

328

junio 2010

www.mryt.es

53 ESPECIAL
30 AÑOS

30
mryt
1980-2010



31

ESPECIAL-PREVIO XXIII CONGRESO DE ANGERA



+ADEMÁS

+ ESPECIAL FRENOS

+ SPG, CONGRESO Y ANIVERSARIO

+ GRUPO CARMOY SU II FERIA PROFESIONAL

+ ADL ENSEÑA SUS INTERIORES BRITÁNICOS

+ NUEVO ALMACÉN CENTRAL DE REYNASA

+ VOTACIONES PARA EL EUROPREMIUM

mundo recambio y taller

mryt

DESDE 1980 LA REVISTA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

Tecnología de frenado Bosch.
Un equipo potente



Un equipo unido. Confíe en Bosch, especialmente cuando sustituya las pastillas y los discos de freno al mismo tiempo. Bosch le ofrece unos productos que, combinados, funcionan a la perfección en todos los turismos, y una gama completa de componentes que le garantizan una instalación rápida y sencilla, con un encaje perfecto. De esta forma, sus clientes se beneficiarán de unos resultados excelentes desde el primer momento, logrando una frenada sin ruidos ni vibraciones, y una estabilidad excepcional incluso en las situaciones más exigentes. **Diagnosis y Componentes: sólo es posible con Bosch.**

www.bosch-automotive.es

 **BOSCH**
Innovación para tu vida

FILTRON®

¿Te has preguntado alguna vez de dónde vienen las piezas originales?

Yo, sí.

Líder gracias a la calidad



FILTER BRAND SPAIN SL
Teléfono: 914885411
Fax: 914885425

www.filtron.es



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
Twytypes_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.
C.E.I.

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

junio 2010

"Habemus" reglamento

Bueno, pues la criatura la presentaba Joaquín Almunia en loor de multitudes (que hasta cae la lágrima al oír hablar de posventa en la "tele"; más o menos bien, porque tampoco es que lo tengan muy pero que muy sabido). Se llama **Reglamento (CE) nº461/2010**, también conocido como Nuevo Reglamento, o el BER 2010, y sustituye a nuestro nombradísimo R1400/2002.

Almunia (hay que ser justos con las madres siempre) lo hereda de Neelie Kroes, que es la Comisaria que le precedía en el cargo y la "inspiradora" de velar por la libertad de elección del usuario.

Pero en fin, es en el mandato de este español (Vicepresidente de la Comisión Europea, además de Comisario de la competencia) cuando se publica un marco legal en el que se intenta proteger la competencia real en los mercados de la posventa de la automoción.

No complace a todos (vean si no las declaraciones de las patronales de la posventa en el interior de estas páginas), pero sí gusta a muchos, por muchas cosas: por dejar claro que existen abusos en algunos canales respecto a otros, porque con la denominación del recambio con doble marcaje reconoce el origen del mismo y no queda como propiedad de la marca del constructor de vehículos, porque abre aún más la información técnica (información siempre será poder)...por todas esas cosas que les explicamos y que se matizarán más durante el XXIII Congreso de ANCERA el 10 de este mes en Bilbao, porque Antonio Creus estará allí para aportar matices interpretativos, ya que este texto será el núcleo de uno de los foros más relevantes de nuestro país.

Y esta novedad viene el año de nuestro 30 aniversario. Se dice pronto.

Por eso les hemos preparado un contenido especial en el que, como nosotros, empresas de la posventa con dos generaciones en activo (y en algún caso, van por la tercera) representando a fabricantes de componentes, distribuidores y talleres explican cómo veían las cosas y cómo las ven, acompañados de una visión más ligera de nuestra labor y del futuro del sector que es la de nuestro Christian Machío.

Y bueno, estos son los primeros treinta.

La viñeta que les traemos hoy a este espacio habla del futuro. Pero, en realidad, lo estamos haciendo ya. El congreso de SPG tenía comentarios online en Facebook, y no va a quedarse así...tenemos unas cuantas cosas en la cartera...que hay quien pide a gritos su iPad.



ACTUALIDAD

05 NOTICIAS

Un recopilatorio de lo que ha ocurrido este mes, el resto, se lo contamos en la web.

07 FABRICANTES

Tecnología Tenneco para la posventa

Se presentaron los filtros de partículas del fabricante, en Madrid.

08 ENTREVISTA

A ANCERA le hace falta un cambio

Carmelo Pinto, gerente de grupo Serca, sin pelos en la lengua.

10 DISTRIBUIDORES

Doble éxito

Estuvimos en la 2ª feria profesional del Recambio y Maquinaria de taller de Grupo Garmo, en Albacete.

14 DISTRIBUIDORES

Objetivos ambiciosos

Visitamos las instalaciones de ADL-Blueprint en Marden, Gran Bretaña.

16 DISTRIBUIDORES

Eficiencia es la consigna

Nuevo almacén central de Reynasa en Chiloeches, Guadalajara.

18 ENTREVISTA

Efecto Multiplicador

Charlamos con Raúl Calleja, director de Motortec Automechanika Ibérica.

20 ENTREVISTA

Mucho más para Mecafilter

Philippe Karaaslan-Martínez, gerente de Solaufil Ibérica nos enseñó sus nuevas instalaciones.

22 TALLERES

Por y para el taller

La Red de talleres Cecauro Turismo y Vehículo industrial, hoy.

24 TALLERES

Buscando a los mosqueteros más habilidosos

Votaciones EuroPremium 2010.

26 TALLERES

"Somos la mejor red de España"

Eso dijo Agustín García, presidente de Grupo Serca Automoción en el quinto congreso de la red de talleres SPG, que este año cumple su décimo aniversario.

64 OPINIÓN

¿Green Revolution en el recambio?

Luís Unceta, de Unceta Consulting nos hace llegar sus reflexiones.

31 ESPECIAL PREVIO XXIII CONGRESO DE ANCERA

Desengrasante

Buscando los mejores ingredientes del mercado

Miguel Ángel Cuerno pasea con nosotros por el mercado de la Boquería en Barcelona.

Informe

Más multimarca, más competencia

El Reglamento CE nº461/2010 y las opiniones que suscita.

14



10



16



18



20



31



53 ESPECIAL 30 ANIVERSARIO DE MRYT

Los de Dolz son la bomba.

Y de Ochoa, los recambios.

La saga de los Faura.

30 años haciendo revistas...¡Casi una hipoteca!.

TEMAS DEL MES

44 Mercado

Escoja proveedor

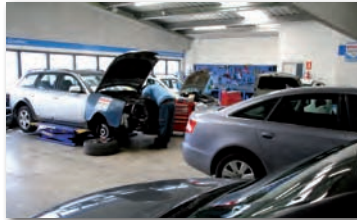
Componentes de frenado para el mercado de reposición.



noticias

DESDE EL 25 DE MAYO, FECHA DE APLICACIÓN DE LA NUEVA LEY DE SEGURIDAD VIAL

Los vehículos abandonados, desguazados en un mes



La entrada en vigor a partir del 25 de mayo de la nueva **Ley de Seguridad Vial** supuso que los vehículos abandonados en los talleres de reparación deben ser desguazados en el plazo de un mes si el propietario no los va a recoger. Es decir, los vehículos abandonados en los talleres se están enviando al desguace si antes el propietario no lo ha ido a recoger abonando la factura en el plazo de un mes desde que se produce la notificación de la Jefatura Provincial de Tráfico. Este aspecto de la Ley es positivo para el taller, que verá como sus instalaciones se vacían de vehículos que habían sido abandonados por sus propietarios y que no tienen que realizar ellos la gestión al respecto. Además, en caso de que el dueño no abone la reparación, el taller tiene derecho a desmontar o recuperar todas las piezas o repuestos que haya instalado durante el proceso de reparación lo que ayudará a paliar o reducir los costes originados.

Según **GANVAM**, la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios, los talleres pierden más de 100 millones de euros debido al abandono de vehículos en sus instalaciones. El año pasado, casi 60.000 vehículos fueron "olvidados" por sus propietarios tras entregar el vehículo al taller para una reparación o un mantenimiento.

www.ganvam.es

EQUIPO DE DIAGNOSIS DE BRAIN BEE

El ST-6000, disponible en renting

Brain Bee Ibérica ha puesto en marcha una promoción a través de la cual los profesionales del taller pueden adquirir el equipo de diagnóstico **ST-6000** bajo la fórmula de un renting. El importe mensual es de 84 euros más IVA y el taller no tiene que presentar ninguna garantía financiera ya que será la marca fabricante la que da la solución y garantiza las actualizaciones de la base de datos, incluyendo la póliza de seguros para el equipo. El contrato de renting es por cinco años. La campaña entra en vigor este mes de junio y se desarrollará hasta el mes de septiembre. Sus ventajas son evidentes, se evita tener que solicitar financiación y se accede a un equipo de altas prestaciones y permanentemente actualizado.

Las condiciones se fijan contractualmente con los distribuidores de la firma fabricante de equipos de taller de origen italiano. La filial en nuestro país, Brain Bee Ibérica, está afincada en Terrassa (Barcelona).

www.brainbee.com



BREVES



Imprefil Distribuciones ha ampliado su gama de térmico con la incorporación de 400 nuevas referencias. El programa térmico de Imprefil destaca por su relación calidad-precio. En otro orden de cosas, la distribuidora de Tres Cantos (Madrid) ya dispone de los rediseñados **filtros Serie II Fuel Manager** de la marca **Baldwin**. El cuerpo metálico ha sido sustituido por uno de polímero resistente para reducir así la electricidad estática y obtener una mayor resistencia a los ciclos de presión.

www.imprefil.com

Desde el 1 de junio hasta mediados de julio, **Tenneco** desarrollará la campaña "Compre 4 y pague 3" para los amortiguadores **Monroe**. Los automovilistas que realicen el cambio de amortiguadores y apuesten por la marca Monroe en un taller asociado a dicha marca pagará solo tres amortiguadores, el cuarto le sale gratis. Tras el éxito del año anterior, Tenneco ha mejorado la campaña con la creación de la web www.4x3amortiguadoresMonroe.es en la que se pueden consultar los talleres que realizan esta campaña o descargarse un cupón que le permitirá realizar una comprobación gratuita de sus amortiguadores. Tenneco estima que los que se beneficien de ella se ahorrarán de media unos 100 euros en la factura final. Otro de los objetivos de la campaña es concienciar a los conductores sobre la importancia de circular con los amortiguadores en buen estado en términos de seguridad y confort.

www.4x3amortiguadoresMonroe.es

www.tenneco.com



FILTROS cartés



Automoción y Transporte



El Stock más completo de Europa

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



www.filtroscartes.com

ventas@filtroscartes.com

MADRID ☎ 902 300 360 Fax: 902 300 370

BARCELONA ☎ 902 300 361 Fax: 902 300 371

SEVILLA ☎ 902 300 362 Fax: 902 300 372

BREVES



Bajo el lema "Su seguridad, la de los suyos y la de los demás, ¡no es cuestión de suerte! **Grupo Serca Automoción** está regalando una toalla de playa por la compra de dos **amortiguadores** de las marcas **KYB, QH, Sachs, Boge y Serca**. La promoción se inició el 1 de junio y finalizará el 31 de julio. Su objetivo es concienciar al usuario final sobre la importancia de circular con unos amortiguadores en buen estado ya que este componente es clave en la seguridad del vehículo.

www.serca.es



Para que los aficionados al fútbol puedan seguir el Mundial de Fútbol de Sudáfrica 2010 y a nuestra selección nacional, **A.R.E. Automoción** ha editado una guía. Los 15.000 ejemplares editados se han enviado a los socios del grupo los cuales los repartirán entre sus clientes. La guía es muy completa, incluye los grupos, las sedes, fichas de las estrellas de cada selección, los horarios, las sedes, los cruces de la segunda fase, etc.

www.agreu.com

DENTRO DEL PROGRAMA DE VISITAS QUE REALIZA A SUS PROVEEDORES

Grupo Serca visita Lizarte

El Consejo de Administración de **Grupo Serca Automoción** visitó recientemente las instalaciones de **Lizarte**, empresa



de Pamplona dedicada a la fabricación de recambios de automoción. **Óscar Huarte** y **Mónica Fuentes**, Director General y Directora Comercial de Lizarte respectivamente se reunieron con la delegación de Grupo Serca para explicarles cuestiones como la atención al cliente, los resultados económicos, la ampliación de las líneas de productos en los últimos años o los proyectos de futuro. Tras la reunión, la delegación del

grupo de distribución visitó las distintas secciones de la planta: el almacén de cascos, la zona de prensado, desmonte, direcciones, bombas, productos diésel, Mecatronics, Lizarte frío, el almacén de pedidos y las oficinas. A los miembros de Serca les resultó particularmente interesante la zona de refabricación de esferas.

Carmelo Pinto, Gerente de Grupo Serca Automoción, hizo balance de la visita: "El Consejo de Administración y yo nos hemos quedado gratamente sorprendidos por el proceso de refabricación de Lizarte. No hay duda de que siguiendo esta línea es una empresa con futuro. Fue una de esas visitas de las que te quedas satisfecho con el producto que trabaja el Grupo". **Óscar Huarte**, Director General de Lizarte, también la valoró de forma muy positiva: "Ha sido muy grato para nosotros poder recibir en nuestras instalaciones a un grupo tan importante como Serca. Pensamos que esta reunión ha sido muy provechosa para ambas partes ya que nos ha permitido conocer más a fondo las necesidades del Grupo Serca Automoción y de sus miembros, por lo que esperamos poder ofrecerles en un futuro a corto plazo un servicio más a su medida".

www.serca.es / www.lizarte.com

TIENDA ON-LINE DE VENTA DE RECAMBIOS DEL AUTOMÓVIL CREADA POR DELTICOM

Nace recambios-express.es

Delticom, distribuidor on-line de neumáticos, ha puesto en marcha **www.recambios-express.es**, portal web dedicado a la venta on-line de recambios para el automóvil. Desde Delticom señalan que **recambios-express.es** está planteada como una alternativa a los automovilistas usuarios de Internet



que prefieren disfrutar de las ventajas que ofrece esta plataforma de venta y que son comprar sin colas ni horarios, precios más reducidos o una amplia gama ya que el portal ofrece unas 110.000 piezas para 1.500 modelos de automóviles.

Navegar por esta web es sencillo e intuitivo. Con un par de clicks en el ratón el cliente puede seleccionar rápidamente la marca, modelo y cilindrada de su vehículo para, acto seguido, elegir el recambio que se necesita. El siguiente paso consiste en seleccionar exactamente el producto deseado. Todos ellos traen adjunta una amplia descripción del mismo incluyendo datos como fabricante, dimensiones, etc. Si lo prefiere, el usuario también puede ordenar los resultados de la búsqueda por precio o hacer una restricción por fabricante de piezas. El sistema de pedido es tan sencillo y seguro como el de las otras tiendas. Una vez que se han añadido todos los productos seleccionados a la cesta de la compra no hay más que seguir las indicaciones de la página que nos irá guiando en cada uno de los pasos. En cuanto a la forma de pago, son las habituales de este tipo de páginas web.

www.delti.com

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

- Barcelona acogerá la 1ª Feria Low Cost Motor
- Sogefi, en el equipo original de los coches más vendidos en Europa
- Los talleres no deben tener dificultades técnicas con los vehículos ecológicos
- Manuel Orovio, ponente en el Congreso de ANCERA
- Garmin, con la seguridad
- SKF amplía la gama de correas en V y Multi-V
- Generico, lo último de Junior Gas Spring
- Hella: nueva estación de aire acondicionado para el taller multimarca
- TNU, casi 50.000 toneladas de neumáticos reciclados en 2009
- Campaña de DAVASA en navegación y sonido
- Filtros Ufi en el Alfa Romeo Giulietta
- Gt Motive dona Manuales de Reparación
- Nuevo rodamiento de goma maciza Meyle
- Más kits de correas y de bombas de agua ContiTech
- El taller móvil Tecno-Centro, de nuevo en Palma de Mallorca
- Insignia de Oro de ANCERA para Jesús Hermosilla
- Hella edita su Catálogo de Personalización 2010/2011
- Recambios Frain estrena web 2.0
- Nueva gama de bombas de agua Airtex
- CETRAA, ya en AIRC
- iRecorrer 4.896 kilómetros con un litro de gasolina!
- Nuevo éxito del Concurso Jóvenes Técnicos en Automoción

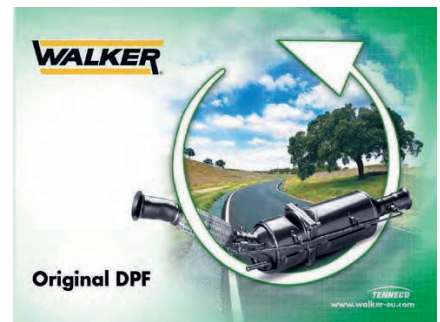
LANZA LA GAMA DE FILTROS DE PARTÍCULAS DIÉSEL (DPF) WALKER ORIGINAL

Tecnología Tenneco para la posventa

Tenneco presentó en sociedad la gama de Filtros de Partículas Diésel (DPF) Walker Original para el mercado del recambio. De momento, las referencias disponibles son de aplicación en modelos Citroën y Peugeot principalmente pero la firma de origen estadounidense ya ha confirmado que la oferta se irá ampliando paulatinamente.



Oscar Oskarsson, Director Técnico y de Formación de Aftermarket de Tenneco en España, durante su intervención.



En una muestra de la importancia que da **Tenneco** a su último lanzamiento, el pasado 12 de mayo organizó una rueda de prensa para presentar su gama de **filtros de partículas diésel (DPF) Walker Original** para el mercado de reposición. El Director Técnico y de Formación de Aftermarket de Tenneco en España, **Oscar Oskarsson**, explicó las características de esta línea cuyos filtros ofrecen un 95% más de eficiencia de filtrado, eficiencia comparable a la de un producto de primer equipo. De momento, la gigante de origen estadounidense comercializa el DPF para modelos **Citroën** y **Peugeot** que incorporaron los primeros filtros de partículas diésel así como para algunos modelos **Fiat** y **Lancia**. Próximamente, ampliará esta oferta a más marcas automovilísticas.

Referencia en recambio...

La nueva gama de filtros DPF (*Diesel Particulate Filters*) lanzada por Walker Original permite el profesional del taller cambiar el filtro original por otro de calidad y tecnología equivalente. Recordemos que el filtro DPF forma parte del sistema de gestión del motor y se debería sustituir cada 80.000 o 120.000 kilómetros según el sistema DPF y modo de conducción.

Con este lanzamiento, el **programa de recambios Walker** supera las **11.500 referencias**. La gama de esta marca de Tenneco abarca desde escapes y catalizadores hasta silenciadores y componentes flexibles pasando por mini-kits, accesorios y kits de herramientas.

... y en primer equipo

Con un volumen anual de negocio de 4.600 millones de dólares, Tenneco es uno de los principales diseñadores, fabricantes y vendedores de productos y sistemas de control de la conducción y de control de emisiones para automoción.

Proveedor de primer equipo de referencia en escapes, catalizadores, amortiguadores o elastómeros, también lo es desde el año 2000 en filtros de partículas diésel. Actualmente suministra este componentes a **Audi, BMW, Citroën, Daimler Chrysler-Mercedes, Fiat, Ford, Jaguar, Peugeot, Smart, Volkswagen** y **Volvo**. **Alex Gelbcke**, Vicepresidente y Director General de la División de

Posventa de Tenneco para Europa, comenta cómo la oferta posventa se beneficia de su presencia en equipo original: "Los filtros DPF Walker Original son un buen ejemplo de cómo aprovechar nuestra experiencia en el mercado de primer equipo para comercializar en el mercado de la posventa un producto altamente efectivo, comparable a uno de equipamiento original. A medida que la normativa medioambiental se hace más estricta en todo el mundo, seguimos evolucionando nuestros productos de control de emisiones para el mercado de recambios con el objetivo de ayudar a clientes y conductores a cumplir con las leyes vigentes sobre emisiones". ●

www.tenneco.com



En la imagen, catalizador DPF. A partir de ahora también está disponible en el mercado posventa.

CARMELO PINTO, DIRECTOR GENERAL DE GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN:

“A ANCERA le hace falta un cambio”

Quisimos charlar con el director general de uno de los grupos más activos en la defensa institucional de la posventa, un directivo que no se anda con paños calientes, y de quien queremos conocer la opinión sobre la actual situación del sector de la distribución.



Recién llegado de Valencia, del V Congreso de la red Talleres SPG, la que defienden los socios de su grupo, y ya preparando un Consejo Consultivo y otro de Administración para este mes, **Carmelo Pinto** nos recibió en sus oficinas para charlar un poco de cómo ve a la distribución.

A pesar de los recientes movimientos en determinados grupos de distribución, y el trasvase de socios en otros, Serca se ha mantenido estable ¿ha supuesto una modificación de su posición en el mercado? ¿van a realizar algún movimiento en esa línea?

