguido aumentar su puesto en el mercado, con grandes lanzamientos de productos nuevos y revolucionarios enfocados siempre hacia la mejora continua del trabajo en el taller, produciendo beneficios reales de calidad, eficiencia y rentabilidad."

KWH MIRKA IBÉRICA

"La tendencia del mercado es un tanto ambigua, ya que se está notando un descenso en el consumo de los abrasivos, ya que el índice de reparación y trabajo en taller está disminuyendo considerablemente, lógicamente situaciones de macro entorno en el que vivimos.

De momento la estabilidad que vivíamos tiempo atrás se está viendo afectada por la "crisis económica", con un ligero descenso en las ventas, en todo el sector del automóvil. Los vehículos nuevos no se reparan, y cosas de la coyuntura económica, los coches de segunda mano y/o con ciertos años no visitan el taller de chapa y pintura para realizar tareas de reparación.

Aparte de esto, se está detectando en el mercado una cantidad significativa de producto con marca del distribuidor o grupo de distribuidores, al mismo tiempo que producto "low cost." **SAINT GOBAIN ABRASIVOS**

"El mercado del abrasivo en 2009 fue bastante complicadillo, no tanto por la automoción, como por la industria: los fabricantes de abrasivos dependen cada vez más de industria y se nota una bajada más acentuada de las ventas. El año pasado fue un año raro con una serie de coyunturas que hizo que las ventas bajasen; estamos convencidos de que este año será el de la retoma del mercado. Se nota en el mercado un mayor número de discos de marcas blancas para competir por precio o por exclusividad, creo que también este año la gente se va a dar cuenta de que estar apoyado por un fabricante de una marca conceptuada con el debido servicio técnico, le dará a ganar más dinero y tener menos problemas; con las líneas blancas, apenas pueden competir por precio y no tienen el apoyo ni la calidad del fabricante." **SIA ABRASIVES**

mismo sistema, cuentan con el "top", es decir el Disco MultiAir Process A975 (azul), compuesto por un grano abrasivo SG Cerámico combinado con óxido de aluminio, que confiere un corte frío, más rapidez en el trabajo, un mínimo embozamiento, con el mismo tipo de soporte que el anterior.

Al mismo tiempo, Norton, cuenta con una gama de abrasivos de 7 y 9 agujeros en la calidad Norton Pro A275 (óxido de aluminio), Norton Pro Plus A975 (SG Cerámico), y el Norton BlueFire H835 de grano autoafilable, gran poder de abrasión, corte rápido ideal para

grandes superficies de lijado donde lo que se requiere es gran poder de desbaste en el mínimo tiempo posible.

También cuentan con el abrasivo + espuma (Rotolo Foam), con un rango de granos que va del P120 al P1500. Abrasivo No-Tejido (BearTex), Disco Q260 Dry Ice, un disco con soporte film y grano P1000 y P1500 en los sistemas tradicionales de 6+1 agujeros, 8+1 agujeros y el sistema MultiAir Process, al que se une a la gama un disco de diámetro 76mm para la reparación rápida, etc.

www.saint-gobain.com

SIA Abrasives

Son fabricantes de una gama completa de abrasivos y pulimentos para todo tipo de trabajo, desde los productos para la chapa, pintura, plásticos hasta el pulimento final "la solución global dentro del taller". Lo más destacado de su oferta son los discos *Sia Carat*. La principal característica es que el abrasivo es de diamante, y está preparado para el lijado de los barnices cerámicos, antirrayados (Mercedes, BMW) o materiales como el Gelcoat y el Epoxi (Náutica).

www.sia-abrasives.com

Las aseguradoras desacreditan al INE

Javier Vivas es gerente de Grupo APTA, una red de talleres que aglutina a profesionales independientes y de la red del constructor. En su labor de defensa de los intereses de esta red expresa sus opiniones, que son motivo de debate y aportan una visión muy contundente del panorama de las relaciones entre los actores de la posventa.

En esta ocasión, Vivas quiere dejar constancia de las prácticas de las aseguradoras y sus políticas de precios en la negociación con el taller, interpretando de una forma particular los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

"Con este artículo quiero hacer pública una reflexión sobre el título del mismo, y por qué hemos llegado a esta situación que expongo más abajo, siendo de vital importancia para todos los profesionales que nos dedicamos a las relaciones entre asegurados y aseguradoras.