Lo primero que tengo que decir es que lo que hay que hacer es un trabajo bien hecho. Lo segundo, que fusiones ha habido y habrá. ¿Qué ocurre? Que ahora existen unas circunstancias del mercado que obligan a tomar unos caminos que aseguren seguir en él (que alguna multinacional líder de los fabricantes, con una red muy potente, vende a muchos más distribuidores de los que

tenía; esto hace que se incremente la competencia, y socios con perfiles más marcados (eléctricos, por ejemplo) que no tienen tanta penetración en determinados recambios mecánicos, no quieren perder comba y a su vez quizá a los otros les interesa lo contrario (ojo, que es mi opinión) es cuando puede surgir un grupo como **C.G.A.**. Espero y más por mi buen amigo Alejandro que todo les vaya muy bien.

De la unión (o la intención de unirse) de **GECORUSA** y **Agerauto**, no tengo tan claro el resultado; aunque creo que la influencia en el mismo de GECORUSA, por su consumo, debería ser preponderante.

El cambio de formación de los socios también ha existido siempre, lo que no sé es si los movimientos actuales y las resultantes de los que han perdido integrantes, hace que todos los socios estén contentos donde están.

Nuestra posición (independientemente de lo que se ha dicho por ahí) no ha cambiado: el Consejo ha hecho un buen trabajo, com-

pramos bien, tenemos buenos resultados y algunos socios están creciendo muchísimo; estamos de los primeros en cuotas de mercado en algunos productos, no en todos, pero en mecánica entre los tres primeros y, por supuesto, vamos a hacer que nos respeten esa posición; En el mercado cada empresario aprovecha las circunstancias mejor, y despegas, o peor no siendo activo y cierra. En nuestro grupo y en los otros. El Grupo es un paraguas, pero da igual el que sea (AD o Grupo Union, que son los más grandes) que si no eres buen empresario, no te va a funcionar el negocio.

¿Movimientos? Si se me plantea en nuestro grupo, o desde fuera, una posibilidad de concentración con otra formación se estudiaría, claro, pero no hemos hablado nada. La idea es crecer. Que crezcan los 72 socios que tenemos; y todavía hay tiendas que pueden entrar en Serca (tengo 30 tiendas pendientes, y hasta cuatro de una misma provincia, de otros grupos e independientes). Mi pretensión, que debe pasar el filtro del Consejo y la Asamblea de este mes, es que, donde Serca no funcione, se tome una alternativa: hay zonas donde no estamos suficientemente bien representados por que no se ha sido proactivo.

¿Se va a obligar a cumplir una serie de condiciones para seguir en la formación?

Aquí no se va a echar a nadie, pero sí se le va a exigir crecimiento y si no se producen los consumos adecuados, tomar determinaciones. No podemos quedarnos con los brazos cruzados, no lo hemos hecho nunca.

El Grupo Serca es muy activo en la defensa



sectorial, y en el congreso SPG Talleres el presidente de ANCERA le solicitaba ayuda para preparar nuevas campañas...

Estamos cansados. Tenemos campañas ya preparadas (las que se refieren a comprar al canal multimarca en lugar de a los concesionarios, por una serie de ventajas) pero que he frenado; al Consejo le he dicho que algunos socios también tienen a los concesionarios como clientes, y ya tenemos bastantes enemigos como para provocar que ese cliente se moleste y se pierda (aunque hay que tener cuidado, que algunas negociaciones sólo las inician para saber cómo vendemos) y, por otra parte, algunos fabricantes también tienen intereses en ese canal, a veces más que en el nuestro, así que hay que estudiarlo muy bien. Se iba a proponer en el Congreso de **ANCERA** para que lo apoye la distribución, pero ya está bien de poner la cara siempre. Se han hecho otras cosas en el mercado, pero campañas con 10.000 posters, y más de 500.000 folletos, etc. como nosotros, no. Vamos a ayudar en el momento en que haya una serie de empresas en conjunto, pero la

iniciativa la tiene que liderar ANCERA y sobre los grupos líderes, que es quien debe demostrar que se va en el buen camino. No es fácil. **¿Esperan que se propongan campañas interesantes en el Congreso de Bilbao?, ¿se apoyarán?, ¿o serán campañas imprecisas y controvertidas?**

No se va a hacer. Directamente. Porque no es viable; no todos se pondrán de acuerdo para apoyar. Es triste pero es así.

¿Qué espera del próximo Congreso de ANCERA?

La verdad: no mucho. Pienso que esta ANCERA es la mejor que hemos tenido en la historia con diferencia, pero por primera vez digo que le hace falta un cambio importante; en fin, hay una serie de detalles que me indican que es momento de dar un giro. Creo que somos muchos los que lo vemos pero no decimos nada. Algo pasa.

¿El presidente debe ser alguien del sector, alguien pagado para el cometido...?

Tiene que ser alguien que lo haga bien. Me da igual quien sea, pero tiene que llevar una dirección clara, ser de consenso, tienen que

estar los grandes grupos involucrados en la toma de decisiones, tiene que haber un control mediante una auditoría etc.

Como Grupo siempre hemos apoyado incondicionalmente al sector multimarca, y hemos apoyado a ANCERA, pero nos gustan las cosas bien hechas y veo que hay que hacer un cambio de orientación.

Dentro de la directiva de ANCERA hay personas extraordinarias (empezando por **Antonio López** de Reynasa, que es muy inteligente y un líder de la distribución que está haciendo las cosas muy bien, siguiendo por **Rafael Gabriel, Alejandro Vicario, Jesús Lucas** etc.) son gente muy preparada, pero en esta legislatura hemos apoyado solo algunos grupos y no se han involucrado los grandes; igual no se ha podido hacer más, pero habría que haberse preguntado porqué no lo han hecho, ya que eso indica que falla algo.

Desguaces en el Congreso, ¿sí o no?

Yo creo que no, de momento; aunque sí en un futuro, cuando marquen sus piezas (con fecha de desmontaje, con los km que lleva el vehículo, etc.) y actúen correctamente. Además los vehículos se deben reciclar, y las piezas reutilizables deben estar regladas y la actividad también. Como lo está la nuestra.

¿Qué va a hacer Serca para transmitir el contenido del Reglamento?

Pues haremos todo lo que esté en nuestra mano, como siempre o ¿hay quien dé más? De entrada hacerles llegar el vídeo que enseñamos el Congreso SPG. Quizá reunirnos con los talleres para que pierdan el miedo y vean que tienen un futuro importante si lo saben aprovechar, que sigan las consignas de la red a rajatabla y un autentico protocolo de procedimientos ya que nuestro competidor (que es el concesionario) no se va a quedar de brazos cruzados. Va a ir a captar mercado porque no vende vehículos, pero nuestros clientes deben saber que también tienen que hacer ofertas aunque repercutan algo en su mano de obra, que se puede hacer porque son buenos profesionales pero no se lo creen.

Se quejó de la fidelidad del taller a la tienda Serca en el Congreso SPG ¿a pesar de los 10 años de relación eso falla?

Se ha sido permisivo (como en otros grupos) y el recambista ha ido aguantando. Pero con todos los apoyos que se le dan, y que supone incrementar las horas de facturación del taller, éste debe ser capaz de comprometerse al límite de sus compras. Al grupo y al socio le cuesta mucho dinero le da mucho y el taller debe comprometerse. Hay que ayudar a empujar y hay que ser fiel. Pero creo que es así en todas las redes de los grupos.

¿Cómo está el grupo a mitades de año?

El recambio multimarca independiente es un sector privilegiado dentro de lo malo. Ya estamos en un 9,94 por encima del año anterior, que también fue de crecimiento (aunque poco, un 3,27), y nuestro objetivo es crecer más de un 10. Nunca hemos dejado de crecer, aunque ya en 2008 avisamos de que podría haber problemas con los cobros. ●

www.serca.es

2ª FERIA PROFESIONAL DEL RECAMBIO Y MAQUINARIA DEL TALLER ORGANIZADA POR GRUPO GARMO

Doble éxito

De participación, tanto por parte de los proveedores como de los clientes. La segunda edición de este evento organizado por la albaceteña Grupo Garmo alcanzó la treintena de stands y superó los 400 asistentes. Y lo que es más importante, sirvió para consolidar la imagen de Grupo Garmo como una empresa fuerte, seria y emprendedora.



Con la organización de esta feria, Grupo Garmo estrecha lazos y relaciones con sus clientes y con sus proveedores.

El cuartel general de **Grupo Garmo** en Albacete acogió los días 21 y 22 de mayo la **2ª Feria Profesional del Recambio y Maquinaria del Taller** organizada por este miembro de **Group Auto Union España**.

El balance no puede ser más satisfactorio. Los proveedores de Grupo Garmo participaron activamente montando un total de **treinta stands**. En ellos, comerciales de zona e incluso nacionales explicaron a los visitantes las últimas novedades aportadas por sus empresas al mercado posventa de automoción. **Juan Antonio García**, Gerente de Grupo Garmo, ha confirmado a **MRyT** que, tras la celebración de la feria, la mayoría de proveedores que montaron stand le han mostrado su satisfacción por haber participado y han valorado el evento como muy positivo, en gran parte por el elevado número de visitantes y por los contactos establecidos entre las propias empresas expositoras.

Si la participación de los proveedores fue un éxito, lo mismo se puede decir de la asistencia. El **número de visitantes** a la feria **superó los 400**, en su inmensa mayoría talleres clientes de Grupo Garmo pero también se pasaron por sus instalaciones talleres no clientes y futuros clientes, profesionales que se están planteando poner en marcha un taller. Para fa-

cilitar la visita de la Feria, el grupo de distribución albaceteño fletó autobuses que salieron el sábado por la mañana desde las sedes de Grupo Garmo de Ciudad Real, Villarrobledo e Ibi. Reconocimiento especial merecen los clientes de Cuenca y Jaén que realizaron el trayecto en coche.

Grupo Garmo

Más de cuarenta años de trayectoria, nació en 1969, avalan a Grupo Garmo. Miembro en la actualidad de Group Auto Union España, dos empresas conforman el grupo, la albaceteña **Recambios Garmo Automoción** y la ciudadrealense **Recambios Ciudad Real**. La



Los proveedores de la firma albaceteña respondieron positivamente a su iniciativa. Se alcanzaron los treinta stands.



La Feria logró una asistencia de más de 400 visitantes, la mayoría, talleres clientes de Grupo Garmo.

primera tiene su sede central en el Polígono Industrial Campollano de Albacete (donde se desarrolló la feria) y cuenta con tiendas en Albacete capital, Villarrobledo y en la localidad alicantina de Ibi, tienda que fue inaugurada a principios de año. Recambios Ciudad Real, por su parte, está afincada en Ciudad Real y posee una tienda en la Puertollano, localidad de la misma provincia.

La cartera de productos y maquinaria Grupo Garmo es muy amplia abarcando los sectores de la **mecánica**, la **electricidad**, la **carrocería y pintura** y el **equipamiento para taller** y su área de influencia son la zona este de Castilla La Mancha, el interior de Alicante y Valencia y incluso zonas de Andalucía como Jaén. Al ofrecer una oferta tan amplia, el número de proveedores con los que trabaja también es muy elevado.

El Presidente y cofundador de Grupo Garmo es **Guillermo García** y el Gerente es **Juan Antonio García**. ●

📞 www.grupogarmo.es

Buena gastronomía y humor en Albacete

El primer día de feria culminó con una cena de gala en el Hotel Santa Isabel de Albacete. Los invitados, representantes de Grupo Garmo y de sus empresas proveedoras, tras degustar un delicioso cordero al horno, escucharon el agradecimiento de Guillermo García, Presidente de Grupo Garmo, por su colaboración y se rieron de lo lindo con la actuación del humorista gaditano Vicente Ruidos.





Diavia expuso su gama de estaciones de climatización entre las que se encontraba la nueva AC788Pro automática y con display a color.



Además de su amplia gama de correas, Gates divulgó las bondades de su kit de distribución compuesto por correa, rodamiento y tensores, su tensiómetro STT-1 o sus poleas de cigüeñal y de alternador.



Los asistentes a la feria pudieron conocer las nuevas líneas de producto lanzadas por GKN-Spidam, rótulas y brazos de suspensión (en la imagen) y kits de rodamientos de rueda.



Bancada especial para trabajar debajo del salpicadero, una de las primicias de Ikotec.



Industrias Mecánicas Guillén mostró lo último de Vulvo, el elevador portátil MEP-0 y la minibancada Compact 3 para tiro rápido.



El stand de Launch Ibérica atrajo la atención de numerosos visitantes. No era para menos, expuso una nueva estación de aire acondicionado, el premiado X-431 Diagun o el último miembro de la familia X-431, la variante Master.



Robert Bosch se presentó con su amplia gama de maquinaria, equipamiento y soluciones para el taller. Destacaron sus desmontadoras y equilibradoras de neumáticos.



No faltó en la feria organizada por Grupo Garmo la gama de iluminación para automóvil de Philips.



Los sistemas de ayuda al aparcamiento y el sistema de alerta de cambio de carril Guideo fueron las estrellas del stand de Valeo. También dio a conocer el resto de su oferta compuesta por embragues, filtros, alternadores, etc.



En el stand de Sachs se pudo contemplar su oferta en amortiguadores, embragues o componentes de suspensión y dirección Lemförder. También estaban expuestos un amortiguador CDC para el Opel Astra y embragues bimasa.



Tudor, marca del Grupo Exide, acudió a la cita manchega con su amplio elenco de baterías.



Muchos nuevos productos en el stand de SKF: gama de correas auxiliares, bujes completos, juntas homocinéticas, kits de distribución, tensores y bombas de agua.



En la imagen, uno de los sistemas de filtro diésel completo Purflux. La firma fabricante, Sogefi Filtration, dio a conocer nuevas referencias en esta línea de producto así como toda su amplia gama de filtración.



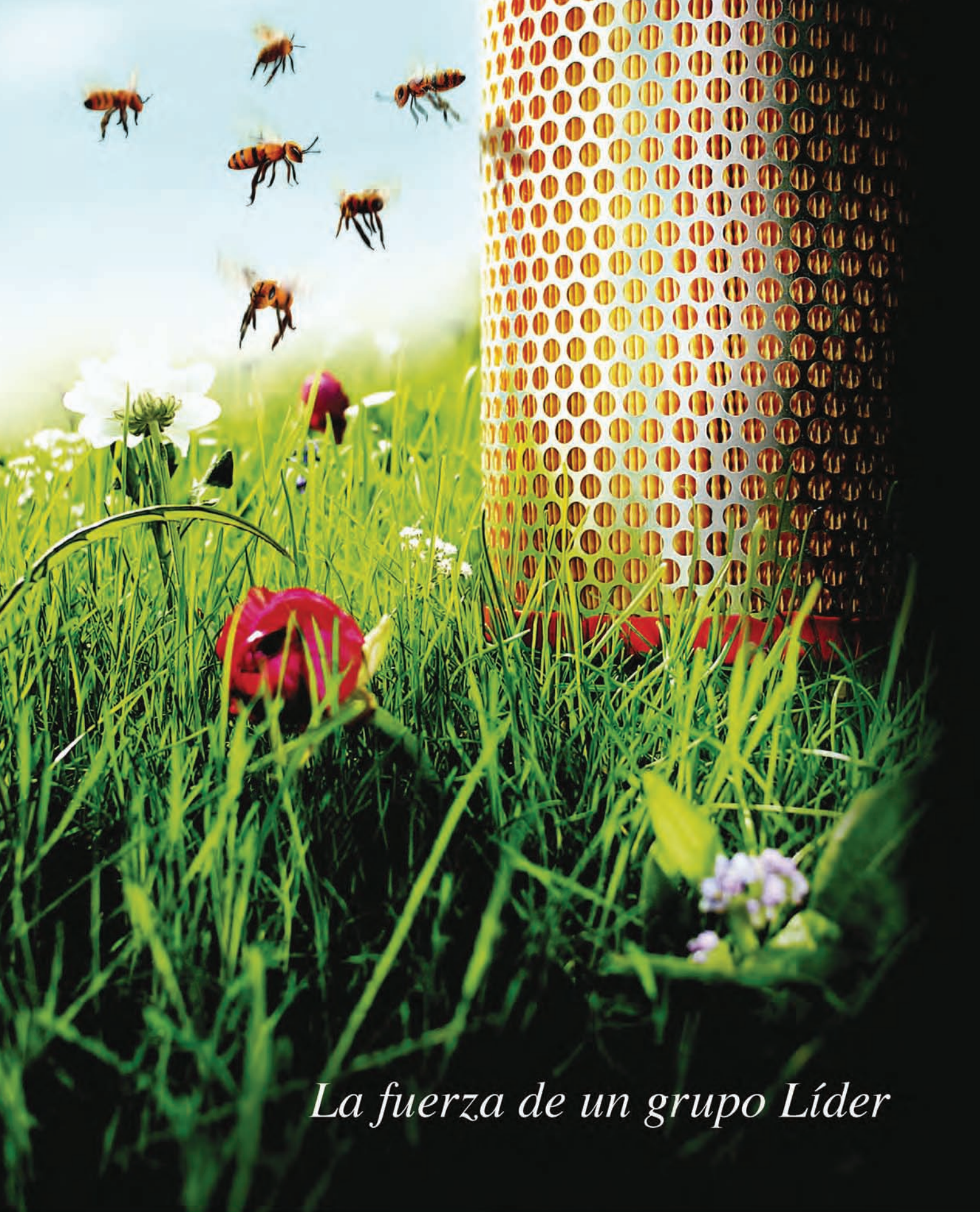
El nuevo autorradio y manos libres RKi8400 fue uno de los protagonistas del stand de Parrot.



Sagola desembarcó en Albacete con nuevas pistolas: para acabados de gama media, HS y agua.



A todo aquel que entraba en la feria, Suministros Químicos Industriales Sabadell les demostraba la eficacia del Vulcanet, un producto de limpieza en seco para el automóvil.



La fuerza de un grupo Líder

FRAM
Filters

FAAM
FILTER

FILTROS
purflux



SOGEFI FILTRATION

www.sogefi.it

VISITAMOS EL CUARTEL GENERAL DE ADL EN MARDEN (REINO UNIDO)

Objetivos ambiciosos

Automotive Distributors (ADL), a través de su marca Blue Print, tiene planes muy ambiciosos a corto y medio plazo, entre ellos, convertirse en la firma líder en la distribución especializada independiente. Nos explicaron sus acciones y estrategias para conseguirlo.



Cuartel general de Automotive Distributors Ltd. (ADL) en Marden, Reino Unido.

El pasado 20 de mayo viajamos hasta Marden, en el inglés condado de Kent, para que **Automotive Distributors (ADL)** nos explicará sus últimas novedades, tanto a nivel de oferta de la gama **Blue Print** como empresariales. La visita fue fructífera ya que la firma británica tiene muchos y variados planes a desarrollar próximamente.

Grandes expectativas para Blue Print

Daren Ambrose, Director General de ADL-Blue Print, explicó en rueda de prensa que el futuro se presenta brillante para la marca Blue Print. Una de las razones es que está especializada en el recambio asiático y estadounidense y en Europa el 20 por ciento de las matriculaciones ya corresponden a vehículo japonés o coreano. Además, se prevé que dicho porcentaje aumente paulatinamente por lo que las ventas de componentes Blue Print crecerán, sobre todo si se tiene en cuenta la extensa oferta propuesta y su carácter especialista. Esta tendencia, la amplitud de la gama Blue Print así como su profundo compromiso con el mercado posventa ha comportado que, tal como confirmó Ambrose, ADL se haya marcado como objetivo a medio plazo convertirse en el distribuidor especializado e independiente líder en Europa.

Apuesta por el mercado español

Ambrose también confirmó la apuesta de ADL por el mercado español así como el aumento de la inversión en nuestro país. **Luis**



Impresionantes los almacenes centrales de ADL. Los necesita si aspira a ser el líder europeo en distribución especializada independiente.

Castellanos, Director General de **ADL España**, explicó por qué la empresa tiene gran potencial en nuestro país: muchos proveedores generalistas tienen problemas para cubrir el parque de vehículos japoneses, coreanos y americanos por lo que la distribu-



La gama Blue Print se actualiza constantemente y supera las cien familias de producto.



Daren Ambrose, Director General de ADL-Blue Print



Zona de kits dentro del almacén. Operarios buscan las piezas por separado y las empaquetan en una caja propia. Suelen ser kits de freno o de embrague.

ción tiene que recurrir a varios proveedores para tener una gama amplia y disponibilidad de este tipo de piezas. Ante esta situación, ADL España, a través de la marca Blue Print, dispone de la más amplia gama de recambios para vehículo japonés, coreano y estadounidense así como una disponibilidad inmediata. Castellanos también confirmó que en nuestro país el parque circulante de vehículo asiático y americano roza el 20% y explicó los objetivos de ADL España: mejorar la presencia y fortaleza de Blue Print en todos los componentes del canal de distribución; obtener la mejor cobertura geográfica; a través de la distribución, ofrecer la máxima disponibilidad de productos para todos los actores del mercado; otorgar al mercado posventa una alternativa fiable, eficiente, rentable, eficaz y con disponibilidad máxima al concesionario y facilitar una oferta completa para atender globalmente al segmento de mercado en el que opera.

Para crecer en el mercado, un aspecto fundamental es disponer de una amplia gama de productos. En este sentido, la gama Blue Print está siempre al día. Solo en 2009, se incorporaron al catálogo general 1.400 nuevas referencias en vehículo asiático y más de 500 para vehículo americano. Este incremento es muy importante si tenemos en cuenta el carácter especializado de Blue Print. Castellanos también se refirió a soluciones que ofrece para sus clientes como el *Blue Print Live*, una herramienta informática que puede usar el distribuidor, la tienda de recambios o el taller y que proporciona servicios como el de buscador de referencias y número de bastidor, el tratamiento on-line de garantías o la gestión de pedidos.

Proyectos de futuro

El Director de Marketing de la compañía británica, **Will Jeffries**, enumeró algunas de las iniciativas que tienen previsto lanzar a corto y medio plazo. Entre ellas destacan el lanzamiento de nuevas herramientas de

marketing en línea para potenciar las ventas; una herramienta web específica para talleres (**www.blueprint-repairers.com**) cuya puesta en marcha está prevista para finales de 2010 o principios de 2011 o una renovación en profundidad de la web **www.blueprint-adl.com** para hacerla más accesible, tanto a distribuidores como a talleres e incluso al usuario final.●

www.blueprint-adl.com



Luis Castellanos, Director General de ADL España, explicó la estructura y los objetivos de Blue Print en nuestro país.



El Director de Marketing de ADL, Will Jeffries.

AMS: Aftermarket Solutions

ADL-Blueprint aprovechó la visita a sus instalaciones para presentar el nuevo servicio **AMS (AfterMarket Solutions)**. Éste, se basa en ofrecer recambio para vehículos europeos fruto de sacar partido de las plataformas compartidas de las distintas marcas fabricantes. Por ejemplo, si Toyota y PSA fabrican conjuntamente los modelos Citroën C1, Peugeot 107 y Toyota Aygo, ADL-Blue Print, dispone, como especialista en recambio asiático, de recambios para el Toyota Aygo pero también, al ser el mismo vehículo, de recambios para el C1 y el 107. Otro ejemplo parecido podría darse en el Dodge Caliber, que monta motores TDI del Grupo Volkswagen.

Will Jeffries explicó este servicio que permite suministrar a marcas europeas además de las asiáticas y estadounidenses pero dejó claro que el "corazón" del negocio de Blue Print seguirá siendo el parque asiático y americano.

ADL y ADL España

Tras iniciar su actividad en 1983 asociada a Mazda Cars, en 1988 es adquirida por su administración y nace **Automotive Distributors (ADL)**. En 1994 crea la marca **Blue Print** con el objetivo de uniformizar la imagen de los productos distribuidos por ADL y con los años esta marca se ha convertido una referencia en materia de recambios y componentes para vehículo asiático y estadounidense con una gama que supera las cien familias de producto.

El crecimiento de ADL comportó la puesta en marcha hace seis de una plataforma de distribución para el mercado ibérico y en junio de 2008 abrió la primera oficina comercial en España, **Autoespecialistas, Distribución y Logística España, ADL España**. Ubicada en Madrid, la empresa es totalmente española con capital 100% aportado por Automotive Distributors y su Director General es **Luis Castellanos**.



De izquierda a derecha, Luis Castellanos, Director General de ADL España; Will Jeffries y Daren Ambrose, Director de Marketing y Director General de ADL respectivamente; Joaquim Candeias, responsable de ADL en Portugal y Angélica Fernández, soporte de ventas de ADL España.

NUEVO ALMACÉN LOGÍSTICO DE REYNASA EN CHILOECHES, GUADALAJARA

Eficiencia es la consigna

El conocido distribuidor madrileño está ultimando su proyecto más inmediato: un almacén logístico que supondrá reorganizar su operativa de distribución para conseguir incrementar la eficiencia de este apartado en su compañía e intensificar el servicio a sus clientes.



Reynasa, miembro de **Grupo Serca Automoción**, ya tiene casi a punto su nuevo almacén logístico en Chiloeches, Guadalajara, un proyecto que supondrá dar una respuesta más rápida a los clientes, con una más eficaz gestión de los stocks de producto de sus puntos de venta.

Mejorando la logística

El proyecto se empezó a gestar hará unos tres años (poco después de activar su punto de venta en Alcorcón).

Una vez operativos los distintos puntos de venta (en la actualidad, además de la sede central de Alcalá de Henares y la mencionada Alcorcón, funcionan los de Coslada, Guadalajara y Puerta del Vado), y a pesar de contar con una aplicación muy competente para el control de stocks, la compañía detectó que se podía incrementar la eficiencia de las labores logísticas y optimizar el tiempo de su equipo humano (son ya 150 profesionales) si, en lugar de considerar Alcalá como sede central operativa, se creaba un almacén logístico que actuara sólo como regulador de los productos de alta rotación y paletizados, para todos los puntos de venta.

Buscando casa

El mercado del suelo en esos años provocó que hubiera que buscar una alternativa suficientemente cercana a su zona de influencia y, finalmente, se optó por Chiloeches; la nueva nave está ubicada en un terreno de 4.000 m², de los que se han edificado 1.500, y queda espacio para aumentar la superficie en función de las



necesidades. Ha supuesto una inversión de 1,5 millones de euros y en la actualidad ya se están produciendo los aprovisionamientos para que esté operativa este verano.

Eficiencia y optimización

El material que se almacene en la nueva sede logística ya estará previamente asignada a las diversas sucursales y en un 80% de los casos se expedirá directamente cuando llegue a Chiloeches. Esto supondrá que en las sucursales

se optimice mejor el espacio y se disponga del material necesario en cada una todos los días (puesto que se regulariza según un programa de máximos y mínimos), se realicen pedidos a los proveedores más grandes, menos veces por semana y con un solo punto de entrega, y se puedan reducir los stocks en las tiendas (gracias a su mejor gestión) hasta 400.000 euros, aumentando la respuesta en servicio al cliente y la rotación de almacenes.●

www.reynasa.com

LOS LUBRICANTES DE CEPESA PARA AUTOMOCIÓN, LA OPCIÓN DEL PROFESIONAL SIEMPRE EN PRIMERA LÍNEA



Gama diésel pesado

La gama hace frente a las nuevas exigencias de los modernos diseños de motores diésel equipados con sistemas de reducción de emisiones de los vehículos industriales: camiones, autobuses, maquinaria de obras públicas, etc.

Da respuesta a la reducción importante del contenido de azufre de los nuevos gasóleos (desde enero de 2009 este contenido bajó de 50ppm a 10ppm), combatiendo la nueva problemática surgida con la excesiva producción de hollín (soot) en el cárter de los motores EURO III/IV equipados con sistemas de recirculación de gases (EGR), cuando utilizan los gasóleos actuales (0,001% de azufre).

Cumple, dependiente de cada producto, con las nuevas especificaciones "globales" de aceites lubricantes para motores diésel pesados que están exigiendo los constructores y satisface los requerimientos concretos de cada cliente, en función del tipo de flota que presente, atendiendo a los máximos criterios de rentabilidad y simplificación.

Con la marca CEPESA, y Ertoil, se ofrece la aplicación en motores de 4 tiempos de vehículos diésel pesado, es decir, los de aplicación "profesional" (maquinaria de obras públicas, transporte de viajeros, transporte de mercancía, etc.).

Gama de Moto

Se ha logrado responder a las necesidades de los clientes con atención especial a la evolución del mundo de las motos y sus desarrollos tecnológicos. Dispone de nuevas gamas de lubricantes Cepsa (2T, 4T y mantenimiento) y Ertoil (2T Sintético, un lubricante sintético universal de nueva formulación, compatible con todo tipo de gasolina, con o sin plomo, de aplicación en scooters, motocicletas, etc.).



Se trata de la máxima evolución de la gama de lubricantes para turismos y vehículos comerciales ligeros; una nueva gama de lubricantes de última tecnología, de alto rendimiento y bajo consumo, concebida especialmente para turismos de altas prestaciones con motores de última generación.



Gama CEPESA Xtar

La nueva gama CEPESA Xtar dispone ahora de seis lubricantes específicos de alto rendimiento en las condiciones más severas, que responden a los últimos y cada vez más exigentes requerimientos de los fabricantes de automóviles.

Xtar Mega Synt 0W30 100% sintético de alto rendimiento.

Xtar Mega Synt 5W30 100% sintético de alto rendimiento, especialmente indicado para motorizaciones Opel y BMW.

Xtar Mega Tech 5W30 DPF Sintético de última tecnología compatible con filtros de partículas diésel y convertidores catalíticos.

Xtar TDi 5W30 504 507 Sintético para todos los vehículos gasolina y diésel del Grupo VW (VW, Audi, SEAT, Škoda).

Xtar TDi 5W40 505 01 Sintético para lubricar sin desgaste las motorizaciones de inyección diésel directa, turbocompresor y control electrónico de la gestión del motor.

Xtar Eco Tech 5W30 DPF Especialmente diseñado para optimizar la eficacia de motores con sistemas post-tratamiento de gases y proporcionar ahorro de combustibles.

Más información en: <http://www.cepasa.com/lubricantes/autocat.html>

CHARLAMOS CON RAÚL CALLEJA, DIRECTOR DE MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA

Efecto multiplicador



Tras el anuncio del acuerdo, por el que IFEMA y Messe Frankfurt unen sus fuerzas para celebrar su feria de la posventa en Madrid el próximo año, quisimos que su nuevo líder nos contara qué tiene en mente para reilusionar al sector.

La experiencia de **Raúl Calleja** en ferias de usuario (alimentación, turismo, etc.) supone llevar algo de aire fresco a una feria que, languideciendo en las tres últimas ediciones, necesita un buen revulsivo para recuperar la confianza y seducir a un sector posventa que tiene, además, otras "pretendientes feriales".

Quisimos que nos comentara cuáles son esos revulsivos.

La posventa es un sector distinto a los que Vd. conocía ¿está poniéndose al día?

En **IFEMA** organizamos ferias, tenemos la capacidad de desarrollar un producto ferial a medida del expositor; llevo siete años en IFEMA, cinco años dirigiendo *Fitur*, además de diversos departamentos de la entidad (gestión, desarrollo de nuevos negocios), y el nombramiento al frente de **Motortec Automechanika Ibérica** lo compaginaré con mi responsabilidad en *Fruit Attraction*. Independientemente de que es importante conocer al sector, hacer ferias a medida de lo que el expositor necesita es nuestra especialidad.

Hereda una feria que en sus últimas ediciones fue gradualmente perdiendo fuerza, ¿qué hará para dinamizarla?

Parto de la base de que **Motortec Automechan-**

Desarrollaremos un nuevo concepto: feria a medida queremos montar un evento para cada empresa expositora; una feria personalizada para cada participante dentro del marco del evento genérico.

ika Ibérica es un producto totalmente nuevo que se asienta sobre bases estratégicas, cuyo único objetivo es que las empresas rentabilicen al máximo su participación: la primera base es el acuerdo con *Messe Frankfurt*; eso nos incluye en un calendario de promoción internacional de una marca de primer nivel en el sector posventa, lo que implica un respaldo y una ventaja estratégica: la posventa, tiene una fuerza descomunal en España, Portugal, países vecinos y ámbito Iberoamericano, que es nuestro núcleo de visitantes; el tener el "apellido" *Automechanika* nos sitúa mejor para captar al gran comprador internacional: *Messe* tiene una red de sucursales en más de 63 países, y forma parte del acuerdo marco trabajar los objetivos marcados por mercados a captar

las empresas interesadas en desarrollarse en el sur de Europa estando presentes en todas las *Automechanikas* del mundo.

También desarrollaremos un nuevo concepto: *feria a medida*; habitualmente, las ferias preguntan al expositor durante los últimos días de feria si sus objetivos están cumpliéndose; ahora le vamos a dar la vuelta para que el expositor que decida acudir nos haya identificado previamente cuáles son sus objetivos comerciales, de imagen, notoriedad, contactos con talleres, con compradores internacionales, etc. Y con toda esta información, con un servicio de asesoría muy cercana al cliente, queremos montar un evento para cada empresa expositora; una feria personalizada para cada participante dentro del marco del evento genérico; "la" feria del expositor, que no es la misma que la del expositor de al lado. O sea que no estamos hablando de superficie expositiva sino de contenido. Para ello hemos simplificado al máximo la documentación, ya que sólo nos hace falta que nos remita un único formulario; con esa información, y en base a ello, le montamos el evento a su medida: si necesitan captar potenciales compradores en Asia, si están interesados en determinados distribuidores del Norte de África, *Middle East*...etc.

IFEMA va a desarrollar un programa de *invitados internacionales* muy potente de forma que estaremos en disposición de invitar con desplazamiento y alojamiento a profesionales, potenciales clientes de nuestros expositores. Queremos que *Motortec Automechanika Ibérica* sea una gran plaza de negocios. Que oferta y demanda no sólo se estén viendo, sino haciendo negocio, y por ello tenemos que trabajar mucho antes todos los apartados de "cultura ferial": centrar el objetivo, anunciar la presencia apoyándose en el equipo comercial de las empresas, etc.

Queremos convertir la feria en *el auténtico acontecimiento del sector posventa, interesando al automovilista*, porque a pesar de los millones de vehículos del parque con propietarios que los llevan al taller, la repercusión social es leve. Queremos hacer un guiño al sector, pero que se hagan cosas durante la semana de la feria, no sólo en los cuatro o cinco pabellones que reservemos, sino fuera, en la calle (*Motorshows*, espectáculos, Campeonato de *MiniMotos*, donde el propio expositor puede participar o instalar boxes de reparación, etc.) que, por su notoriedad mediática, tiren del interés del automovilista, en la línea del **Right to Repair** y del *Nuevo Reglamento Europeo* de este junio, comunicando al usuario la necesidad de no esperar a los mantenimientos marcados para llevar el coche al taller, sino hacerlo por seguridad, fiabilidad, etc.. Para ello estamos en contacto con asociaciones y entidades.

Esa visibilización debería llegar también a las

Administraciones y autoridades pertinentes, que cuando se les habla de posventa no saben de qué se les está hablando, y sólo perciben a los constructores que, aún siendo importantes, no generan (por hablar de una cifra) tantos empleos como la posventa...

Sí, claro, son 290.000 personas que trabajan en la posventa en España; por empleo, por producción, por estrategia, es un sector clave; debemos ser capaces de hacerle un guiño al sector para transmitirle que queremos apoyarles en todos los frentes.

Y el sector también es el visitante, que tiene que venir no sólo a ver empresas sino a seguir implementando su alta profesionalización, que "aproveche" la feria en más aspectos; para ello queremos convertir las *Jornadas Paralelas* en una herramienta de formación para talleres y de promoción para las empresas: nuevos productos, servicios, fórmulas, equipos, herramientas... Incluso estamos pensando en organizar un Seminario que dé créditos universitarios o un título. Es responsabilidad de todos dar valor añadido: la feria, poniéndole al sector los medios para llevar adelante los proyectos mencionados, siendo multiplicadora de las opciones comerciales del sector, creando promoción directa de la presencia de las empresas en el salón antes, durante y después, y el sector, aprovechándolo, intensificando su "cultura ferial": no ir sólo a la feria con "X" m2 y ver quién pasa por delante de mi stand, sino hacer cosas antes para que esto se produzca.

¿Con qué equipo se cuenta para desarrollar todo esto?

La última base estratégica es la *voluntad de servicio y acercamiento al cliente*: hemos creado un nuevo equipo (encabezado por **Alberto Leal**, como director comercial, y **Ester Morales**, como jefa de prensa) para estar cerca del cliente y transformar sus necesidades comerciales en herramientas de la feria para que nos vea como un aliado.

También es importante saber que restringimos un día: el primer martes (en la pasada edición sólo el 5% de los visitantes utilizaron ese día); durará de miércoles a sábado. Buscamos rentabilizar el tiempo, no estirarlo.

¿Cómo han empezado a "convencer" a aquellas empresas que debían estar y no estuvieron para que vayan en 2011?

Este es un sector muy grande, hay empresas líderes y promotoras que han estado históricamente en la feria; a las empresas, debemos ser capaces, junto con las asociaciones, de transmitirles no sólo la ilusión de participar en un proyecto nuevo, sino la rentabilidad de este nuevo formato ferial que ya se ha probado en Fruit Attraction y que ha supuesto que el 100% de los expositores de esta edición haya tenido la máxima rentabilidad y el 100% repite en la siguiente, con lo que se ha conseguido el incremento del 48% de crecimiento respecto a la pasada edición.

Las sensaciones que hemos percibido cuando hemos hablado con las empresas son muy buenas; el sector tiene necesidad de feria y este nuevo concepto está gustando. Estamos en conversaciones con el grueso de participantes de la última edición y un volumen importante de las empresas que se dieron de baja en anteriores



El nuevo equipo que dirigirá los diseños de Motortec: Alberto Leal, director comercial de la feria; Raúl Calleja, director; y Esther Morales, directora de prensa y publicidad.

El tener el "apellido" Automechanika nos sitúa mejor para captar al gran comprador internacional.

ediciones (no sólo la última); y no sólo es enviar la información y que contesten (que lo hemos hecho, y en varios idiomas del Estado), sino estar cerca del cliente como empresa de servicios para darle a conocer la rentabilidad comercial de nuestra oferta y que nos exija el cumplimiento de ese servicio. Les iremos a visitar, pero también hay marcadas presentaciones en puntos estratégicos (Madrid, Barcelona, Sevilla, Zaragoza) donde podamos ver muchas empresas a la vez para que nos digan lo que necesitan y así nosotros transformar esas necesidades en herramientas feriales.

Una de las quejas de los expositores era el precio del metro cuadrado (hay ferias mucho más caras), pero no en términos absolutos, sino respecto a su rentabilidad...

Las empresas deben utilizar los metros cuadrados que necesiten, y aprovecharlos al máximo; vender metros cuadrados no es el objetivo de la feria, sino hablar de participaciones feriales; el precio es importante (y más en este momento) pero, primero que el suelo es sólo el 20% de todos los costes del expositor, y después que si la percepción de los nuevos valores añadidos se transmiten, la importancia del precio es menor. No obstante, *mantenemos las tarifas de la última edición con importantes descuentos* (10% por pronto pago, 5% canjeable en bonos consumo de la feria para las empresas que participaron en la última edición) y hemos creado dos stands modulares para facilitar que el gasto de diseño se reduzca. Las nuevas tecnologías nos permiten realizar un sinnúmero de acciones antes, durante y después de la feria (banners en Internet con la ficha de la feria, agendas cerradas de visitas, etc.), y tenemos una base de datos muy potente, a quien hacérselo llegar. Buscamos la rentabilidad para las empresas participantes, no para IFEMA o Messe Frankfurt; pretendemos revitalizar el sector, dinamizarlo, visibilizarlo frente a las Administraciones para que se creen más ayudas.

Constructores...¿sí o no?

Hay un Comité Organizador que es quien debe marcar el recorrido de la feria. No ha sido una asistencia masiva, pero es algo que hemos de analizar antes del verano con el Comité y las asociaciones que lo integran. Es un tema importante y en Frankfurt están, porque entienden que la feria debe reflejar la esencia del mercado, pero aquí aún debemos trazar la hoja de ruta.

Con los desguaces pasará algo similar...

La sectorización se asemeja a la que tienen el resto de Automechanikas del mundo, para crear sinergias, pero poco a poco se irá viendo; será el mercado el que va a marcar la necesidad.

El año que viene no sólo se presenta Motortec Automechanika Ibérica...¿han establecido contacto con la competencia ferial?

No me gusta hablar de la competencia; el mercado es libre y sabio. En 2011 habrá la opción de Madrid y la de Zaragoza; Madrid tiene muchas ventajas en infraestructuras, el número de talleres de la zona es mayor, las oportunidades, pensando en Portugal y el resto del mundo, también respecto a Zaragoza. Las empresas deberán acudir donde les sea más rentable la asistencia; y rentabilidad no es que sea más barato participar, sino que genere más ingresos por la participación. Zaragoza se ha posicionado más en la zona *low cost*, o sea en la oferta, y nosotros nos posicionamos en la oferta y la demanda, la calidad del visitante y los valores añadidos a medida del expositor.

¿Cuál es el objetivo y cuál la progresión más adecuada?