Claro está que hay determinadas zonas de España donde el precio de la hora de taller esta más caro que en otros, pero es una situación que por sobrevenida no tiene una solución a corto plazo. Por otro lado las aseguradoras siempre han intentado de forma loable para sus intereses reducir el coste medio de su siniestralidad, unos directamente desde los departamentos de siniestros y otros delegando en sus peritos de zona los cuales hacen dicha labor. Pero así como todo lo que van a leer se puede demostrar papel por papel, línea por línea, hay situaciones que ya no pueden soportarse más. El hecho de que unos talleres independientes tengan el interés de unirse por este hecho con fines comunes aún costándoles dinero de su bolsillo tal coordinación, dice a las claras que tantos actores no hacen falta, que algo se esta haciendo mal, que hay actores con responsabilidades que muy probablemente no están realizando las labores que se les han encomendado.

En mi modesta opinión desde la gerencia y coordinación de un grupo de empresas reparadoras de automóviles, mi labor es



“El hecho de que unos talleres independientes tengan el interés de unirse por este hecho con fines comunes aún costándoles dinero de su bolsillo tal coordinación, dice a las claras que algo se esta haciendo mal, que hay actores con responsabilidades que muy probablemente no están realizando las labores que se les han encomendado.”

acercar posturas, concretar situaciones, relajar posibles discrepancias personales pues no todo el mundo podemos ver las cosas del mismo modo desde prismas distintos; pero nunca enfrentar, confrontar ni entorpecer, pues lo que a todos nos interesa es trabajar, solucionar e ingresar lo legalmente correcto en nuestras arcas; cualquier otro camino tiene las "patas" muy cortas. En mi experiencia profesional entre aseguradoras, talleres, recambistas y consultoras, siempre he intentado buscar soluciones para que fluya la rentabilidad entre las partes, y en este momento tengo que denunciar una situación INSOSTENIBLE. Estas letras van dirigidas a medios de comunicación, asociaciones a nivel nacional, responsables periciales de aseguradoras, peritos y talle-

res, todo un sinfín de actores que estamos involucrados en esta dinámica, asegurador-taller-aseguradora.

Para no extenderme más y entrando en materia, podemos introducir el asunto cuando determinado perito hace unos días va a un taller por una valoración sobre una pintura general del automóvil, que por sus criterios inamovibles no podía valorar más de determinado importe. Desde el departamento jurídico de la asociación le hacemos ver a la aseguradora que este perfil de técnico esta fuera del mundo real, que su última palabra no es ninguna palabra, es más, que por encima de él siempre estará la aseguradora para dirimir las diferencias posiblemente lógicas ante estas posturas tan anquilosadas y que tan mala imagen dan a quien representaba en ese momento. A los días se presenta en mi despacho para proponer un acuerdo, cosa que estando fuera del plazo legal para él mismo podríamos haber declinado beneficiando plenamente a nuestro asociado, pero no, para no entrar en pormenores, un 50% para cada postura de la valoración y con un acuerdo rápido zanjamos la situación, pues siempre hay que negociar, negociar, negociar y después seguir negociando.

Dentro de la conversación puse encima de la mesa la realidad actual del IPC 2009 y lo que implica en los precios de hora que iban a traer en estos primeros meses del 2010, a lo que su respuesta fue sencilla: "Como en

"Consultado con distintas aseguradoras estas tienen la intención de subir el IPC General o como mucho el 1%, teniendo todas claro y nuestra experiencia nos lo impone que si el siniestro se tramita judicialmente el precio hora del taller legalmente acreditado se paga sin más comentarios."

años anteriores". A buen entendedor pocas palabras bastan. Consultado con distintas aseguradoras estas tienen la intención de subir el IPC General o como mucho el 1%, teniendo todas claro y nuestra experiencia nos lo impone que si el siniestro se tramita judicialmente el precio hora del taller legalmente acreditado se paga sin más comentarios. No es cuestión de estar siempre pleiteando, de ahí buscar un criterio imparcial (como los baremos bien estudiados), y es donde aparece el Instituto Nacional de Estadística (I.N.E.). Dentro de las subclases del INE, habla de "Reparación y mantenimiento de automóviles", epigrafe directamente y exclusivamente referenciado a

nuestra actividad de taller. En el año 2009 deja a las claras que el IPC en Diciembre 2009 sectorial en datos interanuales se cifro al +3.3%. Siendo el IPC general del +0.8%. Claro esta que el IPC general afecta multisectorialmente, pero un taller y más aun su precio hora de trabajo no tiene relaciones con otros sectores en cuanto a IPC y además tiene uno propio, por lo que es el aplicable, razón por la cual la existencia necesaria de INE como organismo independiente de la administración publica del estado para estos menesteres.