No queremos marcarnos objetivos cuantitativos, sino cualitativos: una vez que pase la feria, queremos que los expositores contrasten que la edición les ha sido rentable, que sí ha sido distinto, que han estado presentes en el mercado de forma continuada, en distintos soportes y eventos; y a partir de ahí marcaremos la hoja de ruta de las siguientes ediciones de cada dos años. Queremos que se haya demostrado lo que ahora decimos. Y tenemos mucho trabajo; pero es más divertido el camino que el destino. ●

www.ifema.es/web/ferias/motortec/default.html

PHILIPPE KARAASLAN-MARTÍNEZ, GERENTE DE SOLAUFIL IBÉRICA, NOS ENSEÑÓ SUS NUEVAS INSTALACIONES EN SESEÑA, TOLEDO

Mucho más para Mecafilter

Se lo adelantábamos en nuestra web mientras se estaba produciendo la presentación, y ahora nos abren las puertas para que las conozcamos de primera mano y poder dar a conocer sus planes en el mercado ibérico

Desde principios de abril **Solaufil Ibérica** tiene nuevas instalaciones. El nuevo almacén de **Mecafilter**, su marca de filtración para la posventa, ya está operativo en España siendo una filial independiente en el Grupo y suministrando directamente, sin depender de Francia o Túnez. Está situado en el Polígono Nuevo en Seseña, Toledo, y suponen un plus a la hora de materializar la conquista del mercado ibérico de la posventa del automóvil. **Philippe Karaaslan-Martínez**, su gerente, nos las enseña y nos explicó cómo se plantean ese desafío.

Las instalaciones

El almacén dispone de 1.500 m², 3 veces más espacio que la anterior nave, cuenta con 10 metros de altura y alberga el catálogo completo de la marca, 1.800 referencias, con capacidad



para 700 palets y una zona de picking para realizar de forma ágil los pedidos; en la actualidad, el almacén sólo está utilizado en un 40%, así que esperan incrementar el stock para aumentar el servicio; a lo largo de este año, incorporarán el código de barras y la informatización completa de pedidos para agilizar el proceso; el objetivo es el suministro de un mínimo del 95% de producto a los clientes en un plazo máximo de una semana, materializando así el objetivo de mejorar el suministro, anunciado anteriormente. Para ello albergan en stock incluso 2 y 3 unidades de piezas de bajísima rotación, para que no se produzcan roturas. Este nuevo almacén es a su vez abastecido con trailers, cada 3 semanas, desde Túnez (donde



Producto

Su producto es de primer equipo. De calidad; así que no compiten en el segmento de "precio", fruto de la experiencia de Misfat abasteciendo las cadenas de montaje de los constructores; sus competidores directos son Mann, Mahle, Purflux, como ya asentadas, aunque reconocen la incidencia de UFI o Filtron, de reciente incorporación en el mercado.

La gama de Mecafilter es muy amplia (aire, agua, aceite, habitáculo, combustible, etc.), dispone de referencias con aplicaciones para todas las marcas de vehículos en **Turismo y Vehículo pesado (camión, autobuses, maquinaria agrícola)** e incluso trenes. Como fabricantes, lanzan anualmente 200 nuevas referencias al mercado, y pretenden disponer de todo lo que el mercado ibérico necesita para su parque, un objetivo anuncia-

do en la inauguración de las instalaciones por **Riadh Abdelkafi**, el director de ventas internacional del Grupo. El nuevo **Catálogo 2010** verá la luz en breve, en CD y papel, en las que se habrán introducido los últimos modelos del mercado.

Formación

Estos valores los quieren dar a conocer a los clientes mediante reuniones comerciales personalizadas, ayudándoles en la presentación del producto a los talleres, además de las tradicionales promociones, y se han planteado realizar formación técnica (al igual que hacen en Francia) explicando las características del I+D del producto, una vez se cuente con el personal especialista que pueda comunicarse directamente con el taller. ●

📍 www.mecafilter.com

se dispone de una modernísima factoría que suministra a primer equipo) y Francia. El equipo humano con el que cuenta la filial ibérica es de 2 personas en administración y 2 en pedidos (las cuatro son mujeres) aunque se espera incrementarlo a medida en que lo haga el volumen que se genere.

La Distribución

Su desembarco en el mercado Español pasa por clientes de diversos perfiles: grandes distribuidores o pequeñas tiendas pero aspiran, apoyándose en sus nueve representantes y a partir del partenariado con los grupos de distribución, superar la indecisión de éstos últimos a cambiar de proveedor debido al contexto económico o a los procesos de fusión que se están viviendo en España, postulándose en el mercado como opción diferenciadora y de calidad para los distribuidores. Por el momento, su mayor presencia está en la Comunidad de Madrid o Catalunya, donde están afianzando el mercado, pero este año esperan extenderse más en diversas zonas del Estado pasando de los 70 a los 110 clientes, teniendo presencia nacional mediante grandes distribuidores, manteniendo una cierta "protección" de su área de influencia.

SOLAUFIL Y MECAFILTER

Solaufil es una empresa de origen francés con más de 50 años de experiencia en la fabricación de filtros que se presenta al mercado con marca Mecafilter. Pasó a ser filial de la monegasca Mecaplast Group (especialistas en plásticos) en 1997 y, a principios de 2009, la división de filtración fue adquirida por Misfat, fabricante tunecino de filtros para OE.



El objetivo del Grupo Solaufil es el de seguir aumentando su penetración en el mercado en primer equipo y posventa. Cuenta actualmente con 700 empleados repartidos entre los 3 países clave para su negocio: España, Francia y Túnez.

Ya el pasado año el actual gerente de Solaufil Ibérica y responsable de Mecafilter en España, junto con Didier Theron, director de la actividad de filtración de Mecaplast Group y Javier Mas, director comercial de Mecaplast Ibérica, daban a conocer en Motortec la estrategia que llevaba al Grupo a crear estructuras independientes para Mecaplast y Mecafilter, y ahora se ha materializado esa independencia.

La filial ibérica se creó en febrero de 2009, teniendo como sede las instalaciones de Mecaplast Ibérica, como primer paso para separar físicamente las actividades del mercado, cosa que se ha materializado este mes de abril con las nuevas instalaciones y ofrecen todo tipo de filtros para turismo y vehículo pesado, un servicio personalizado de atención al cliente y disponen de una excelente red de agentes comerciales.

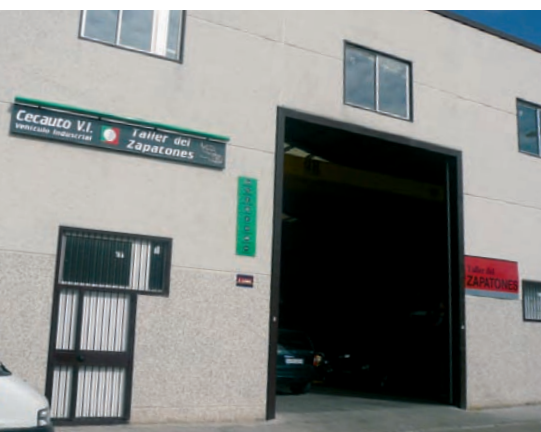
Está gestionada por Philippe Karaaslan-Martínez, un joven parisino de 27 años, de padre turco y madre española, experto en comercio internacional y e-business que habla francés, español e inglés; hace dos años inició las actividades en automoción en el equipo de Mecaplast, y su actual responsabilidad es la evolución de Mecafilter en el mercado ibérico.

Mecafilter ofrece la garantía de una calidad de primer equipo contrastada, ya que disponen de la experiencia de Misfat como suministradora de diversas marcas constructoras a nivel mundial.

LAS REDES DE TALLERES DE CECAUTO, EN VELOCIDAD DE CRUCERO

Por y para el taller

Los conocidos distribuidores disponen, desde hace más de diez años, de una red de talleres especializados en turismo y, desde 2007, de la homóloga para vehículo industrial. En la actualidad ambas disfrutan de una posición muy sólida.



La red **Talleres Cecauto** está promovida por las tiendas asociadas al *Grupo Cecauto* y coordinada por el equipo humano que dirige **Antonio Mendo**, quien es, además, director comercial de *Cecauto Centro*, uno de los centros logísticos del grupo distribuidor; actualmente sus especialidades comprenden tanto la reparación del parque de turismos (en ese apartado su presencia data de 1997) como el de vehículos industriales, división que se creó hace dos años, cuando el Grupo distribuidor apretó el acelerador en ese mercado, con la creación de un proyecto logístico específico para ese tipo de vehículos.

En toda España

La red de talleres dispone de una presencia en España muy sólida, ya que son **640 talleres de Turismo** (aunque en estos hay algunos que también realizan intervenciones de vehículos industrial) y **6 en Vehículo Industrial**, se proponen a través de las tiendas asociadas y se coordinan a partir de promotores de los diversos centros.

Todos los centros son muy activos: Cecauto Barcelona (con talleres en Catalunya, Aragón, Navarra y Baleares) Cecauto Centro (Madrid, Castilla-La Mancha, Castilla-León, Cantabria, País Vasco, La Rioja y Navarra), Levante (Valencia, Castilla-La Mancha y Murcia) y Sur



(Andalucía, Extremadura, Ceuta y Melilla) seguidos por la zona Norte (Galicia Castilla-León, Asturias). En Cecauto Canarias se está trabajando muy intensamente en el proyecto y este mismo año va a haber incorporaciones a la red, en principio Turismo.

Su perfil debe cumplir como requisito el disponer de un mínimo de equipamiento para poder realizar todo tipo de servicios a los usuarios conforme a los avances y a las necesidades del mercado multimarca, siendo la estructura más frecuente disponer de

un equipo humano de 2-3 profesionales (en el aspecto mecánico) y de 4 a 8 cuando se especializan en carrocería.

Servicios

El Grupo ofrece a la red, además del respaldo que supone estar adscrito a un grupo solvente como Cecauto, con casi 24 años de presencia en el mercado español llevando adelante proyectos novedosos como el comercio B2B (su tienda virtual fue de las pioneras en el sector), una serie de tangibles (producto, logística, pro-



mociones, consultoría técnica, cartelería, ropa de trabajo), junto con apoyos en la informatización (gestión, por ejemplo, para lo que solicitan apoyos institucionales con el fin de aquilatar costes al taller), estando muy a la escucha de cuantos servicios sean necesarios para el taller multimarca en su día a día, extendiendo las informaciones sectoriales (Right to Repair, etc.), gracias a la presencia y activa participación en los foros y en las instituciones de los directivos del grupo.

Justamente por ello, y en la convicción de que el intercambio de información mediante

reuniones es más que importante, organizan convenciones regionales con la red (están valorando la realización de un Congreso a nivel nacional). El último encuentro fue el Cara a Cara, la Convención de Asociados, Talleres y Proveedores, que se celebró el pasado octubre en las instalaciones de Cecauto Centro en Coslada, Madrid y a la que acudieron a visitar los stands de los 30 proveedores que se presentaban unos 1000 profesionales, en la que hubo premios (los "Camilo") para las tiendas asociadas y para los talleres. ●

www.cecauto.com

CECAUTO, HOY

Inicio de actividades: 1986

Puntos de venta en España: 510

Facturación(2008): 97 millones de euros

Presidente: Antonio Pujadó

Centros Logísticos:

Cecauto Barcelona- David Velilla, gerente

Cecauto Centro- Jesús Lucas, gerente

Cecauto Levante (Valencia y Albacete)- Bernardino Sánchez, gerente

Cecauto Norte (Vigo y Oviedo)- José Luís González, gerente

Cecauto Sur (Sevilla, Málaga y Granada)- Santiago Castellanos, gerente

Cecauto Canarias- Francisco Company, gerente

Divisiones de negocio: Vehículo Industrial y Cecauto Distribución- Miguel Menéndez, responsable nacional.

Marca Propia: Cecauto (Accesorios, aceite, alfombras, alternadores y motores de arranque, amortiguadores, anticongelante, productos químicos, baterías, bombas de agua, cadenas de nieve, Cecauto-Brill, conjuntos y distribución, discos y tambores de freno, embragues, escobillas, filtros, hidráulica y latiguillos, juntas homocinéticas, kits de rodamientos de rueda, lámparas, limpiador multiusos, líquido de frenos, mordazas Kit Plus y premontados, pastillas de freno, rótulas, silenciosos, tapacubos y transmisiones).

Red de Talleres: Cecauto Turismos y V.I. (646 puntos de intervención, 6 únicamente destinados a reparación de V.I.)



El grupo considera absolutamente fundamental la formación para su red, y consideran que están en un nivel más que notable tanto en formación como de Consultoría.

Trabajan con 3 empresas externalizadas pero con un criterio unificado; el número de cursos anual es de unos 80, formándose a más de 1200 alumnos con más de 1300 horas lectivas. Las temáticas son variadas y cubren tanto los aspectos más importantes de las tecnologías de productos y propulsores como las últimas incorporaciones, ya que uno de los últimos versa sobre vehículos híbridos.

En cuanto a la formación de V.I., afirman que es bastante más complejo dar formación aunque en la actualidad están ofreciendo a los reparadores de su red cursos de la mano de los proveedores colaboradores; en ese sentido, tienen un mensaje especial: "todos nos aportan mucho pero en concreto queremos felicitar a Luk, por el nivel de formaciones técnicas que están haciendo y a WABCO por su plan formativo, que es muy bueno o Texa, que están haciendo una formación muy interesante en el aspecto de diagnosis".



INICIADAS LAS VOTACIONES ENTRE LOS TALLERES FINALISTAS AL EUROPREMIUM 2010

Buscando a los mosqueteros más habilidosos



EuroTaller, la red de talleres de turismo que promueven los socios de Group Auto Union España, celebra anualmente, desde hace ya ocho ediciones, un concurso en el que pretende elegir a los mejores reparadores.

Votaciones

Este año, y con el lema de los mosqueteros de Alejandro Dumas, "todos para uno y uno para todos", los 30 finalistas de los 80 candidatos elegidos por los coordinadores de entre los 700 talleres que constituyen la red ya están siendo valorados por las seis editoriales de la prensa especializada y los doce proveedores adscritos a este programa.

Ayer se llevaron a cabo en Madrid las votaciones de la prensa, en base a los dossiers de los finalistas (elegidos por GAUE de los ochenta candidatos) preparados por los coordinadores de cada zona.

Así mismo, **Carlos Calleja**, coordinador nacional de la red, junto con **Fernando Pardo**, presidente y **Juan Carlos Pérez Castellanos**, director general de GAUE anunciaron que los talleres ya están siendo visitados por los proveedores para emitir sus valoraciones; del cruce de las mismas (las coincidencias de criterio suelen estar entre el 80 y el 90%) salen los diez EuroTaller que recibirán el EuroPremium 2010.

La ceremonia de entrega se va a realizar en una cena de gala a celebrar el próximo viernes 2 de julio en el *Gran Casino de Torreldones*, contando con un programa de ocio para el sábado, que incluye una excursión al *Real Sitio de la Granja*, donde se visitará el *palacio real* y un desplazamiento a la bella localidad medieval de *Pedraza* donde se disfrutará de un almuerzo en una hostería de esa localidad, situada en una de las calles más antiguas.

Mucho mejor, muchos más

Este año los talleres finalistas han mostrado, en líneas generales, un perfil mucho más intenso en lo que al cumplimiento de los cuatro estándares de calidad se refiere.

Muchos de los talleres valorados por la prensa llevan poco tiempo como socios de la red, pero un interés muy alto en materializar la imagen, la

La octava edición de los premios a los diez mejores talleres de la red ya ha empezado la selección que realizan las seis editoriales especializadas en posventa convocadas y los doce proveedores de GAUE involucrados en el proyecto.

inclusión de los acuerdos o los proyectos de la red en su operativa diaria, lo que, según comentaban los directivos de GAUE y EuroTaller, supone un acicate para otros talleres algo menos intensos en ese sentido.

Bastantes de los finalistas son **EuroTaller Plus**, es decir que forman parte de esos 200 talleres voluntarios en intensificar su vinculación a la red pasando una auditoría (realizada por **ATISAE**, el pasado año, con un equipo de cuatro profesionales) y posterior consultoría (una tarea en la que les acompañarán cuatro nuevos profesionales con un perfil más de asesor) a realizar este año, algo que, tal como insistía Pardo, "hace que se puedan equiparar a cualquier red de constructor de automóviles".

Precisamente, Carlos Calleja comentaba que los nuevos socios de GAUE ya han activado talleres (con lo que la cifra real de EuroTalleres se incrementará alta a finales de año), pero han aplazado su candidatura a EuroPremium hasta la edición 2011, y que la voluntad es estar presente en todas las provincias (Barcelona ha incrementado en 40 puntos la extensión de la red, Valencia, etc.).



Novedades en velocidad de crucero

Las novedades presentadas para los talleres de la red, que se votaron en el Congreso nacional de EuroTaller en 2009, ya se han aplicado con buenos resultados.

En lo que a **Formación** se refiere (la red cuenta ya con 12 años de cursos técnicos a los reparadores) ha supuesto que se disponga de una flota de cinco vehículos *Mercedes*, *BMW*, *Toyota*, *Citroën* (casi todos en versión SW) que *Autotecnic 2000* ha preparado durante todo el verano pasado, duplicándose las centralitas y el cableado para poder acceder rápidamente colocando su clon en el maletero, medir señales en tiempo real o detectar averías, provocadas mediante la activación de botones en un panel.

Los cursos ahora son, pues, eminentemente prácticos (se realizan zonalmente en las instalaciones de los socios, con el vehículo y un grupo de no más de 20 talleres durante cinco horas a lo largo de cuatro días).

Ya se está pensando en la adquisición de vehículos con nuevas propulsiones "ecológicas", para continuar con la formación en las últimas novedades técnicas del mercado.

Otro aspecto que se aprobó fue la inclusión de la **Telediagnosis** que está funcionando con una buenisima marcha. Esa oferta de guiar la diagnosis en remoto desde el Call Center, independientemente de la marca de herramienta de diagnosis de que el taller disponga (aunque, tras su puesta en marcha, se ha percibido un interés en la red por actualizar los equipos)



supuso que se incluyeran tres nuevos profesionales en la empresa de formación en la que la red ha confiado, iniciándose operativamente en enero, con 80 talleres, para pasar a 150 en abril.

Supone (además de la ayuda puntual en un proceso de reparación) una suerte de "clases particulares" ya que el taller debe estar presente en todo el proceso (lo que evita que el taller "deje la diagnosis en las manos del técnico" para ocuparse de otra reparación), pudiendo recibir la

grabación en vídeo de todo el proceso para posteriores consultas.

Este servicio se ha activado también en InterTaller, otra de las redes de los socios que tiene la misma filosofía "pero distinta velocidad", como señalaba Pardo.

Novedad también es la nueva web de la red, activa desde abril, en la que se ha abierto mucho más si cabe al conductor, incluyendo un motor de búsqueda de talleres (con tres distintos criterios de selección, según tags) basado en Google Maps.

Una vez el automovilista ha seleccionado el taller que le interesa, entra en la página específica del taller ("mini-web" según los directivos de la red), donde se le informa de los servicios, acuerdos firmados (la red propone y el taller es libre de adscribirse o no), las promociones (tres niveles, las generales, que tienen un 100% de adhesión de la red -en estos momentos está activa la que promueve el kit de iluminación diurna de Philips-, la local, que cada socio lo activa en su zona, o particular siendo el taller el que la lanza y asume). En estas mini webs (que son administradas por los 26 coordinadores de la red) se visionan fotografías, procesos de reparación on line, disponiéndose de servicio de cita previa.

Durante el primer mes, se han recibido ya 10.000 visitantes únicos, que se van a incrementar tras la promoción en diversos soportes (se ha retomado la colaboración con Autocity.com) y se pretende trasladarlo a las redes sociales.

Cuotas

Estas novedades están incluidas en las cuotas del taller, que sí son más altas, pero para las que existe la posibilidad de financiación mediante las compras al socio. Unas compras que están yendo bien, puesto que el grupo está en el último mes, un 25% por encima del pasado año. ●

 www.eurotaller.com
www.groupautounion.es

automechanika

La Feria Líder Mundial para la Industria del Automóvil

Del 14 al 19-9-2010, Frankfurt am Main



Aquí se reúne el mundo.

Suméjase en la metrópoli de la movilidad y descubra las novedades en los sectores de equipamiento de talleres, comercio de piezas, accesorios del automóvil e instalaciones de gasolineras y lavado de automóviles.

En 2010, Frankfurt continúa siendo el motor para innovaciones y desarrollos del futuro.

Vía online, su viaje puede empezar hoy mismo navegando por los mundos de los productos de Automechanika. Solicite sus entradas por internet en

www.automechanika.com

Messe Frankfurt
Delegación Oficial para España y Andorra
Tel. 91 533 76 45
info@spain.messefrankfurt.com

SPG CELEBRA SU DÉCIMO ANIVERSARIO Y SU QUINTO CONGRESO EN VALENCIA

“Somos la mejor red de España”



Víctor Baixeras: el marketing como generador de valor, pero sólo si es activado por los talleres



Miguel Ángel Cuerno, en su intervención “a lo CDA”.

En el Congreso SPG Talleres, el primer foro de reunión tras la publicación del R461/2010, se habló mucho de las aseguradoras, y los talleres se animaron con el micro...