Pues las aseguradoras no, su indemnización no esta sujeta a ninguna reglamentación más que su propia postura, y maquillando con un dato de IPC general, lo aplican mal y sin argumentación que tenga un peso coherente ¿Dónde estamos? ¿Qué criterios técnicos son los que alegan? En años anteriores se han llegado a acuerdos, como por ejemplo con un jefe nacional de peritos con un 5% de descuento en la mano de obra sobre el precio del taller, pero un acuerdo bilateral.

Y donde ya se rompe cualquier lógica, es cuando después de posicionarse las aseguradoras, delegan en algunos gabinetes periciales la labor de fijar las subidas de precios

"Han conseguido que la baja rentabilidad de las peritaciones una grupos de empresarios."

hora y estos no quieren que los talleres sepan la subida de uno con respecto al otro, con un criterio arcaico de, "yo tomo acuerdos uno a uno". Señores, a quien queremos engañar, ¿Qué se creen, que "divide y vencerás" funciona en el 2010? Han conseguido que la baja rentabilidad de las peritaciones una grupos de empresarios. Situaciones que hemos vivido en años pasados como que el responsable del gabinete pericial diga a un taller que el otro le cobra menos, y cuando el taller le dice al perito que "ayer le vi y eso es mentira", el perito se retracte automáticamente y lleguen a un acuerdo.

Quien convencer a los talleres que otros talleres homólogos han aceptado sus condiciones de precio hora para el 2010 y que eso sea totalmente falso, es mas, incluyan en sus peritaciones un precio de hora unilateral y arbitrario, y luego se diga que fue acordado por ambas partes, situación que ya cuesta un mundo modificarlo de las bases de datos de las aseguradoras. Por favor, este sector es mas serio de lo que quieren que parezca.

Hagamos de la labor pericial necesaria un trabajo profesional, dejemos aparte la baja profesionalidad de gabinetes anticuados y enquilosados fuera de nuestro sector tan querido por todos; hagamos de las relaciones y negociaciones profesionales un arte

"Que los organismos del estado como el INE cumplan su labor y no se apoyen en lo que interesa sin utilizarlo partidariamente ocultando información valiosa para la resolución de la problemática de la actualización del precio hora taller."

en el que todos salgamos beneficiados y no por culpa de una serie de actores de baja categoría profesional, mal intencionados, que no parezca nuestro sector del taller de reparación de siniestros un trabajo de oscurantismos y navajazos. Profesionalidad, profesionalidad y profesionalidad. Que los organismos del estado como el INE cumplan su labor y no se apoyen en lo que interesa sin utilizarlo partidariamente ocultando información valiosa para la resolución de la problemática de la actualización del precio hora taller.

A todos aquellos que las relaciones dentro del sector de la postventa del automóvil son fluidas y amables, no dejen caer en saco roto esta situación que nos hace tanto daño a todas las partes y busquemos la profesionalidad y la negociación, aseguradoras, asociaciones, medios de comunicación, reparadores y todos aquellos que amamos este sector y que situaciones como la expuesta cambie y hagan hacen

"Que la ley que regula el seguro de automóviles LCS50/80 prevalezca para todos y que no sea la picaresca la que busque la rentabilidad a las aseguradoras, gabinetes periciales o talleres."

que lleguemos a la transparencia y seriedad que nunca debieran de perderse entre profesionales cualificados de todos estos foros.

Que la ley que regula el seguro de automóviles LCS50/80 prevalezca para todos y que no sea la picaresca la que busque la rentabilidad a las aseguradoras, gabinetes periciales o talleres.

Y que utilizar argumentos empresariales no sea un arte de ocultar información o sesgarla, pues los datos del INE son públicos y mal utilizados pueden hacer daño y el desmantelamiento de un sector productivo que luego cuesta muchos años recuperar." ◀

www.grupoapta.com

TALLERES CERTIFICADOS CZ

“Avanzando hacia la excelencia de la organización del taller”

(No lo decimos nosotros ...

“Superación constante y satisfacción del cliente”

(Talleres FG-2)

“Importancia de la actualización de los conocimientos técnicos”

(Talleres Muñoz Cabrera)

“Reparación integral de gran calidad, respaldado por la utilización de productos de primer nivel”

(Talleres Castiñeira)

“Instalaciones adecuadas a los cambios tecnológicos que demanda el mercado”

(Planxisteria y Pintura Rogelio)

...lo dicen los **talleres**)



www.centro-zaragoza.com



CENTRO ZARAGOZA
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN
SOBRE REPARACIÓN DE VEHÍCULOS, S.A.

34

Noticias



36

Entrevista: Wolfgang Bogoll, Responsable de Compras de BMW Ibérica



38

Contacto: Ford Ka, Yamaha FZ1-S ABS



ASISTIMOS A SU EXHIBICIÓN EN LEXUS Tuset (BARCELONA)

EL LEXUS LF A, DE GIRA

Concesionarios **Lexus** de Madrid y Barcelona han mostrado orgullosos durante estos días lo último de la marca nipona, el súper espectacular y deportivo **LF A**, modelo exclusivo del cual solo se han fabricado un millar de unidades.