El respeto del sector

Agustín García, presidente de Serca, en su intervención hacía referencia a los vertiginosos cambios que está experimentando el sector, señalando que las empresas que se adaptan más rápido a las necesidades del cliente son las que tienen futuro. Animó a los asistentes (casi toda la red, los fabricantes y sus marcas -Brembo-Villar, Sogefi-Purflux, Dayco, Krafft Professional, QH, RH, Lemförder-Sachs, Luk-Ina-Fag, Tudos, Valeo Mahle, Varta- y la prensa especializada, además de los ponentes y excusa la presencia de CETRAA) a no ser conservadores en gestión: *“al cambio violento se le teme, pero no llevarlo a cabo supone quedarse a años luz de la competencia; no se pueden conseguir los resultados de antes haciendo las mismas cosas”*, decía. Mencionó al concesionario como el principal competidor de los talleres, un canal que está muy activo en el mercado con el fin de lograr más cuota, y resaltaba los esfuerzos de los distribuidores del Grupo por apoyar a la red, animando a los talleres a ser fieles en sus compras: *“comprar a un distribuidor Serca supone potenciar el sector multimarca, el mismo que el del taller; tengo plena confianza en los SPG porque desde el Grupo se hacen muchos esfuerzos en dotarles de todas las herramientas necesarias; yendo juntos, llegaremos lejos”* y cerraba diciendo *“el mejor amigo de un taller SPG es una tienda Serca”*.

Echando la vista atrás

Joan Carles Rico, coordinador de la red SPG y responsable de herramientas de Serca inter-



Joan Carles Rico, insistió en el apoyo a la gestión del negocio.

venía para realizar una retrospectiva de estos diez años de SPG (y del propio Rico en Serca): revisaba el revulsivo de la “nueva distribución” en España y sus técnicas de gestión y marketing, decantándose luego por la publicidad para captar a un cliente entre el que no había conseguido la misma notoriedad que en otros países. Situó en ese momento el nacimiento del fenómeno de las redes (fabricantes y distribución), criticando la falta de criterio para elegir a sus integrantes en algunas de ellas. A partir de ahí habló de SPG y sus integrantes, explicando el logotipo de la red, las razones de las siglas (Servicio, Profesionalidad y Garantía). Disponen de 163 puntos (con algunas bajas a lo largo de la primera década), con profesionales solventes, trayectoria constante en la mejora y con futuro: *“de los 20 que nos*

acompañan desde el principio, 16 están en la sala”, especificando que el acento se ha puesto en los cursos de gestión que se vienen realizando desde hace años de forma itinerante.

Marketing forever

Víctor Baixeras, responsable de marketing de Serca, volvió a incidir en que el marketing aporta valor, desarrollando tres puntos clave a la hora de diseñar las acciones de su departamento: *El marketing y su importancia en las empresas*- El marketing es una inversión, nunca un gasto; el grupo atiende las necesidades relatadas por el taller y las necesidades del cliente de este para lograr acciones con las que captar su atención y diferenciarse de la competencia. *Imagen, comunicación y su importancia*- Imagen no es solo la pintura o un taller con un interior correcto, sino la percepción global del cliente, la que hace que éste vuelva, el reconocimiento, por lo que se debe saber llegar mejor al cliente explicando todo lo que se hace y ofrece (calidad, prestigio, imagen, profesionalidad), trabajando en acciones “de guerrilla”, capitalizadas, para hacer frente al concesionario. *La fuerza de Serca es la fuerza de SPG*- Serca



Pere Pons, durante su intervención sobre las pólizas de Responsabilidad Civil en el taller.



En el congreso se produce un buen número de intervenciones: fabricantes, distribuidores y, sobretodo, talleres, a quienes no les tiembla el pulso a la hora de coger el micro.

apoya a la red con sus servicios, pero la responsabilidad individual en una operativa correcta del taller es fundamental para reforzarla, y para ello el reparador debe participar en todos los proyectos que Serca pone a disposición de la red, para hacerla más fuerte. Un buen taller SPG refuerza al resto; un mal taller, perjudica a toda la red.

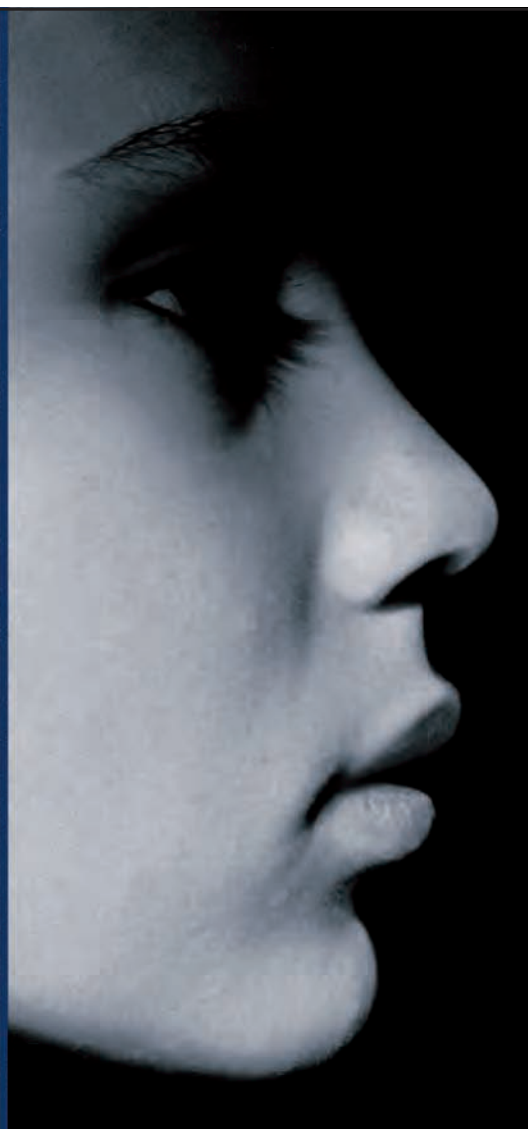
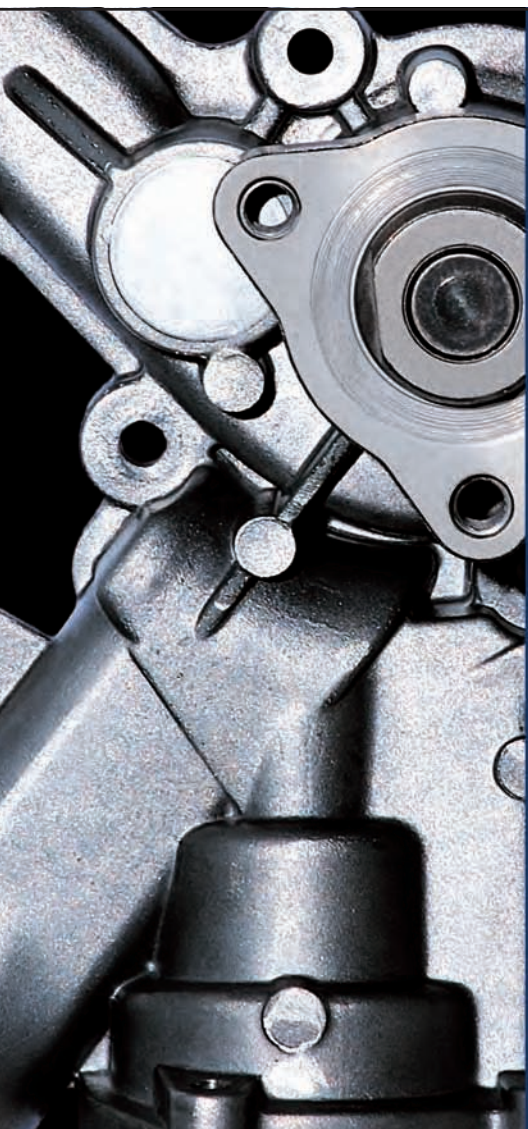
El marketing puede ayudar a llegar al cliente, pero es el taller el que debe ponerlo en práctica: "que

un nuevo cliente vaya a la red depende de la fuerza de la red, pero que vuelva, depende del taller y lo que haya recibido y percibido", terminaba.

Informática, el apoyo que evoluciona

Pere Colomé, responsable de informática de Serca iniciaba su intervención diciendo que la informática ni es aburrida, ni genera problemas,

sino al contrario, ayudando a gestionar el negocio, y evolucionando como lo hace la técnica en los elementos de los automóviles, siendo el mismo paso del tiempo el que refrenda su importancia clave en el día a día del taller. Explicó la evolución del programa de Serca, que empezó como una aplicación para un apartado mínimo, pasando a incorporar gestión de stocks, albaranes, facturas, históricos de vehículos (con



Precisión Innovación Diseño Internacionalización

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

70 AÑOS DE HISTORIA LIDERANDO EL SIGLO XXI

DOLZ

Bombas de agua | Water pumps

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

la creación de una OR, de la que ya se dispone una nueva versión que genera pedidos si no se dispone de la pieza), apuntes contables, libros de IVA...Es un servicio a la red (que, a tenor de los resultados de la encuesta -un 82,53% considera que se da un buen servicio-, es positivo) que pretende apoyar la gestión del taller con una herramienta que: "es empleada por buena parte de la red; el resto, no sabe lo que se pierde".

Del Reglamento a los seguros

La intervención de **Miguel Ángel Cuerno**, presidente de ANCERA, debía girar en torno al Reglamento; pero se mencionaban antecedentes y los temas fundamentales del texto (entonces provisional, ya que aún no se había publicado en el Boletín Oficial Europeo) a grandes rasgos, y las dos horas (!) de intervención, al final derivaron en un CDA a medida.

Empezó explicando que en el *R(CE)461/2010* la venta pierde la exención, pudiendo darse nuevos cierres de concesionarios (en 8 años han cerrado 2000), lo que concentraría a la red y la haría más consistente en venta de recambios y en campañas posventa (como se está viendo). En *posventa* se contempla negro sobre blanco el derecho a mantener el vehículo en periodo de garantía (antes no aparecía como directriz), principal argumento de la Comisión sabedores de que es el más incumplido. Mencionaba también que la nota de prensa y declaraciones



Foto de familia de los asistentes al V Congreso SPG.

de Almunia han supuesto explicitar que los constructores practican abusos contra la libre competencia y ahora el sector debe denunciar estos abusos porque serán más escuchados. Mejor definición del concepto de recambio, fijando el término "calidad equivalente". Obligatoriedad del doble marcaje de las piezas (marca del fabricante y del constructor), lo que quedaba recogido en la publicidad de ANCERA "no pagues más por lo mismo", cuyo spot se visionó y animó a emplear, aún suponiendo un desembolso.

Explicaba las alegaciones de ANCERA: el consumidor no conoce la ley a pesar de estar realizada pensando en él, por lo que sería necesaria una campaña -cosa que ha sido denegada- solicitando apoyo económico para que ANCERA la realice. Que desaparezca la prohibición de vender a intermediarios, que



Los talleres afiliados a la red desde el principio recibieron un reconocimiento.

no figura explicitado en el texto; por ello, decía, "habrá que lograr (mediante preguntas a la Comisión) el que quede recogido el concepto de compra por intermediación, es decir, que sea obligatorio vender recambios a quien tenga mandato de hacerlo".

A partir de ahí, abrió el tema de las aseguradoras y los desencuentros con el sector posventa ("es una lucha constante que ANCERA lleva sola y que puede sacar a todo el sector fuera del mercado posventa multimarca" se quejaba) por sus prácticas de "aconsejar" al taller dónde comprar recambios para una reparación y, al conductor, dónde reparar. Explicó que CETRAA y CONEPA van a tomar medidas contra ello y llamaba a determinados miembros de la sala a que explicaran casos concretos de estas prácticas, produciéndose muchas intervenciones que giraban entorno a estas prácticas.



La bujía N° 1 en el mundo*

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



www.ngk.es

UNA VELADA MÁGICA

Ya es tradicional que el enclave de la cena sea de "qualité". Un restaurante en plena Albufera proporcionó un entorno excepcional, para la cena de clausura del Congreso.

Además de entregar un detalle a los proveedores y a los ponentes, a los talleres con 10 años de presencia en la red se les reconocía su fidelidad con un diploma acreditativo:

Talleres Antonio Guillén, Talleres W, Talleres J.P. Pérez, Talleres Bonache, Talleres Thika, Talleres Roma, Talleres B.J. Motor, Talleres Roan, Grúas y Talleres La Ruta, Talleres Morauto, Talleres Ricavi, Talleres Bernardo, Talleres Guillen Motor, Talleres Jaime García, Talleres Facó, Talleres Auto. Punt. Como colofón, la actuación del *Mag Lari*, que puso la dosis justa de humor y magia para cerrar el evento.



A partir de ahí, el tono se intensificó contra una aseguradora en concreto (AXA, con quien SPG tiene un acuerdo -firmado con Wintertur, adquirida por AXA- y de quien el siguiente ponente es agente); al ser advertido por la directiva de Serca y SPG, de que la audiencia no era mayoritariamente carroceras, del acuerdo vigente de la aseguradora con la red (parte de ella), de que se estaba de acuerdo en defenderse de las prácticas abusivas, pero de que había que centrarse en el Reglamento, Cuerno espetaba "es que a mi me pagan por meterme con AXA", aunque cambió de objetivo, al hablar de Reale o Zurich. A las preguntas de los talleres, Cuerno desgranaba la labor de ANCERA defendiendo al sector, lanzando la idea de que SPG-Serca realizara una campaña "piloto" para ser presentada en el Congreso, basándose en el Nuevo Reglamento.

Más seguros

Tras el almuerzo, se producía la intervención de **Pere Pons**, de Pons & Ripoll, agente exclusivo de AXA y experto en el sector asegurador a lo largo de 35 años. La intervención debía versar sobre la *responsabilidad civil en las empresas de automoción*, un tema que se vio como necesario tras los cursos realizados para la red (en Tudela, concretamente). Pons explicaba la necesidad de dotarse de un buen seguro que cubra todas las necesidades de un taller (apoyándose para ello en los consejos del asesor-mediador), aunque suponga un desembolso alto, puesto que no es un mero trámite, sino el respaldo cuando un problema se presenta, ya que la actividad de reparación comporta riesgos (por ello se recordaba la necesidad de la firma de la OR, para lo que el grupo realizó una campaña recordando la necesidad mediante un póster). Mencionó tres riesgos fundamentales (circulación con el vehículo del cliente, custodia del vehículo, responsabilidad del vehículo) y desgranó detalles que deben incluirse para estar debidamente cubiertos. Se habló también de las cadenas de responsabilidad (fabricante de piezas, distribución y taller), derivando las consultas al ya conocido tema de las garantías comerciales explicándose casos concretos de problemas con las piezas. En ese momento, **Ignacio Naranjo** (por "alusiones" ya que se habló de un problema de un embrague), realizó una llamada la asunción de que no se

es infalible, a la necesidad de entendimiento de las partes "si sólo se asumiera la responsabilidad por defectos de fabricación de las piezas, se estaría todo el día a puñetazos", dijo.

Jesús, el hermano reparador de Carmelo Pinto



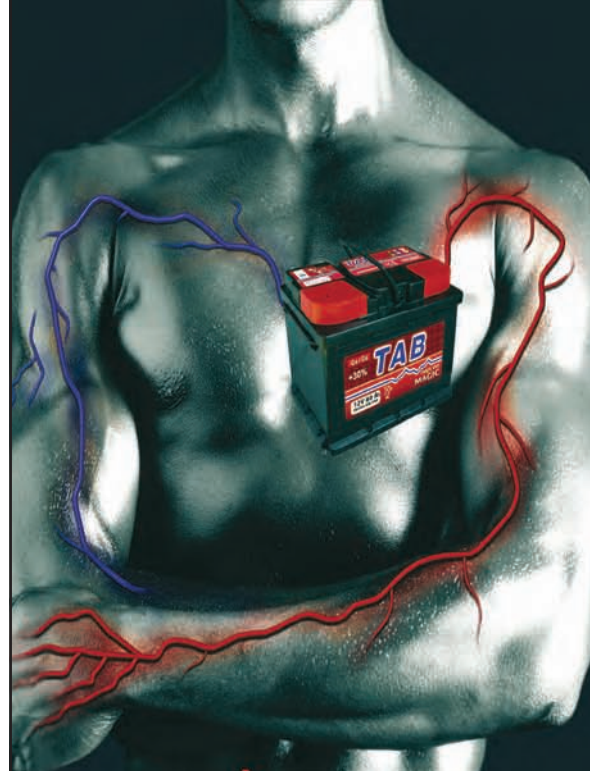
Jesús Pinto, de Talleres Burgos, el "hermano" reparador de Carmelo.

La tradicional intervención de **Carmelo Pinto**, gerente de Serca esta vez tuvo lugar como "performance": ataviado con la camisa negra y la gorra corporativa de los talleres SPG, Carmelo daba vida a su "hermano" Jesús, de "Talleres Burgos". Como taller, afirmaba que se debe apostar por

el marketing, que el programa Serca Gestión es muy completo, que el nuevo reglamento se debe aprovechar (que no se ha hecho con el anterior), que hay que emplear todo lo que los distribuidores de Serca ofrecen (cursos, catálogo electrónico, portal de resolución de averías, consultoría técnica, programa informático, marketing personalizado, Internet), pero decía que los gastos del taller son muchos y que no se puede cobrar la MO más cara. Pedía que Carmelo contestara...y así lo hizo. Carmelo Pinto salió a defender las inversiones realizadas en la red (presentó un estado de cuentas en el que cada taller cuesta 2.943 Euros al año a Serca, además de una comparativa de importes en concepto de cuotas y la afirmación de que siempre se ha cumplido todo lo prometido), animándoles a asistir a los cursos, a emplear el catálogo electrónico, a estar presente en Internet, etc.

Pinto decía que los recambistas independientes tienen el mejor servicio del mundo y que tienen los mismos objetivos que los talleres, situando al concesionario como competidor ("la crisis les hace tremendamente peligrosos", decía) y animaba los talleres a ser fieles a los recambistas. ●

 www.serca.es



LA BATERÍA TRADICIONAL HA MUERTO

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



TAB

Batteries

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

Encuentre la Tranquilidad



Son más de 20 años de experiencia suministrando recambios de calidad para vehículos asiáticos. El conocimiento adquirido con el tiempo, unido a métodos de trabajo pro activos consolidan la calidad y precisión que nos caracteriza.

Tenga la seguridad de que en el momento exacto recibirá lo que necesita con la calidad que su negocio exige y sin preocupaciones.

Valores como Integridad, Perseverancia y Rigor están en todo lo que hacemos.

Proporcionamos la tranquilidad y seguridad a su negocio.

Confíe en los Especialistas en vehículos Asiáticos



www.blueprint-adl.com



ESPECIAL CONGRESO ANCERA 2010

con la participación de:





XXIII Congreso Nacional

Cambian las leyes de la posventa del automóvil

Cada uno en su sitio

Bilbao, 10 de junio de 2010

NOS FUIMOS CON MIGUEL ÁNGEL CUERNO AL MERCADO DE LA BOQUERÍA, EN BARCELONA, EN BUSCA DE LOS MEJORES INGREDIENTES PARA EL XXIII CONGRESO DE ANCERA

EL INGREDIENTE



¡A cocinar!

Si va a ser en Bilbao, hay que lucirse con el guiso, que es tierra de buen fogón. Así que le propusimos al presidente de la patronal de la distribución española que nos contara lo que iba a preparar, en un entorno muy colorista...

Nacido en el S.XII como un mercado ambulante para la comercialización de víveres y situado en la Rambla de Barcelona, el **Mercat de la Boquería** está atado a la historia de la ciudad. Es el mayor mercado de España y los vendedores actuales son, en su mayoría, de la tercera y cuarta generación en el negocio familiar. Son la unión del pasado con el presente. Innovadores, llenos de proyectos y de ideas, de renovación; con una oferta atractiva, abundante y de calidad. Como la posventa.

Y allí que nos fuimos con **Miguel Ángel Cuerno**, presidente de **ANCERA** mientras charlábamos de mercados, de congresos, del futuro de la patronal y de

ingredientes, disfrutando a la vez de la visita, convenientemente avituallados.

Lleva guisados unos cuantos congresos, ¿qué sabrosos ingredientes ha buscado para esta edición?

Miguel Ángel Cuerno En esta edición, el tema importante es el texto del nuevo Reglamento. Serán diez días de vigencia y se desgarnará en el Congreso. Tradicionalmente, los textos legales nos cuestan un año interpretarlos y extraer los conceptos más importantes; la idea es que podamos quedarnos con unos cuantos conceptos, los más importantes, para aclararlos, e interpretarlos durante la mañana. Por la tarde, la idea es debatir en una mesa de composición mixta qué se va a hacer con estos

conceptos nuevos, si se activa una campaña allí mismo o se va a esperar ocho o diez años para ponerla en marcha.

¿Y se concretará allí, porque una vez se sale del Congreso se pierde la euforia que haya podido crearse allí?

Se propondrá allí, sí. Vamos a proponer diferentes acciones para que alguna sea la que se lleve a cabo. O nos ponemos de acuerdo para hacerlo entre todos (me gustaría obtener la confirmación de Sernauto, para hacerla conjuntamente) o vamos a proponer algo desde ANCERA, como hicimos en Córdoba, para llevarlo a cabo sin tener que esperar tres años. Pero no sólo una campaña, sino otras acciones.