Loreto Tejuca, Directora de Comunicación de Lexus

Tecnológicamente también es muy avanzado al contar

con chasis de aluminio y fibra de carbono, un motor ligero y compacto de 580 CV capaz de pasar del ralentí a 9.000rpm en tan solo 0.6 s con un sonido que produce escalofríos, una caja de cambios robotizada y discos de frenos cerámicos.

La única unidad del Lexus LF A en exposición en Europa ha estado de gira por España, cual estrella del star system en

Lexus Madrid Norte (el 6 y el 7 de febrero) y en

Lexus Tuset en Barcelona los días 10 y 11 de febrero, durante las jornadas de puertas abiertas que la marca ha previsto para que este exclusivo modelo se pueda ver y tocar. Asistimos a la convocatoria en la capital catalana, en la que actuaron de anfitriones **Juan Llavina**, Gerente de **Lexus Nipauto** y **Grup Llavina**, y **Loreto Tejuca**, Directora de Comunicación de Lexus, comprobando "in situ" la garra del modelo y la gran capacidad de convocatoria conseguida.

La exclusividad del Lexus LF A está presente en todo lo que le envuelve: la marca ha establecido un procedimiento de venta poco habitual, ya que los clientes interesados deben contactar con el **Centro Autorizado Lexus** más cercano que facilitará sus datos a un asesor de ventas dedicado exclusivamente al LF A, con sede en **Lexus Park Lane**, Londres. **C**

www.mundolexus.com

HARLEY DAVIDSON REvisa LOS DEPÓSITOS

CAMPAÑA DE REVISIÓN PARA LA FAMILIA TOURING

Harley Davidson ha emitido un comunicado en el que emplaza a los propietarios de las motocicletas de la familia **Touring** fabricadas entre el 6 de junio de 2008 y el 19 de noviembre de 2009 a pasar por el concesionario oficial para ser sometidas a un leve operación técnica. En España solo 197 motocicletas se ven afectadas y la operación a realizar es muy simple, consiste en colocar unos protectores en las pletinas que anclan el depósito al chasis de la moto. Esta protección tiene el objetivo de evitar que, en el hipotético caso de sufrir un accidente o un choque frontal, el depósito no tenga ninguna fuga de combustible. Como reitera la marca de Milwaukee, esta campaña de revisión es muy sencilla y no supone ningún coste para el cliente el cual recibirá toda la información pertinente con todos los pasos que debe realizar. **C**



www.harley-davidson.es

BUENA PARTE DE LA GAMA TOYOTA, EL SUZUKI ALTO O EL HONDA JAZZ

VARIOS MODELOS JAPONESES, LLAMADOS A REVISIÓN

Durante estos días, **Toyota** va a revisar buena parte de su gama de modelos europeos y estadounidenses para subsanar una anomalía con el pedal del acelerador. Esta llamada a revisión ha coincidido con otra para reprogramar el ABS del **Prius** para que frene con mayor energía en firmes deslizantes o bacheados. Desde la marca nipona han dicho que esto último no es un fallo sino que se reprograma de nuevo para adaptar el tacto del ABS a los gustos de los conductores. Toyota no es la única marca japonesa que ha llamado a revisión algunos de sus modelos. En enero, **Suzuki** anunció que en el modelo **Alto** se detectó que algunas unidades tenían mal instalada la bomba de combustible presentando riesgo de filtraciones y por tanto de incendio (los modelos afectados se pueden reconocer por los códigos de identificación, que van de MA3GFC31S00117403 a MA3GFC31S00193450). También **Honda** ha tenido que asumir una llamada a revisión de 440.000 vehículos en Estados Unidos y Japón (afecta a algunos vehículos de los modelos **Accord**, **Civic**, **Odyssey** y **CR-V** del 2001 y 2002 y **Acura TL** 2002), para sustituir el sistema de inflado del airbag lateral del conductor ya que el problema (detectado hace 16 meses) podría suponer un excesivo inflado hasta su rotura, aunque desde su detección (julio de 2009) no se ha producido ninguna nueva unidad. Esta es la segunda llamada a revisión de la compañía este año, ya que en enero también tuvo que asumir la revisión de 646.000 unidades de los modelos **Fit/Jazz** y **City** en todo el mundo por un defecto en un interruptor de las ventanillas, que al mojarse podría provocar un cortocircuito. Se trata de uni-



dades fabricadas en Sudáfrica entre 2002 y 2008. Europa, el continente americano y toda Asia a excepción de Japón, recibieron los vehículos en cuestión. No obstante, conviene no generalizar, **Lexus**, parte del Grupo Toyota, con líneas de producción distintas, pero compartiendo proveedores y sistemas de componentística, ha emitido un comunicado en el que aclara que sus modelos comercializados en Europa no están afectados por las llamadas a revisión de los modelos Toyota, y que las llamadas a revisión en Estados Unidos de las alfombrillas de los Lexus no afectan a las alfombrillas instaladas en los vehículos comercializados en Europa, ya que se producen localmente y tienen un diseño distinto de las americanas. **C**

www.toyota.es / www.mundolexus.com / www.honda.es / www.suzuki.es

CENTRO PORSCHE BARCELONA Y CENTRO PORSCHE GIRONA

MEJORES CONCESIONARIOS PORSCHE 2009



Fachada del Centro Porsche Barcelona.

Porsche Ibérica ha elegido a sus **mejores concesionarios del año 2009 en España y en Portugal** y Catalunya ha acaparado en esta ocasión los galardones. Así, los mejores concesionarios del año 2009 han sido, en sus

respectivas categorías (diferenciadas por el tamaño y volumen de facturación), **Centro Porsche Barcelona** y **Centro Porsche Girona**.

El premio valora cuatro apartados fundamentales para Porsche: compra del vehículo, proceso de entrega del mismo, servicio técnico prestado y apariencia de las instalaciones. Centro Porsche Girona obtuvo las mejores notas en el primer y tercer apartado que entre ambos, acaparan el 80% de la puntuación global. En el apartado de apariencia de las instalaciones, quedó en segundo lugar, a pocos puntos del ganador, el concesionario Porsche portugués de Faro. Por su parte, Centro Porsche Barcelona obtuvo la segunda



Interior del Centro Porsche Girona

plaza en el apartado entrega del vehículo aventajando en punto y medio al concesionario gerundense. Aunque 2009 ha sido un ejercicio complicado, desde Porsche subrayan que han capeado bien la bajada de ventas gracias a la comercialización de nuevos vehículos como el Cayenne diésel o el flamante Panamera. Además, las ventas de vehículos de ocasión, a través del Programa Porsche de Vehículos de Re-estreno, han tenido un buen comportamiento. 

www.porsche.com

LA MARCA DEL ÓVALO AUMENTA SU ACTIVIDAD DE POSVENTA CON ÉSTA Y OTRAS INICIATIVAS

CAMPAÑA "ARRANQUE RÁPIDO" DE FORD



La red de concesionarios **Ford** en España está desarrollando una **campana de mantenimiento** cuyo objetivo es que el vehículo esté en perfecto estado en estos días de bajas temperaturas y tiempo inclemente. La promoción, bautizada como **"Arranque Rápido"** consiste en el regalo de unos cables de arranque de batería y en una bonificación de diez euros en la compra de una batería nuevo a todos aquellos clientes que realicen cualquier operación de mantenimiento en los talleres autorizados Ford entre el 15 de enero y el 31 de marzo. Como complemento a esta campaña, la marca del óvalo ofrece a los propietarios de un Ford con más de cinco años de antigüedad un descuento del 25% en la mano de obra en cualquier operación de mantenimiento. Estas dos iniciativas constatan la estrategia de Ford de reforzar su actividad de posventa. Y no son las únicas acciones que tiene en marcha ya que, actualmente está ofreciendo el segundo neumático gratis en neumáticos de segundas marcas y una promoción 4x3 para las primeras marcas, baterías a 69 euros (montaje no incluido), descuentos especiales para las piezas de recambio de carrocería, la posibilidad de recibir de regalo una silla infantil con solo dos visitas a un taller autorizado, precios especiales para productos **Parrot** por acudir a los talleres Ford, etc. 

www.ford.es

Léelo en

mundo recambio y taller

mryt

www.mryt.es

Toda la actualidad de la posventa del automóvil a un click. ¿Vienes?