¿Estarán todas las patronales? como





Allá que vamos, unos más convencidos que otros...



Ensalada, para desengrasar, que algunos platos son densos...



para que sea el Sector en pleno el que asuma lo que allí se acuerde...

Sí, se ha convocado a las patronales; CONEPA; la patronal Vasca, se ha invitado a CETRAA, SERNAUTO, pero al final es ANCERA la que tiene que dar la cara, porque es la única independiente.

En estos años de Congreso, ha invitado al banquete a muchos profesionales, pero ¿va a venir la tropa en pleno, como siempre esperamos, o seguirá siendo una asignatura pendiente?

Bueno, en una reunión con recambistas comentábamos que los distribuidores están pendientes de su empresa y la patronal debe interpretar sus necesidades al margen de que haya quien te anima y no va o promete que va a colaborar y no colabora, pero luego utiliza el servicio. Tampoco se van a dejar de hacer cosas porque no empuje la gente.

¿El cocinero está quemado o está quemado el guiso?

El guiso está estupendo. Y al cocinero, lo que le pasa es que no tiene idea de ser presidente mucho tiempo...al principio sí, porque me empujaron muchísimo después del Congreso de FIGIEFA en Madrid, y me gusta mucho el trabajo, y el sector, pero si te perpetúas pierdes ideas, empiezan las críticas (justas o no) y te quemas; también cansa la agenda tan intensa, y los continuos viajes de forma sostenida, ser la persona de referencia para declaraciones, artículos.... Para favorecer la entrada de ideas se intenta renovar el Comité Ejecutivo, pero para aprovechar al máximo el tiempo hay que ir con una agenda exprimida al límite.

Pero esos son los inconvenientes del cargo...

Sí, claro; y además cobro por ello, o sea que no puedo negarme...



Vitaminas saludables durante el paseo.



XXIII Congreso Nacional

Cambian las leyes de la posventa del automóvil

Cada uno en su sitio

Bilbao, 10 de junio de 2010



¡ñam, ñam!



Buen aceite, fundamental.



A ver: tantos comensales a tantos gramos por comensal, ¿cuánto necesitamos?



Los percebes están muy buenos, pero valen una pasta.



Las chicas miraban con interés los chocolates para la hora del café.

¿Y buscar un pinche?

La salida de Santiago lo ha complicado un poco, porque o hay un nuevo presidente, y soy director general un tiempo para favorecer la transición, o (y esta es la opción que personalmente me parece mejor, pero no le gusta a todo el mundo) busco a un joven con una determinada preparación y se le va formando en el sector de manera que en dos o tres años sea secretario general y apoye al presidente. Lo busqué, pero la persona que encontré (un licenciado en derecho y periodismo, de 29 años, a quien di leyes, revistas, le expliqué lo apasionante que era este sector) no cuajó.

Presidente de la Distribución no puede ser cualquiera, porque no es ninguna tontería, si la distribución quiere ser independiente y estar protegida, porque como haya un presidente "florero" de representación, nos van a meter goles por todas partes, todos los días. Desafortunadamente, hay mucha política, pero es que forma parte de la sociedad, no se puede evitar. Lo que sí digo es que cuando me vaya dejaré a alguien que sea del consenso de todo el mundo.

Hay mucha gente del sector que le gustaría acceder a ANCERA, muchos directivos que ya no están trabajando o que están, pero que se postulan. Es una patronal muy relevante ahora mismo en sí misma y para aprovecharla como plataforma para dar un salto adelante. Yo no lo he hecho, y es que, además, tengo otros negocios que atender.

¿Está en muchas otras salsas?, ¿o ha sido este cargo un salvavidas?

Claro que tengo otros negocios. A mi no me cuesta nada dejar ANCERA.

¿Cuándo son las elecciones?

Deberían ser en marzo del año que viene, pero estoy en conversaciones con el Comité para adelantarlos a diciembre; ya hicimos eso hace unos años, preparamos una asamblea general porque el Comité no lo quería dejar (ningún miembro lo quiere dejar; trabajan mucho pero tienen mucha información). La idea sería llegar al almuerzo de Navidad habiendo celebrado las elecciones para poder presentar al equipo que va a trabajar en 2011.

¿Y para el guiso del Congreso se percibe interés o está la gente desganada?



¡ñam, ñam!



V de VARTA



VARTA, SINÓNIMO DE POTENCIA ADECUADA EN CUALQUIER SITUACIÓN.

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

EL PODER QUE NO VES. Y MUCHO MÁS.



AHORA CON

POWERFRAME
GRID TECHNOLOGY

VARTA

BY JOHNSON CONTROLS



XXIII Congreso Nacional

Cambian las leyes de la posventa del automóvil

Cada uno en su sitio

Bilbao, 10 de junio de 2010

¡ñam, ñam!



Y el presi compra dulces...



Frutos secos para los licores.



Y para aumentar la energía, bayas de Goji, la última moda nepalí. Gloria dice que hay que comer al menos 20 al día, pero el presi sólo probó una...

Hay muchas inscripciones. Un buen ambiente. Se ha creado una comisión de Congreso de la zona, algo nuevo (12 personas) con el ánimo de que se sientan participes y ellos mismos, además de aportar ideas, animen a la distribución. Y en la misma reunión aportaron nombres (23 distribuidores, socios, talleres –algún recambista, para que lo conozcan- etc.).

¿Van a estar presentes los desguazadores?

Han recibido una invitación formal. Y han dicho que sí; pero en la distribución no quieren que estén, aunque algunos sean proveedores. Le he explicado que más vale tenerles delante y negociar con ellos abiertamente, pero me gustaría desbloquearlo.

¿Y los constructores?

Pues igual hay una sorpresa en el Congreso. Yo he invitado al presidente de FACONAUTO varios años y nos vemos en un montón de sitios, pero no vienen; y eso que la distribución independiente vende a concesionarios cada vez más, porque en estos momentos difíciles buscan la rentabilidad y una opción buena es comprar a un buen recambista independiente.

Ojalá vaya todo el mundo y haya diferentes puntos de vista. Porque el canal posventa del constructor tiene mucho que decir (a las marcas, principalmente), o si no el nuevo texto puede hacer cerrar 800 o 1000 concesionarios más, como poco. De 2002 a 2010 han cerrado 1000. Y en la red secundaria habrá otra criba, pero bueno, mejor para nosotros, porque supone más cliente potencial y se han metido en redes.

No son malas perspectivas, pues...

Para nada, si en este contexto de crisis tan aguda, el que vende lo mismo o algo más es todo un éxito y los recambistas me transmiten que están obteniendo buenas cifras. Y los fabricantes iban peor, pero como ahora se empiezan a vender coches, vuelven a cifras parecidas a las que tenían.

Tenemos por delante un futuro interesante. ●

PROGRAMA

Miércoles 9 de junio

17:00-21:00 Torneo internacional Frontenis ANCERA 2010.

Jueves 10 de junio

9:00-10:00 Entrega de acreditaciones.

10:00-10:15 Inauguración del congreso a cargo de la Excm. Sra. D^a. Pilar Zorrilla Calvo, Vice consejera de Comercio y Turismo del Gobierno Vasco.

10:15-10:45 Primera ponencia: **"Oportunidades de la Distribución"** a cargo de **François Passaga**, director general de GIPA.

10:45-11:00 Presentación: **Motortec Automechanika Ibérica 2011** a cargo de **Raúl Calleja**, su director.

11:00-11:30 Pausa café.

11:30-13:15 Segunda Ponencia: **"10 de junio. Nueva directriz para la posventa europea"**. Se trata de conocer, entender e interpretar esta nueva norma de la mano de **Antonio Creus**, Abogado experto en Derecho de la Competencia.

13:15-13:30 Tercera Ponencia: Nueva actividad de la asociación orientada a promover la formación para el sector. Descripción del programa 2010/2011. A cargo de **Antonio Mozas**, Área de formación de la Asociación Española de Profesionales de Automoción (ASEPA).

14:00-16:00 Almuerzo en Gran Hotel Domine Bilbao, patrocinado por Motortec Automechanika Ibérica 2011.

16:00-17:30 Cuarta ponencia: **"Evolución de los sistemas de propulsión de los automóviles. ¿Seremos capaces de repararlos?"** a cargo de Manuel Orovio, director de Autastec,SL.

17:30-18:00 Pausa café.

18:00-19:30 Debate: **"Nuevas normas. Nueva estrategia"** Esta nueva oportunidad de negocio necesita acciones inmediatas de posicionamiento en todo el sector independiente. El debate, en forma de preguntas que ordenen los temas con el fin de poder extraer conclusiones e implicación, estará moderado por Miguel Ángel Cuerno y contará con la participación de miembros de los fabricantes de componentes, distribución y talleres.



*Perfectos
en todas las situaciones.*



Elige la calidad original. Siempre.

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



UFI[®]
FILTERS

LA COMISIÓN EUROPEA APROBÓ EL TEXTO DEL NUEVO REGLAMENTO, EL R(UE)461/2010

Más multimarca, más competencia

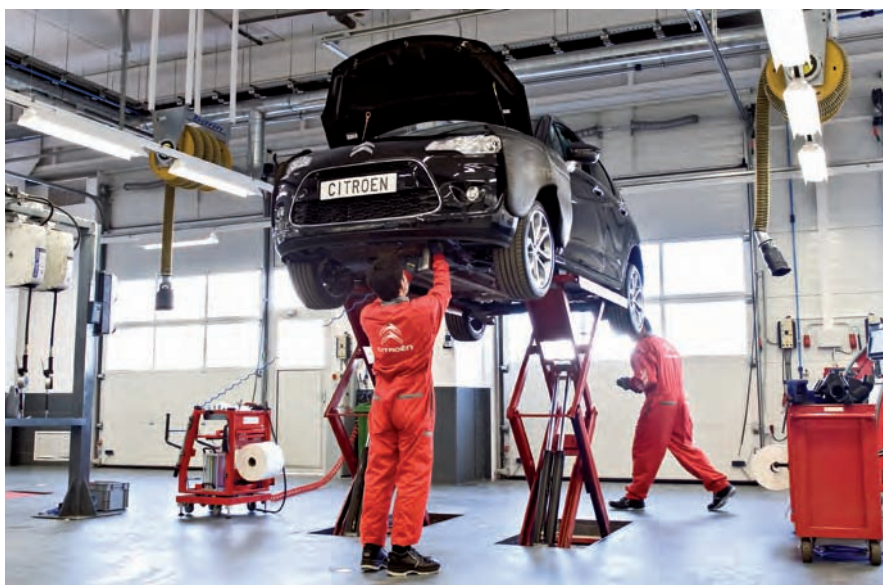
Se publicó el pasado 27 de mayo en el Boletín Oficial de la UE, fue presentado en sociedad por Joaquín Almunia, en una rueda de prensa y nota muy contundente, y será el “corpus” central del XXIII Congreso de ANCERA; “habemus” Reglamento.

Las nuevas normas reforzarán la competencia en el mercado de la reparación y el mantenimiento, al mejorar el acceso a la información técnica necesaria para las reparaciones y facilitando la utilización de piezas de repuesto alternativas.

El Nuevo Reglamento de exención por categorías y nuevas Directrices relativas a la aplicación de las normas de competencia en el sector del automóvil, ha sido aprobado hoy por la **Comisión Europea** y supone materializar los esfuerzos de la *Comisión de Competencia*, que encabeza el español **Joaquín Almunia**, en la lucha contra las prácticas abusivas de los fabricantes en materia de garantías (exigir que las reparaciones se efectúen únicamente en los talleres por ellos autorizados). Las nuevas normas también pretenden reducir los costes de distribución de los vehículos nuevos, al eliminar las normas demasiado restrictivas.

Núcleo central del Congreso de ANCERA

Este texto, que apoya las tesis esgrimidas por FIGIEFA en la campaña **Right to Repair** y que son las que han defendido en el lobby europeo **ECAR** (con reflejo en nuestro país gracias a los esfuerzos de la patronal de la distribución, ANCERA, junto a los reparadores, CONEPA, CETRAA, o los consumidores, entre otras entidades), es el principal tema de debate el próximo 10 de junio en el **XXIII Congreso de ANCERA** que se celebrará en el Auditorio del Museo Guggenheim de Bilbao; heredero de las directrices trazadas por **Neelie Kroes**, la anterior comisaria de la competencia, dispone de una guía con las preguntas más frecuentes, y será el principal tema de debate el próximo 10 de junio en el **XXIII Congreso de ANCERA** que se celebrará en el Auditorio del Museo Guggenheim de Bilbao.



Seguidamente, reproducimos el contenido de la nota de prensa y de las preguntas más frecuentes como “hoja de ruta” sectorial de los próximos meses (y años).

Desde Competencia

La nota de prensa, emitida por la Comisión de Competencia el día de la presentación, el pasado 27 de mayo, da detalles sobre los diferentes aspectos del texto que, traducido a los distintos

idiomas de la Unión Europea, ya está publicado en el Boletín Oficial:

Las nuevas normas introducen un **límite máximo de cuota de mercado** del 30%, por encima del cual los acuerdos entre fabricantes de automóviles y talleres de reparación autorizados ya no disfrutarán de la exención por categoría, adaptando así las normas al marco general (Reglamento n°330/2010, de 20 de abril de 2010, relativo a la exención por categorías aplicable a los acuerdos verticales). Esto facilitará la lucha de la Comisión contra los posibles abusos en detrimento de los consumidores, como la negativa a permitir el acceso a la información técnica a los talleres de reparación independientes, y reforzará la competencia entre reparadores autorizados y reparadores independientes.

Las nuevas normas mejorarán el acceso de los talleres de reparación a los repuestos de otras

HT. Para **nueva** generación diesel

The original **power** in motion



109 119B > HNBR - GF - PA66 < NI DOBLAR
09 119B > HNBR - GF - PA66 < NON PIEGARE
09 119B > HNBR - GF - PA66 < NE PAS PLIER
09 119B > HNBR - GF - PA66 < NICHT KNICKEN
09 119B > HNBR - GF - PA66 < DO NOT CRIMP
09 119B > HNBR - GF - PA66 < NO DOBLAR
09 119B > HNBR - GF - PA66 < NON PIEGARE
09 119B > HNBR - GF - PA66 < NE PAS PLIER
09 119B > HNBR - GF - PA66 < NICHT KNICKEN
09 119B > HNBR - GF - PA66 < DO NOT CRIMP

ISORAN®
DAYCO
ISORAN®
DAYCO
ISORAN®
DAYCO
ISORAN®
DAYCO



www.dayco.com

DAYCO

MARK IV
Automotive

motortec automechanika IBÉRICA

Feria Internacional de Componentes, Equipos y
Servicios para la Automoción

motortec-automechanika-iberica.com



30 Marzo - 2 Abril 2011
Madrid

Arranca tu motor de negocios

El acontecimiento del sector de la posventa

Un nuevo concepto ferial "a medida"


Una herramienta comercial eficaz y dinámica

Con la fortaleza sectorial del mercado español,
portugués e iberoamericano

Un equipo humano para asesorarle y lograr
que su participación sea todo un éxito

Con un objetivo; rentabilizar al máximo su
presencia en la feria

Con Licencia de:

 messe frankfurt


IFEMA
Feria de
Madrid



marcas, que pueden representar una parte importante de los costes de reparación.

Los **fabricantes de automóviles ya no podrán supeditar la aplicación de la garantía a que el cambio de aceite o cualquier otro servicio se hayan efectuado únicamente en los talleres autorizados.** Naturalmente, los fabricantes podrán exigir que las reparaciones cubiertas por la garantía –que pagan ellos– se lleven a cabo en su red autorizada.

Todo eso es importante para los consumidores, pues se calcula que las facturas de las reparaciones representan un 40 % de los gastos totales que implica la posesión de un vehículo, gastos que han aumentado en los últimos años. Por lo que se refiere a la **distribución de los automóviles**, la evaluación de la Comisión ha puesto de manifiesto que los mercados de la venta de automóviles son altamente competitivos. Los márgenes de los fabricantes y los concesionarios son pequeños y, durante varios años, la excesiva capacidad de producción y el progreso tecnológico han aportado ventajas a los consumidores como una bajada de los precios reales de los vehículos y un aumento de la gama donde elegir. La crisis financiera ha incrementado esa presión a la baja sobre los precios.

La Comisión propone **simplificar las normas**, demasiado complicadas y restrictivas que, entienden, han tenido como efecto indirecto el aumento de los costes de distribución, que representan, por término medio, un 30% del precio de un vehículo nuevo, para tratar la distribución de vehículos como cualquier otro mercado. El actual modelo de distribución seguirá estando exento en la mayoría de los casos, pero algunas disposiciones sectoriales que han demostrado ser ineficaces o contraproducentes no se mantendrán.

El nuevo régimen dará a los fabricantes una mayor flexibilidad para organizar distintas redes en las que coexistan concesionarios mul-



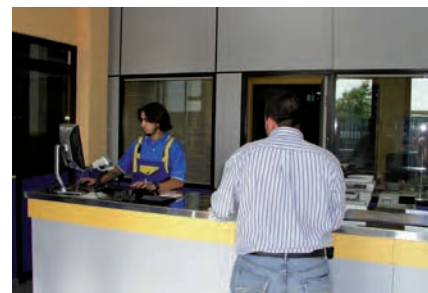
timar y concesionarios que se comprometan a promover en exclusiva las marcas de un solo fabricante.

Vigencia

Las nuevas normas entran en vigor el **1 de junio de 2010 para los mercados de la reparación y el mantenimiento** y el **1 de junio de 2013 para los mercados de la venta de vehículos**, y **expirarán el 31 de mayo de 2023**. La Comisión supervisará la evolución del sector y, tal como ha hecho hasta ahora, adoptará medidas correctivas adecuadas si detecta alguna conducta problemática o algún cambio en las condiciones de competencia.

Antecedentes

Los Reglamentos de exención por categorías exigen a determinadas categorías de acuerdos que se ajustan a sus disposiciones de la prohibición comunitaria relativa a las prácticas restrictivas (artículo 101, apartado 1, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea). Las antiguas normas aplicables al sector del automóvil (Reglamento (CE) n° 1400/2002) fueron aprobadas en 2002 y expiran el 31 de mayo. Antes de aprobar las nuevas normas, la Comisión llevó a cabo un amplio y largo proceso de consulta.



En los últimos años, la Comisión ha incoado cuatro procedimientos contra DaimlerChrysler, Fiat, Toyota y GM para garantizar que conceden a los talleres independientes un acceso adecuado a la información necesaria para la reparación de los vehículos. No obstante, el acceso a las piezas de recambio y la negativa a aplicar la garantía si los consumidores han hecho realizar esos trabajos fuera de las redes de reparación autorizadas pueden plantear otros problemas. Las Directrices y el Reglamento de exención por categorías adoptados ahora aclaran con detalle a las partes interesadas el modo en que la Comisión tiene intención de aplicar las normas en este ámbito. ●

http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor_vehicles/legislation/legislation.html



¿Qué se ha dicho del 461/2010?



“Creo firmemente que el nuevo marco reportará ventajas perceptibles para los consumidores, al reducir los gastos de reparación y mantenimiento, que representan una parte excesiva del coste total de un vehículo a lo largo de su vida. También reducirá los costes de distribución gracias a la eliminación de las normas demasiado restrictivas”, ha afirmado el Vicepresidente de la Comisión y Comisario de Competencia, **Joaquín Almunia** respecto al nuevo escenario legislativo, en su nota de prensa.



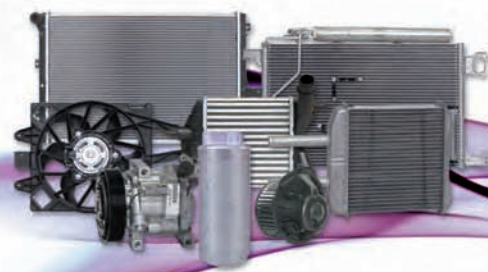
Al respecto de estos primeros textos, **Miguel Ángel Cuerno**, presidente de **ANCERA**, ha afirmado que: “Este Reglamento es una gran victoria. Afortunadamente ha salido tal como esperábamos, porque ha habido muchísimas presiones, o sea que no podemos más que calificarlo de positivo.”

“Acaba de publicarse, así que tras una rápida lectura, lo primero que debemos destacar es la nota de prensa de Joaquín Almunia, que es demoledora para los constructores, ya que pone negro sobre blanco, como nunca antes se había hecho, que los constructores cometen prácticas abusivas”, añade Cuerno.

El presidente de la patronal de la distribución y de ECAR España, el lobby que defiende los intereses de la posventa multimarca independiente, continúa: “Este texto va a servir para estabilizar y homogeneizar costumbres, y en el Congreso lo interpretaremos y le pondremos nombres ‘modernos’ a los conceptos que recoge; también iremos estudiándolo en profundidad, para activar ‘Planes B’ si percibimos algún aspecto que no sea favorable a nuestros intereses”.



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



FRIGAIR

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

Now available even for Trucks!