NUEVO SERVICIO RENAULT BOX

LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE, OBJETIVO DE RENAULT



Renault España ha puesto en marcha en el mercado español el **Renault Box**, un programa de servicios que contempla la extensión de la garantía, el seguro a terceros o a todo riesgo o el seguro de pérdida de carné, empleo o vehículo. El objetivo de estas propuestas es fidelizar al cliente con una oferta de servicios añadidos completa y adaptada a sus necesidades. Con Renault Box la marca del rombo pretende afrontar la actual situación de crisis económica proporcionando seguridad, flexibilidad y ahorro al cliente. Para Renault, incluir un seguro a terceros o a todo riesgo o ampliar la garantía no hará sino mejorar la cuota mensual en muchos casos. Además, subraya que, mientras la competencia ofrece fórmulas restrictivas que condicionan el acceso del cliente a los servicios ofrecidos, Renault quiere aumentar la venta de estos servicios e invertir parte de la rentabilidad que le dan en beneficiar al comprador con una tasa menor. Según Renault, contratar más servicios disminuye el precio de la financiación, es decir, la tasa de interés. Con la combinación adecuada, se puede contratar, por ejemplo, un seguro a todo riesgo por un euro más al mes o llevarse, al mismo precio, el seguro de pérdida de carné. 

www.renault.es

WOLFGANG BOGOLL, RESPONSABLE DE COMPRAS DE BMW IBÉRICA

“POSVENTA Y COMPRAS SON PRIMOS HERMANOS”

El Responsable de Compras de BMW Ibérica, Wolfgang Bogoll, lo tiene claro: su reto diario es proporcionar a sus clientes internos componentes y servicios en la calidad, en el tiempo y en el precio acordados. Éstas y otras cuestiones nos explicó en una entrevista reciente.



A grandes rasgos, ¿cuál es su labor en BMW Ibérica?

Yo soy el Responsable de Compras. Así mismo soy el Responsable de Compras Internacionales por lo que gestiono el negocio de primer equipo para nuestras plantas. Como Responsable de Compras “nacionales”, me responsabilizo de los bienes y servicios que **BMW Ibérica** adquiere para poder desempeñar su labor diaria. Estos bienes y equipos van desde el alquiler de las naves hasta la contratación del comedor pasando por la compra de algunos componentes para el área de posventa. En definitiva, mi reto diario es proporcionar a mis clientes internos componentes y servicios en la calidad, en el tiempo y en el precio acordados.

Desde su cargo, ¿cuál es su relación con la posventa?

Posventa y Compras son primos hermanos. La posventa es el *interface* de BMW con los concesionarios a nivel de componentes, no a nivel de automóviles. El Departamento de Compras cumple una función similar, es el *interface* del **Grupo BMW** a nivel de componentes. Tanto Posventa como Compras tratan

“Mi reto diario es proporcionar a mis clientes internos componentes y servicios en la calidad, en el tiempo y en el precio acordados”.

con socios y empresas externas al Grupo en la mayoría de los casos en relación, sobre todo, a piezas y a componentes, pero no a coches. En España, concretamente, gestionamos un conjunto de componentes que compras directamente para el departamento local. Estos componentes son principalmente neumáticos, equipos Bluetooth y actualizaciones de GPS. **¿Qué proveedores tienen aquí en España?, ¿con cuántos trabajan?, ¿cómo suministran al Grupo BMW?... porque supongo que en nuestro país compran componentes que después instalan en sus vehículos en cualquier planta de BMW...**

Las relaciones en primer equipo, además de ser excelentes, están muy arraigadas pues ya trabajamos con fabricantes de componentes españoles desde finales de los setenta.

Actualmente trabajamos con unos sesenta proveedores cuyos componentes tienen como destino la planta de Steyr (Austria) donde fabricamos motores, la planta de Dingolfindt (Alemania) donde fabricamos los Serie 5, 6 y 7, la planta de Ratisbona (Alemania) donde hacemos los Serie 3 dos puertas y descapotable, la planta de Leipzig donde hacemos el X1, la planta de Carolina del Sur donde hacemos los X5 y X6 o la planta de Oxford donde hacemos el MINI. Por tanto, los proveedores españoles suministran a todas las plantas. Otra cuestión muy importante que me gustaría destacar es que España ha sido y es el mercado de componentes más importante para nuestra rama de motocicletas a nivel mundial. Desde el área de Catalunya enviamos un montante de componentes muy importante para la planta de Berlín, donde fabricamos nuestras motocicletas. **Siguiendo con los proveedores con los que trabajan, ¿qué política plantea BMW con ellos?, ¿prefieren trabajar con pocos proveedores o, por el contrario, diversificar las compras?** En el mercado existe una tendencia a la