Por su parte, **CETRAA** ha manifestado que "valorará la reglamentación en profundidad tras el análisis que de él se hará en las reuniones de trabajo programadas para ello, pero las primeras impresiones son positivas, aunque por otra parte, parece que no lo es tanto la regulación de los distribuidores, por una cierta falta de equilibrio en sus relaciones con los constructores: parece eliminarse el multimarquisimo y se aumenta la dependencia del taller oficial a aquél. La primera impresión es que se recogen bastante aproximadamente los puntos mas importantes que CETRAA ha reiterado a la Comisión: la libertad de operaciones de mantenimiento y reparación, con especial atención a las normas técnicas de los constructores de vehículos y aplicando un recambio de calidad contrastado. Es interesante también la idea de que los talleres deben poder tratar de integrarse en las redes oficiales, si desean, porque se



insiste en que no es correcta la limitación del numero de talleres de red en ningún territorio. También es importante que se confirma el principio del acceso a la información técnica, lo que exige al taller un esfuerzo en su estructura informática para acceder a ella."



Para **FACONAUTO**, la CE ha hecho caso omiso a la resolución del pleno del Parlamento Europeo del pasado 6 de mayo en la que se instaba a la Comisión a adoptar un marco regulador que garantizara la independencia de las pymes de las redes de distribución en relación a los fabricantes y evitara abusos de posición. "La nueva norma de la CE es un duro golpe para las redes de concesionarios. Perdemos toda la protección que teníamos frente a las marcas y nos deja en una situación que es equiparable a la de hace una década. Los empresarios no podemos estar expuestos a cambios tan radicales; necesitamos un mínimo de estabilidad en el marco jurídico y operativo", decía Antonio Romero-Haupold, su presidente. Según la patronal, el nuevo reglamento prescinde

de las disposiciones que evitaban la indefensión de los concesionarios, como las cláusulas relativas a los distribuidores multimarca, el preaviso de resolución de contrato, la duración de éste, los litigios o el traspaso de empresas dentro de las redes de concesionarios. La norma tampoco simplifica las condiciones para el traspaso de empresas. En este sentido, la patronal de los concesionarios considera que la Comisión debería hacer un seguimiento de las condiciones de la competencia en la distribución de automóviles durante el periodo transitorio de tres años recogidos por el nuevo reglamento, para evitar que se produzcan situaciones abusivas. Respecto a la posventa, FACONAUTO considera que, efectivamente, se aumentará la competencia, pero que seguirá siendo el cliente el que tenga la última palabra; éste tendrá que elegir entre "un servicio de calidad, tecnológicamente al día, profesional, capaz de garantizar la seguridad, la calidad, la adecuación medioambiental y la solvencia, o un modelo "low cost" y que perjudica además claramente el valor residual de los vehículos".



CONEPA también ve positivo el texto: "Entendemos que recoge todos los elementos liberalizadores del R1400/2002 sobre los que tanto llevamos hablando desde su aprobación; por lo tanto, podremos seguir construyendo sobre ellos a favor de la libre competencia en el sector. Nos parece muy interesante que Competencia se haya hecho eco de esos argumentos y que el propio Almunia haya hablado con fluidez sobre el mercado de la posventa. Aunque, al final, el reglamento recoge también temas relacionados con la venta, desde

luego el mayor protagonismo lo tiene el mantenimiento y la reparación. Interesante también su plazo de validez, puesto que eso da estabilidad al sector, evitando lo que ha pasado con el 1400/2002, que nos pasamos los tres primeros años hablando lo mismo sobre qué pasaría después. Interesante la respuesta a la pregunta frecuente de cómo se garantizará el acceso de los talleres independientes a la información técnica. Bien también el tema de los recambios (aunque no se vuelve a hablar de las categorías de las piezas, como se hacía en la Guía Explicativa anterior, por lo menos de momento), que tienen un protagonismo especial en este reglamento y la referencia al doble marcaje (estupenda para los fabricantes de componentes). Buenas noticias, pues, para el sector."



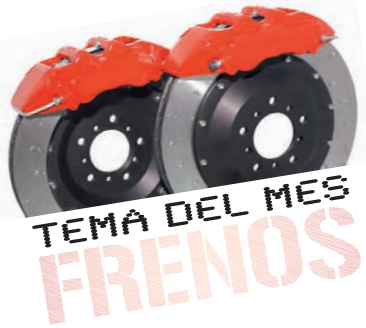
El presidente de la **GANVAM**, Juan Antonio Sánchez Torres, lamenta "que el nuevo Reglamento para el sector automoción aprobado por la Comisión Europea no incluya información específica sobre el impacto que este nuevo marco legal puede tener sobre los consumidores y las pymes. Aplaudimos la decisión de la Comisión Europea de prolongar por tres años más las reglas actuales de distribución para la venta de vehículos pero nos preocupan las consecuencias que para el sector tendrá dentro de tres años el hecho de entrar en el ámbito de aplicación del Reglamento General. Asimismo,

lamentamos que la Comisión Europea no haya prorrogado por tres años más el Reglamento de Distribución 1400/2002 también para el área de posventa, tal y como venía solicitando Ganvam, por entender que en momentos de incertidumbre económica como los actuales no es conveniente un cambio radical en las reglas del juego. No obstante, la nueva normativa no invalida en ningún caso los contratos actualmente en vigor entre fabricantes y distribuidores. No debería haberse establecido un marco regulatorio diferente para los sectores de venta y posventa, ya que ambos están indefectiblemente unidos en la actividad de las empresas de automoción".



con la participación de:





COMPONENTES DE FRENADO PARA EL MERCADO DE REPOSICIÓN

Escoja proveedor

La oferta posventa de frenado es muy extensa. El número de fabricantes, importadores y distribuidores también es muy amplio. Por tal motivo, resulta apropiado describir qué proponen algunos de los proveedores de referencia de este mercado. Pasen y vean...



Disco de freno con cubo de aluminio Formula Z de la marca Zimmermann, importada en España por Arcabat.

ADL ESPAÑA: Madrid. Firma importadora y distribuidora de la marca especializada en vehículo asiático y estadounidense **Blue Print**. El pasado mes de enero editó catálogo de frenado que reúne 2.100 referencias entre discos, pastillas, zapatas, sensores de ABS, válvulas compensadoras de freno, indicadores de desgaste de pastillas, servofrenos, cables de freno, pinzas, latiguillos de freno, bombines de freno y tambores. El número de aplicaciones asciende a 21.800 por lo que esta oferta es un referente para los parques asiático y estadounidense a los que cubre la mayoría de sus necesidades de frenado. La oferta de Blue Print también abarca modelos europeos, prueba de ello es su último lanzamiento, unos discos de freno para los BMW X6 y Jaguar XF. Construidos con una aleación con un alto contenido en carbono, sobresalen por su elevada resistencia al desgaste y a la deformación y por su bajo nivel de ruido y vibraciones.

ARCABAT: Badalona (Barcelona). Importador para España de las marcas de frenado **Zimmermann** y **Raybestos**. Con la primera, opera en el mercado posventa con el Catálogo 2011 editado el pasado mes de septiembre que incluye catálogos específicos de discos y tambores para turismos, pastillas y zapatas para turismos y de discos y de pastillas para vehículo industrial. En cuanto a Raybestos, su catálogo 2010 recopila discos, tambores, fricción e hidráulica para vehículo americano, la especialidad de esta marca. Ambos catálogos se actualizan constantemente, el primero también vía TecDoc. En total, la oferta suma 1.107 referencias en discos y tambores y 1.547 en pastillas y zapatas. Los discos de freno Zimmermann se erigen como el producto estrella de toda la oferta. Fabricados en Alemania con las mismas características que los componentes de primer equipo, disfrutan de un avanzado tratamiento anticorrosión. También destacan por sus altas prestaciones, los discos flotantes con cubo de aluminio *Formula Z* o las pastillas deportivas *Formula Z*, fabricadas con componentes cerámicos.

BSF AUTOMOCIÓN: Galdácano (Vizcaya). Fabricante y distribuidor de la marca **BSF**, sus 4.000 referencias propuestas se reparten entre los catálogos de freno de



La gama de frenado BSF incluye componentes como el conjunto de tambor de la imagen.

tambor y de frenos hidráulicos 2010/11, de frenos de disco 2006/07 y de latiguillos de freno 2007/08. A través de ellos, pone a disposición de la posventa pastillas y discos de freno, hidráulica (cilindros de freno y embrague, válvulas reguladoras, bombas de freno y de embrague), mordazas, los kits *Super-Pad*, compuesto por discos y pastillas, y los *Top-Kit*, producto estrella de la gama que, en un solo embalaje, incluye un juego de mordazas premontadas y prerregladas y un juego de cilindros y muelles. El programa de frenado BSF cubre las demandas del 98% del parque circulante español y europeo.

CONTINENTAL AUTOMOTIVE SPAIN: Alcobendas (Madrid). La gigante de origen alemán fabrica la marca de frenado **Ate** cuya oferta para el mercado independiente se recopila en los catálogos K-17 F (fricción) y K-17 H (hidráulica). Las más de 8.000 referencias disponibles se



Discos de freno Ate. La oferta en fricción de la marca alemana supera el 95% de cobertura del parque.

estructuran en 18 familias de producto: fricción (discos, pastillas, zapatas y tambores), hidráulica, kits de freno trasero (suelto y premontados), cables, latiguillos, cilindros, componentes de ABS, sensores de velocidad de rueda, componentes electrónicos, indicadores de desgaste, servofrenos, accesorios y kits para montaje y reparación de los nuevos elementos y herramientas específicas para la diagnosis y reparación. Con semejante oferta, la cobertura del parque es prácticamente total; por ejemplo, en fricción supera el 95% del parque móvil español. Mención especial merecen discos *Power Disc* y las pastillas *Power Pad*. Los primeros tienen una

Imagina...
sentir toda la seguridad
en condiciones de máxima exigencia

www.roadhouse.es



RH
roadhouse

Porque sólo la confianza que te da **Road House** te permite llegar más lejos, en las condiciones más duras, con la seguridad que ofrecen nuestros **productos**, más fiables y con mejor rendimiento.

La seguridad contrastada.

Road House es líder de ventas de componentes de freno en España, donde cada año, se instalan nuestras pastillas en un millón de vehículos. Esto es posible, **gracias a la confianza de miles de profesionales como usted**, en nuestros productos. Porque nuestra seguridad es la suya y la de todos, no se arriesgue.

Elija frenos Road House.

Porque podemos detener todo, pero...

La imaginación...
es lo único que no podemos frenar



ranura sin fin que evacua los gases, el agua y el polvo mientras que las pastillas destacan por su bajo nivel de ruidos. Recientemente, ha incorporado a su gama cuarenta referencias en muelles de sujeción de la carcasa de las pinzas tipo puño que completan la gama de pinzas de freno.

BREMBO ESPAÑA: La Muela (Zaragoza). A principios de año acaparó la actualidad de este mercado junto con **TMD Friction** al anunciar ambas firmas el acuerdo por el cual Brembo España (**Corporación Upwards 98**) asumía la distribución en España de las marcas Textar, Mintex y Don, las tres fabricadas por la alemana TMD Friction. Este acuerdo no es solo comercial, es estratégico ya que permi-



Kit de freno trasero Textar. Desde principios de año Brembo España (Corporación Upwards 98) distribuye en España las marcas Textar, Mintex y Don fabricadas por TMD Friction.

te a Brembo disponer de pastillas fabricadas por TMD Friction en el mercado posventa pero también en primer equipo. Fruto de este acuerdo, Corporación Upwards 98 opera en el mercado de reposición de frenado con las marcas **Brembo, Urpa, Villar, Textar, Mintex y Don**. Tal elenco de marcas se traduce en una extensa oferta que alcanza el 98% de cobertura y que está compuesta por 1.398 referencias en hidráulica, 498 en latiguillos, 330 en zapatas, 954 en pastillas, 337 en kits Standard y 185 en kits premontados, 987 en discos, 251 en kits de discos y pastillas y 110 en indicadores de desgaste. La oferta destinada a vehículo industrial también es amplia, muchas de las comentadas también son de aplicación en vehículos comerciales ligeros a las que se deben añadir las 170 referencias en forros de freno de tambor, 90 pastillas de freno y 40 en indicadores de desgaste, todas ellas exclusivas



Gama de frenado Road House. Dentro de ella destacan los Dual Kit de discos y pastillas. Sus 275 referencias cubren el 95% de las demandas del parque europeo de turismos.

para vehículo industrial. Por marcas, Brembo dispone de discos, pastillas, kits de reparación de zapatas y cilindros, kits (*Kit Disc*) y un catálogo de componentes deportivos; Villar, hidráulica y fricción (zapatas), discos, pastillas y kits de reparación de zapatas y cilindros; Urpa, discos; Textar, pastillas, discos, zapatas, tambores, indicadores, forros de tambor, kits de freno de tambor y accesorios; Mintex, pastillas, discos, zapatas, tambores, kits de freno de tambor, indicadores y accesorios y Don, pastillas, forros de tambor, discos, indicadores y accesorios exclusivos para vehículo industrial.

EUROFREN SYSTEMS: Mutilva Baja (Navarra). Firma fabricante y distribidora de las marcas **Road House, Remsa y Woking**. La oferta propuesta supera las 3.300 referencias para turismo y las 500 para vehículo industrial por lo que satisface las demandas del 99% y del 95% de estos parques respectivamente. Road House es una referencia en turismos y Remsa en vehículo industrial. La oferta abarca pastillas, discos, tambores, zapatas y los kits **Dual Kit** y **SuperPrecision Kit**. Los procesos de fabricación garantizan una alta calidad de toda la gama. Por ejemplo, las pastillas se benefician de la tecnología HPT, **High Pressure Treatment**, (1 tonelada de presión a 700°C) que asegura

que la superficie del material de fricción está totalmente "curada" tras pasar varias horas en los hornos. Este tratamiento permite adaptar mejor la superficie de la pastilla a la del disco, evita la cristalización de la superficie durante la vida útil de la pastilla y reduce la emisión de gases y polvo de fricción. Destacan por su gran aceptación en el mercado posventa los kits **Dual Kit** y los **SuperPrecision Kit** de Road House. El primero es un kit de discos más pastillas y las 275 referencias disponibles cubren las necesidades del 95% del parque móvil europeo. La firma fabricante asegura que este producto es más económico al favorecer la rotación del cambio de pastillas y discos. En cuanto al **SuperPrecision Kit**, es un kit de freno para el eje trasero y Eurofren Systems garantiza que con él se rentabiliza el tiempo empleado en el montaje en un 48%. El 100% de las referencias de este producto están homologadas según el reglamento 90. A mediados de 2009 amplió su oferta en discos de freno Road House, línea de producto que supera ya las 1.200 referencias, y hace un par de meses se actualizó la gama de tambores de freno.

FEDERAL MOGUL IBÉRICA: Barcelona. Las dos marcas que fabrica esta multinacional de origen estadounidense, **Ferodo** y **Necto**, son de las más importantes del mercado de

Recientemente, Galfer Auto ha renovado el material de fricción y ha optimizado el diseño de los discos.



Una mala fijación puede resultar fatal

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



Ventajas del sistema "NRS":

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

ICER
ICER BRAKES S.A.

49 años
Fabricando fricción



TEMA DEL MES FRENOS

fricción, tanto para turismo como para vehículo industrial, porque este último del que satisface el 80% de las aplicaciones. Las pastillas *Termo Quiet* para turismo o las *One Source* para vehículo industrial son algunas de sus familias de producto más destacadas.

GALFER AUTO: Granollers (Barcelona). Fabricante de materiales de fricción, bajo marca **Galfer** propone una gama de frenado para turismo de carácter deportivo. Los catálogos *Standard 2009-2010* y *Sport 2009-2010*, también disponible on-line, reúnen una amplia variedad de componentes: pastillas, discos, kits de freno, latiguillos metálicos, kits de sobremedida de frenado, líquido de frenos, pinzas y mordazas pre-montadas traseras. Tres grandes líneas conforman su oferta, la gama *Standard*, compuesta por 2.200 referencias; la *Sport* (1.800 referencias) y la *Racing y Competición* (700 referencias). Con ellas, alcanza el 98% de cobertura del parque europeo. Como novedad, a principios de 2010 lanzó una nueva pinza de seis pistones "monoblock". Fabricada en un solo cuerpo y sin tornillos, proporciona unas altas prestaciones, sobre todo, en adaptabilidad de frenado y se presenta en dos tipos de acabado, rojo Ferrari y negro satinado. También ha ampliado recientemente la gama *Top (Evo R series y Evolution)*, ha renovado el material de fricción y ha modificado el diseño de los discos, ahora con muescas en forma de media luna que mejoran la refrigeración.

GROVISA: L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona). Delegaciones en Coslada (Madrid), Bilbao, Málaga y Murcia. El portafolios de productos de esta empresa distribuidora incluye componentes de frenado como pastillas

y discos, zapatas, kits de freno, hidráulica y Quick Kits. Las marcas con las que opera en el mercado posventa son **Pagid**, marca fabricada por TMD Friction, con la que propone pastillas, discos e indicadores de desgaste, y **Samko**, cuya gama abarca zapatas, kits de freno compuestos por juego de mordazas, cilindros de rueda y juego de muelles, hidráulica (bombas de freno, cilindros de rueda, corrector de frenado, bomba de embrague, cilindros de embrague y latiguillos) y el *Quick Kit*, un kit pre-montado que incluye zapatas de freno, cilindros de rueda, ajustadores, muelles y grasa. La gama de frenado, por tanto, es amplia, prueba de ello es que, tanto la oferta de Pagid como la de Samko, supera el 90% de cobertura del parque circulante europeo. Mención especial merecen las pastillas de freno Pagid y los *Quick Kit* Samko. Las primeras suman más de 800 referencias fabricadas en más de sesenta materiales distintos de fricción para ofrecer una versátil gama de diferentes calidades y precios. En cuanto a los *Quick Kit*, resultan particularmente interesantes para el profesional del taller ya que dispone, en un solo embalaje, de los componentes necesarios para la reparación del freno de tambor con el consiguiente ahorro de tiempo ya que la unidad pre-montada se monta directamente al eje. Así mismo, la operación es más segura y fiable.

GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN: Esplugues de Llobregat (Barcelona). Bajo marca propia **Serca** ofrece una gama de frenado organizada en tres catálogos, el de productos de freno de tambor (hidráulica y fricción), el de discos y el de pastillas y kit delantero. A través de ellos, pone a disposición de sus clientes discos (987 referencias), pastillas (954 referencias), zapatas (300 referencias), kits de disco y de pastillas (251 referencias) y componentes de hidráulica (1.398 referencias) como bombas de freno y embrague, cilindros de freno y embrague, válvulas reguladoras y latiguillos de freno y embrague y kits de reparación de zapatas y cilindros (337 kits *Standard* y 185 kits pre-montados). En total, la oferta, para turismo y vehículo industrial ligero, supera el 98% de cobertura del parque español. La gama Serca

se desarrolla en estrecha colaboración con fabricantes de primer nivel en aras de garantizar la máxima calidad y fiabilidad.

HONEYWELL AFTERMARKET EUROPE: Barcelona. Las marcas de referencia **Bendix** y **Jurid** son fabricadas por esta gigante compañía. Su gama de frenado cubre las demandas de más del 95% del parque europeo de turismos y vehículo industrial gracias a las más de 5.500 referencias disponibles en discos, pastillas, freno de tambor, hidráulica, etc. Merecen especial mención los discos de freno ABE especialmente diseñados y desarrollados para el mercado de reposición o las pastillas de freno "híbridas", que dan prioridad a las prestaciones o al confort según el mercado al que se dirigen.



Pastillas híbridas fabricadas por Honeywell. Varían su composición para dar prioridad al confort o a la capacidad de frenado.

ICER BRAKES: Pamplona (Navarra). Delegación en Tudela (Navarra), Sigma Brakes. Fabricante de pastillas, forros, zapatas, guarniciones de freno e indicadores de desgaste, opera en el mercado posventa con la marca **Icer**. Para turismo, su novedoso catálogo de marzo 2010 reúne 1.600 referencias en pastillas de freno e indicadores de desgaste con las que cubre las necesidades de más del 99% del parque circulante. Las pastillas de



Grovisa es el distribuidor para España de Pagid, marca fabricada por TMD Friction. En la imagen, un pack de disco de freno.

Kits de freno Serca. Solo en kits de marca propia Grupo Serca Automoción dispone de casi 800 referencias.





Pastillas de freno Icer con tecnología multicapa. Ofrecen un rendimiento y prestaciones equivalentes a la de primer equipo.

freno con tecnología multicapa son las “*alma mater*” de la gama por sus prestaciones. Sus distintas láminas le permiten ofrecer una calidad de primer equipo, una alta capacidad de frenado, resistencia al calentamiento y a la corrosión y un elevado confort de marcha. Mención especial merece el sistema NRS de retención mecánico de esta pastillas, que a través de unos “pinchos” proporciona una fijación perfecta entre el soporte metálico y el material de fricción. Como novedad, además del propio catálogo, ha lanzado un póster mural que recopila las 99 referencias más vendidas en el mercado nacional. Éstas aparecen por familias: vehículos alemán, francés, asiático, italiano y Ford. En cuanto a la oferta Icer para vehículo industrial, propone 250 referencias en pastillas y 600 en forros. La cobertura alcanzada para este parque es prácticamente total, ofrece también pastillas con tecnología NRS así como un póster mural con toda la gama disponible.