C.V.: UNA LARGA TRAYECTORIA EN BMW



Aunque alemán de nacionalidad y origen, **Wolfgang Bogoll** nació en Madrid. Licenciado en Derecho y en Económicas y Empresariales, su trayectoria laboral la inicia en **Hella España** donde,

entre 1987 y 1991, desempeñó los cargos de Director de Compras y de Director de Ventas, Compras e Importaciones/Exportaciones. En 1991 desembarca en **BMW**, concretamente en el Departamento de Compras Internacionales de BMW España. En 1993 asciende a Director del Departamento de Compras Internacionales de España/Portugal y en 1994 cruza el charco para asumir la Dirección de Compras de BMW México. En 1998 vuelve a nuestro país como Director del Departamento de Compras Internacionales y Nacionales España/Portugal. Entre 1999 y 2000 es Director del Departamento de Compras del Grupo BMW/Rover y en 2003 asume la Gestión de Proyecto para todos los departamentos de Compras en Europa Occidental (Italia, Francia/Benelux, España/Portugal). Desde 2005 es también el Responsable de Compras para el Norte de África y desde 2008, Vicepresidente de Compras América.

dores españoles. El volumen de compras depende de dos factores: de la adquisición o adjudicación de contratos para nuevos vehículos y de la producción global de nuestros vehículos. Al respecto de la segunda cuestión, debemos recordar que 2009 no ha sido un buen año para la producción. Volviendo a la primera, España se ha convertido en el cuarto mercado europeo y el quinto mundial para BMW, esto explica el aumento de la cifra del volumen de compras en España.

¿Qué porcentaje de las compras que realiza su departamento se derivan hacia la posventa del canal constructor?

Aproximadamente un 5% y en España no se "queda" nada. Grupo BMW tiene un almacén centralizado en Dingolfing (Alemania) y allí llegan las piezas procedentes de todo el mundo para optimizar la logística y los costes. Este almacén central de Dingolfing surte a los almacenes locales que tenemos. El almacén local que da servicio a España y Portugal está ubicado en Cabanillas del Campo (Guadalajara). En cualquier caso, el flujo siempre es desde el fabricante hasta el almacén central de Alemania. 

concentración. Y esto sin que el fabricante haga nada. Por otro lado, desde el punto de vista de los fabricantes, y sobre todo desde BMW, exigimos mucha tecnología e innovación, factores que una empresa pequeña no puede proporcionar o, en caso de ofrecerlos, a un precio muy elevado. Por tanto, el presente está marcado por estas dos tendencias: la concentración natural que está viviendo el sector de los componentes, en gran parte por la actual situación de crisis, y la complejidad tecnológica que exigimos los grupos automovilísticos.

Entonces, ¿qué perfil tienen los proveedores de componentes españoles?, ¿predominan los que proporcionan productos de alta rotación –baterías o neumáticos- o los que ofrecen componentes y sistemas de alto valor tecnológico?

Hoy en día, si operamos en un país como España, no debemos fijarnos si compramos un producto, debemos tener un proveedor que sea capaz de desarrollar ese producto. En la actualidad, los ingenieros españoles son igual de buenos que los del resto de países europeos pero más exigentes en costes. Los cuatro criterios básicos de BMW a la hora de elegir un proveedor son: debe tener su propio departamento de I+D; los productos del proveedor deben poseer contenido tecnológico –si queremos productos con poco contenido tecnológico acudimos a otros mercados-; debe proporcionar un producto logísticamente transportable y, por último, el proveedor debe ser competitivo en costes, competitividad que se deriva de unos modelos laborales flexibles. Al hilo de todo esto, España hace tiempo que ha dejado de ser barata.

BMW es un grupo de marcas Premium y en principio va a seguir siéndolo. Sin embargo, desde hace unos años colabora en el desarrollo de productos con otras marcas como PSA o Toyota. Esta política, ¿influye en la política de adquisición de componentes?

España ha sido y es el mercado de componentes más importante para nuestra rama de motocicletas a nivel mundial. Desde el área de Catalunya enviamos un montante de componentes muy importante a la planta de Berlín, donde fabricamos nuestras motocicletas.

Estas cooperaciones se hacen para obtener economías de escala más rentables. A efectos de Compras, la política y la filosofía no varía. Varios motores que se montan en modelos PSA tienen tecnologías BMW como el sistema multiválvulas o el bloque motor en aluminio; esto facilita las compras al contar con plataformas más largas pero la filosofía es la misma aunque la dificultad por ser competitivos es menor. Además, debemos recordar que se tiende a una unificación de componentes aunque ello no influye en el carácter de la marca. Para evitar que esto pudiera suceder, nuestro Departamento de Marketing vigila que BMW mantenga su excelente imagen de marca *Premium* a la vez que el Grupo intenta optimizar las economías de escala porque el cliente ya no está dispuesto a pagar por según que aspectos. **En 2003 declaró que planeaba doblar las compras a los fabricantes de sistemas y componentes españoles de cara a 2004 y 2005 y cuantificó esta previsión en unos 450 millones de euros. ¿Su cumplieron las previsiones?, ¿cuál ha sido el montante de compras en 2009 y cuáles son las previsiones para 2010?**

En primer lugar, confirmar que los objetivos se cumplieron. Por otra parte, en 2009 hemos cerrado el ejercicio con más de 500 millones de euros en volumen de compras a provee-

Guerra a la discreción



▷ Este utilitario de **Ford** es cualquier cosa menos discreto. La versión probada del **Ka**, la **Individual**, se presenta con un rojo claro y con una raya blanca que recorre el coche de delante hacia atrás, dos rayas también blancas en los laterales y unas llantas, como no blancas. Por dentro aún es más llamativo: inclasificables asientos en rojiblanco (se presenta como coche ideal para los aficionados del Atlético de Madrid o del Athletic de Bilbao), volante también bitono y original diseño del salpicadero y los mandos. Consideraciones estéticas al margen, el Ford Ka es primo hermano del Fiat Panda, de hecho se fabrica en una planta de Fiat en Polonia y algunos componentes como el cuentakilómetros o los aireadores del salpicadero son idénticos amén de compartir plataforma. Como utilitario es muy

eficaz, su pequeño tamaño y agilidad le permiten *ratonear* con agilidad por ciudad aunque por carretera es otro cantar, sobre todo, por las pocas vitaminas que atesora su motor de gasolina, sólo 69 CV. Eso sí, su consumo también es muy comedido, 5,1 litros cada 100 kilómetros en ciclo mixto. Por la diferencia de precio entre la versión diésel y gasolina, recomendamos la segunda ya que se han de recorrer muchos kilómetros para compensar la diferencia de tarifa entre ambos. El espacio y, sobre todo el maletero, están bien aprovechados y el equipamiento y el nivel de acabados son justitos, en consonancia con su precio, poco más de 10.000 euros. www.ford.es

LA YAMAHA FZ1 S ABS

Deportiva diaria

▷ Concebida como una versión *suavizada* de la R1, **Yamaha** lanzó en Europa en 2006 la **FZ1 S**, una *sport-naked* heredera de un nombre de referencia entre las deportivas razonables: **Fazer**. En estos años, apenas ha recibido pequeños cambios de colores y componentes, algún retoque en la gestión del motor y suspensiones. Tanto en la FZ1 como en su hermana pequeña, la FZ6, Yamaha siguió el mismo esquema: utilizar el motor de la superdeportiva del segmento (la R1 en el caso de la FZ1) suavizándolo, mejorando la respuesta en regímenes medios para hacerlo más dosificable y dócil, al tiempo que ofrecía versiones *naked* de ambos modelos (la FZ1-N y la FZ6-N). Una parte ciclo más tranquila pero muy digna, una posición de conducción más racional y un precio más asequible (la FZ1 S cuesta casi 4.000 € menos que la R1, casi nada...) la convierten en una buenísima máquina para el día a día que nos permite *divertirnos como locos* cuando hay que ir rápido o afrontar largos viajes en compañía con toda comodidad. La incorporación del ABS, además, la hace una moto tremendamente segura sin perder apenas la agresividad de su frenada. Una tetracilíndrica nunca podrá tener los bajos de una mono o una bi; aún así, se nota el enorme esfuerzo de Yamaha para conseguir que el motor se desenvuelva con entereza en regímenes medios. Entre 2.000 y 5.000 rpm es delicioso, aunque es a partir de las 6.000 rpm cuando sale a relucir el endemoniado corazón R1. La FZ1 S es un modelo ya algo veterano en la oferta de Yamaha, pero sigue estando perfectamente vigente tanto en diseño como en tecnología. Su equilibrio le permite ser una moto para todo, aunque no sería la moto ideal para conductores noveles. Su precio, **11.599 €** de tarifa, es bastante apetecible, y aunque es ligeramente superior al de su enemiga vital, la Z1000 de Kawasaki, ésta es menos potente y algo más cara cuando se le añade el ABS. www.yamaha-motor.es





DISFRUTAR ES ELEGIR LO ORIGINAL

Disfrutar es tener el socio perfecto y trabajar en equipo. Y para su taller, nosotros somos ese socio perfecto, pues le ofrecemos toda nuestra experiencia, asesoramiento personal y asistencia técnica, asegurándole un seguimiento exhaustivo de su pedido.

Nuestro almacén tiene a su disposición todos los Recambios Originales BMW que necesite, piezas de alta precisión y durabilidad que le garantizarán un montaje perfecto, siempre dentro de los plazos previstos. Disfrute de la funcionalidad y exactitud que los Recambios Originales BMW le ofrecen contactando con el Servicio Oficial BMW más próximo. Estarán encantados de atenderle.

RECAMBIOS ORIGINALES BMW