INDUSTRIAS ZELU: Arre (Navarra). Merece comentario aparte esta empresa española que se dedica a la fabricación de un componente de frenado para vehículo industrial, los ralentizadores electromecánicos. Bajo marca **Klam**, pone a disposición de la posventa del vehículo industrial 356 referencias recopiladas en un catálogo editado en 2006.

IRUÑA RECAMBIOS DE FRENOS: Barbatian-Galar (Navarra). Empresa fabricante de los componentes de frenado **Stop Ibérica**. La gama Stop contempla hidráulica,

latiguillos, zapatas, kits, servofrenos, depresores y depósitos. En la actualidad opera en el mercado de recambio con el catálogo 2007 pero para el próximo mes de junio está previsto el lanzamiento de una nueva edición. La oferta supera las 3.000 referencias y las últimas incorporaciones son nuevas bombas de tubo así como la ampliación de la línea de servofrenos.

ITAL RECAMBIOS: Madrid. Centros de distribución en Barcelona, Málaga, Murcia, Sevilla y Valencia. Respecto al año pasado, el

programa de frenado de esta importadora y distribuidora ha variado. Así, ha incorporado a su cartera de productos la marca de frenado italiana **DRI** de pinzas de freno y ha ampliado la gama **Metelli** con la incorporación de una línea de pastillas y nuevos productos compensando así la baja de Raicam, marca con la que han dejado de trabajar. La oferta de frenado se completa con las gamas de las marcas **Nipparts** y **Budweg** que no han variado sus propuestas.

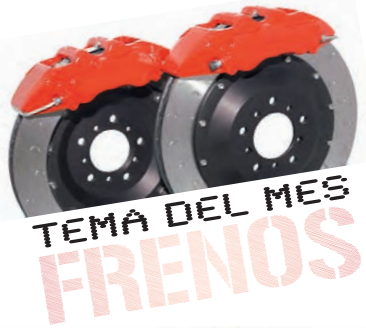
MAGNETI MARELLI AFTERMARKET: Llinars del Vallès (Barcelona). Su propuesta a este mercado son los discos, pastillas y kits de freno **Magneti Marelli**. La familia de discos suma más de 500 referencias destinadas a satisfacer las necesidades del parque europeo y la calidad está certificada por la marca Bradi. Aún más amplia es la gama de pastillas, que supera las 900 referencias, y de las que el fabricante italiano destaca el elevado confort que proporcionan. En cuanto a los kits, son kits de freno premontado que proporcionan una operación sobre el freno de tambor más rápida y fiable al incluir en un solo pack todos los componentes necesarios para la sustitución y montaje.



Ital Recambios ha ampliado la oferta que proporciona a través de Metelli, una de sus marcas distribuidas.

Componentes de frenado Stop Ibérica, marca del fabricante navarro Iruña Recambios de Frenos.





MEYCAR AUTOMOTIVE: Colmenar Viejo (Madrid). Firma distribuidora para España de los productos de la marca **Meyle** fabricados por la alemana Wulf Gaertner Autoparts. En materia de frenado dispone de 2.450 referencias entre discos, juegos de pastillas, tambores, mangueras y zapatas, cilindros y senso-

res. Su catálogo impreso es de 2008/2009 aunque la versión web se actualiza día a día. La gama Meyle de frenado ronda el 85% de cobertura del parque europeo en discos y pastillas de freno y en avisadores de freno, la cobertura es total, del 100%. El producto estrella es la línea de discos de freno *Platinum Disc* los cuales están recubiertos con una protección anticorrosiva de desarrollo especial que previene contra el óxido permitiendo que estos discos tengan un aspecto flamante durante años. Por otra parte, la lijadura en cruz aplicada garantiza el accionamiento rápido de los frenos y una mayor capacidad de frenado. La gama *Platinum Disc* alcanza el 65% de cobertura del parque de turismos y se suministra lista para el montaje, sin necesidad de un engrase previo.



Disco de freno Platinum Disc de la alemana Meyle. Meycar Automotive es el distribuidor en exclusiva de esta marca en España.

ROBERT BOSCH ESPAÑA: Madrid. No podía faltar en este repaso al mercado posventa de frenos la gama **Bosch**, una de las más completas. Las más de 9.000 referencias disponibles abarcan todos los componentes posibles de frenado: forros de freno de disco y de tambor, discos, pastillas, zapatas de freno de tambor y juegos de piezas, tambores, cilindros de freno y embrague, pinzas portapastillas y juegos de reparación, cambio de pinzas portapastillas,

Opinión

La calidad manda



Jesús Hortal
Director de Marketing de Road House

Ríos de tinta han corrido sobre la amenaza de múltiples productos de freno de todo tipo de procedencia. Como siempre, el hablar de este tema provoca recelo porque se tiene cierto temor a servir de caja de resonancia para artículos que se cuelan en toda Europa sin control, a través de importaciones de las referencias más vendidas, que como única ventaja comercial tienen el reclamo de un precio teóricamente demoledor. Siguen existiendo y existirán. A ello nos tenemos que acostumbrar, pero no

nos debemos engañar. El mercado español es mucho más profesional de lo que imaginamos. **Tanto distribuidores como talleres siguen depositando su confianza mayoritariamente en productos de calidad contrastada** y avalada por el liderazgo conseguido día a día. Tampoco sirve de nada el esgrimir puntos geográficos del planeta para maldecirlos como si nacieran con un pecado original o como si pertenecieran a una denominación de origen maldita. En Asia o en Sudamérica se puede fabricar bien, mal o regular. Múltiples ejemplos y productos tenemos en el mercado de bienes de consumo. Lo que verdaderamente marca la diferencia son los equipos de ingeniería e I+D que avalan y certifican la calidad del producto. Si además se cuenta con una regulación de tipo europeo (ECE R-90) en materiales de fricción, la cuestión se clarifica. Lo mismo se espera para los discos de freno, pero la elaboración de un reglamento sobre la seguridad de los mismos se retrasa más de lo que sería deseable. Mientras tanto, la homologación del KBA, es una garantía añadida que sólo tienen algunos fabricantes y parece que será la base de la futura norma. También conviene recordar

que estos reglamentos marcan unos mínimos de seguridad. La calidad es un concepto mucho más amplio que engloba un denso programa de tests tanto en carretera como en laboratorio, que sólo están al alcance de los fabricantes de nivel contrastado en el mercado, y es el mercado español un claro ejemplo de ello. En un mercado estable o a la baja, en el que la bajada de la tasa de rotación se ha comido todos los incrementos de parque sobrevenidos en los últimos años, se puede decir que la incursión de subproductos en el mismo ha sido más anecdótica que otra cosa. Si ha habido cambios o avances en algunos productos, como es el mercado de discos, en plena ebullición, ha sido por parte de marcas que ofrecían ya una calidad contrastada en otros productos de freno, y en especial en un producto tan sinérgico como el de las pastillas. A veces pecamos de cainitas y tendemos a hablar mal de nosotros mismos, pero resulta muy interesante ver cómo **en la posventa independiente**, y en época de crisis, en la que hay una propensión mayor a escuchar todo tipo de cantos de sirena, **los avances de los productos de escasa calidad son irrelevantes.** ●

La industria del automóvil internacional confía en BERU



Bujías de encendido BERU:

Encendido seguro y fiable en cualquier situación de funcionamiento.



Calentadores BERU:

Para un arranque en frío rápido y seguro en motores diesel.



Bobinas de encendido BERU:

Desarrolladas específicamente para cada vehículo y permitir un encendido óptimo.



BorgWarner

Los productos Beru son distribuidos en España por Grovisa

- ▶ Calidad, servicio e innovación a disposición de nuestros clientes
- ▶ Gama completa de recambios con calidad original

grovisa
www.grovisa.com **S.a.**

Principales marcas



BARCELONA ■ MADRID ■ BILBAO ■ MURCIA ■ MÁLAGA



TEMA DEL MES
FRENOS



el 95% de cobertura del parque circulante de turismos y de vehículo industrial. La gama se estructura en tres catálogos, el de pastillas 2010, el de frenos de tambor 2009 y el de componentes hidráulicos y electrónicos 2009. Como novedad, acaba de lanzar 140 referencias en discos de freno con revestimiento de polvo de zinc o de aluminio. Éstos, destacan por su alta capacidad de frenado y por su resistencia a la corrosión. Los revestimientos están desarrollados con materiales ecológicos y la gran ventaja que aportan es que no requieren ningún tratamiento previo al montaje. Tampoco necesitan limpiarse y el área cubierta por el revestimiento sigue protegiendo contra la corrosión una vez instalados.



Discos y pastillas de freno Valeo. La marca francesa va a lanzar en breve el nuevo catálogo de fricción con 200 nuevas referencias.

La última incorporación al programa posventa de frenado Bosch son 140 referencias en discos de freno con revestimiento como los de la imagen.

reguladores y amplificadores de fuerza de frenado, cables de freno de mano, mangueras, componentes de ABS, líquido de frenos y los kits de freno de tambor Pro y Super Pro, el primero compuesto por las zapatas, los cilindros y el juego de accesorios y el segundo con los mismos componentes pero, además, premontados. Con semejante oferta, alcanza

VALEO SERVICE ESPAÑA: Getafe (Madrid). Fabricante y distribuidor, comercializa en nuestro país la gama de fricción **Valeo**. La oferta de la marca francesa consta de 1.850 referencias para turismo y furgoneta en pastillas, discos, mordazas, kits de discos y pastillas, kits de mordazas y kits de mordazas premontados. La actualización de la gama es constante, en los últimos meses ha crecido notablemente el número de referencias para vehículo asiático y está previsto que este mes de junio edite nuevo catálogo que incluirá más de 200 nuevas referencias. Con estas

novedades la cobertura del parque circulante superará el 95%. También ha desarrollado una gama de discos perforados de altas prestaciones que reducen la distancia de frenado, sobre todo en lluvia. Técnicamente, también destacan las pastillas de freno dotadas con el sistema de fijación NRS (*Nucap Retention System*) que optimiza la fijación entre la pastilla y la placa posterior en aras de una mejor resistencia y reducción del ruido. Toda la gama de fricción Valeo se identifica con el sello *Valorigin*, símbolo de calidad, innovación y respeto medioambiental. ●

El mercado en la red

www.adparts.com
www.adr98.com
www.agreu.com
www.arcabat.com
www.aurilis.fr
www.bccorona.com
www.beycounion.com
www.blueprint-adl.com
www.bpw.es
www.brembo.com
www.bsfs.es
www.cecauto.com
www.cojali.com
www.davasa.es
www.dieseltechnic.com
www.dipart.es
www.direaso.es
www.distribuidoracaballero.com

www.dryasa.com
www.ebcfrenos.com
www.esmafri.es
www.europart.es
www.exclusivasbcn.com
www.febi.com
www.federalmogul.com
www.frenos-ate.es
www.frenoscarpe.es
www.frenzar.com
www.galfer.es
www.gecorusa.com
www.groupautounion.com
www.grovisa.com
www.grunosur.com
www.grupauto.es
www.haldex.com
www.holyauto.com

www.honeywell.com
www.icerbrakes.com
www.impormovil.es
www.italrecambios.es
www.jbs.com.es
www.knorr-bremse.es
www.magnetimarelli-checkstar.es
www.meycar.es
www.qhspain.com
www.radsa.es
www.recambiosraf.com
www.remsa.com
www.roadhouse.es
www.robertbosch.es
www.rsturia.com
www.serca.es
www.stopiberica.es
www.valeoservice.com
www.wabco-auto.com
www.zelusl.com

328

JUNIO 2010

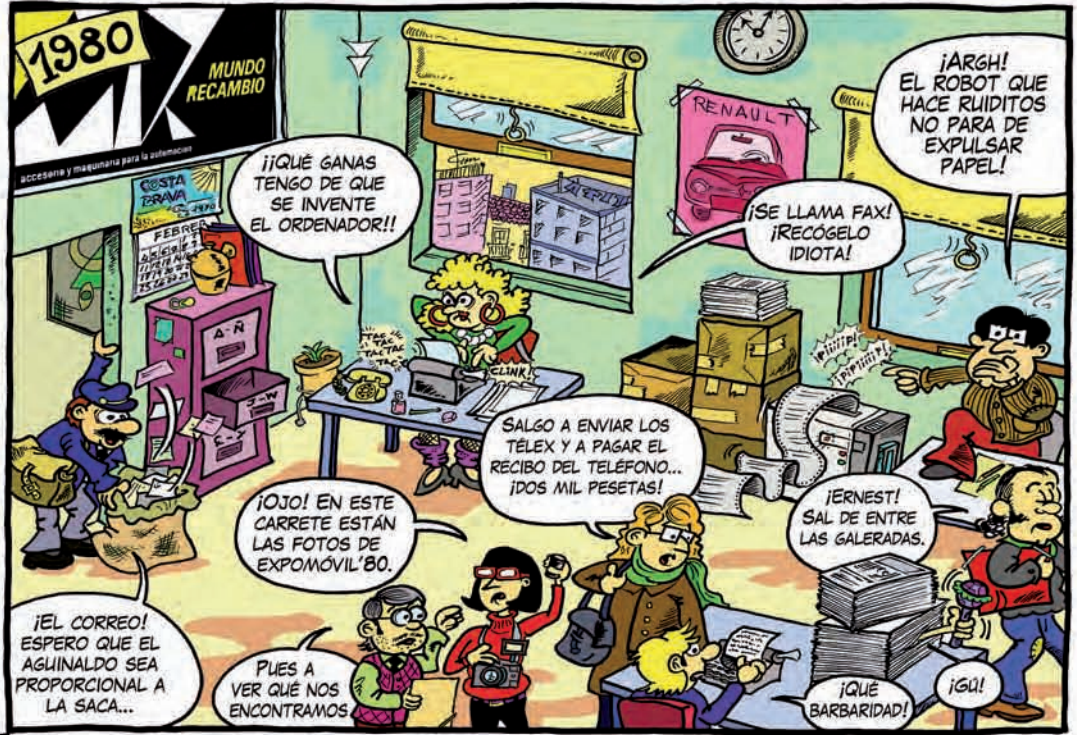
www.mryt.es

mundo recambio y taller

mryt

DESDE 1980 LA REVISTA DE LA POSVENTA DEL AUTOMÓVIL

¡QUE
OF
30
AÑOS
NO
ES
NADA!



Además

Además
LOS DOLZ SON LA BOMBA

Además
LA SAGA DE LOS FAURA

Además
Y DE OCHOA, LOS RECAMBIOS

Además
CEIARSIS
30 AÑOS HACIENDO REVISTAS...
¡CASI UNA HIPOTECA!

TRES GENERACIONES HAN HECHO CRECER A INDUSTRIAS DOLZ

De Castellón al mundo



Jesús Dolz, padre e hijo. Representan la segunda y tercera generación de Industrias Dolz. Detrás, de ello, el prestigioso premio Q1 que Ford entregó al fabricante de bombas castellanense en 1992.

Industrias Dolz es un fabricante de bombas de agua para la posventa de Castellón pero con presencia en los cinco continentes tras su decidida apuesta por la exportación. ¿Por qué en una región dónde las fábricas son de azulejos, a alguien se le ocurrió montar una fábrica de bombas de agua?

Reparación, fundición y fabricación

Nos lo explica **Jesús Dolz Tirado**, Gerente de Industrias Dolz: *"mi padre, en su juventud, allá por los años 30, empezó a reparar bombas de agua que en aquella época eran todas americanas. Más adelante empezó también a reformarlas, estas bombas funcionaban bien y el boca a boca hizo que empezará a aumentar el número de clientes. Ello comportó que empezara a reformar de cinco en cinco los modelos más demandados para no hacer esperar a los clientes. Llegó un punto en que ha producía bombas y el siguiente paso fue iniciar la fabricación. En aquella época era muy difícil fundir por lo que a mi padre se le ocurrió hacerse su propia fundición solo para fabricar bombas. Con fundidor amigo suyo, empezó a fundir*



bombas, a mecanizarlas y a montarlas y así hasta ahora, actividad que ya han desarrollado tres generaciones". También nos explica su entrada en la empresa, que suponía dar paso a la segunda generación: "Tras acabar la carrera de ingeniero en 1964, en el 66 me incorporé a la empresa en el departamento comercial porque era la parte más débil de la empresa. Mi padre siguió en la fábrica y posteriormente se fueron incorporando mis hermanos a la parte técnica y de taller".

Aunque está presente en los mercados de toda Europa y posee unidades de negocio en Argentina y en China, Industrias Dolz es una empresa familiar. Desde 1934 tres generaciones se han dedicado a fabricar bombas de agua para el aftermarket. Y lo hacen muy bien si nos atenemos a su proyección internacional.

Por si hubiera dudas del carácter familiar de Industrias Dolz, su hijo y Director Comercial, **Jesús Dolz Boscar**, nos desvela cuantos miembros de la familia trabajan en la empresa: *"seis primos y tres de los cuatro hermanos pero éstos desde una cierta distancia".*

Un antes y un después: la exportación

Una decisión clave en la historia de Industrias Dolz es su apuesta por la exportación a partir de mediados de los 90. Lo explica su artífice, Jesús Dolz (hijo): *"En el 93 la empresa facturaba menos de seis millones de euros y nos dimos cuenta que teníamos que dar un cambio a la empresa si queríamos sobrevivir en un mercado en el que se nos estaba echando encima la competencia exterior. A partir de mediados de la década nos abrimos, en primer lugar, a mercados "afables" por proximidad, facilidad y competitividad como los del norte de África, Sudamérica y Centroamérica. A medida que España va perdiendo su competitividad, entre 2000 y 2003 entramos en una segunda fase en la que reorientamos nuestra estrategia y nos centramos en los mercados eu-*



TERCER GRADO

A JESÚS DOLZ TIRADO



Nombre familiar: Jesús
¿Amigos en el sector? muchos
¿Y en Facebook? No
¿El coche de sus sueños? Ninguno
Lo primero que hace al salir de la oficina es... ir a ver a algún amigo.

En casa soy un as.... descansando
La vida es... un sueño

Tienes una varita mágica, pide tres deseos: salud, la felicidad de mi familia y el tercer deseo me sobra

¿Tú canción favorita? Cualquier concierto de música clásica.

¿Lo que más te gusta de la posventa? Ver como progresa.

No puedo vivir sin... ver la familia feliz.

Una manía en el trabajo es... la puntualidad.

Me gustaría ser recordado... por ser una persona amiga de todos mis clientes.

En cinco segundos y en una palabra, ¿qué le sugieren estos términos?

Posventa: negocio
Distribución: general
Negociación: inteligente
Descuentos: normal
SERNAUTO: útil
Competencia: fatal
Precios y PVP: desorbitada
Dolz: la mejor

A JESÚS DOLZ BOSCAR



Nombre familiar: Jesús
¿Amigos en el sector? Los necesarios, pero buenos.
¿Y en Facebook? Un montón (no del sector).
¿El coche de sus sueños? El que sea

pero con chófer. No me gustan los coches.

Lo primero que hace al salir de la oficina es... ir a la hípica a montar a caballo.

En casa soy un as.... en nada.

La vida es... corta

Tienes una varita mágica, pide tres deseos: felicidad, salud y

ver el futuro de mis hijos

¿Tú canción favorita? Cualquiera de Bruce Springsteen

¿Lo que más te gusta de la posventa? Su dinamismo.

No puedo vivir sin... mis hijos, mi mujer y montar a caballo.

Una manía en el trabajo es... que me molesta la falta de seriedad.

Me gustaría ser recordado... como alguien que ha intentado hacer las cosas bien y por dejar la empresa mejor que como la encontró.

En cinco segundos y en una palabra, ¿qué le sugieren estos términos?

Posventa: dinamismo
Distribución: cambio
Negociación: duro
Descuentos: mal necesario
SERNAUTO: organismo burocrático
Competencia: apasionante
Precios y PVP: cansino
Herederio: carga



ropeos, en abastecer a los grandes distribuidores que venden a través de los grupos internacionales. El resultado es que actualmente más del 85% de nuestras ventas tienen como destino Europa (toda ella, incluida la del este y las repúblicas exsoviéticas) y nuestro principal mercado ya no es España sino Francia. Además, creamos Dolz Argentina, una unidad de negocio independiente de Dolz España que funciona muy bien y Dolz China, con la que aspiramos a estar presente en el mercado del Asia emergente".

Su padre nos concreta los objetivos de Industrias Dolz a corto y medio plazo: "El objetivo es continuar posicionando nuestra empresa a nivel internacional, buscar aquellas áreas estratégicas que son más importantes. Estamos luchando por mantenernos como una empresa líder en el aftermarket. Fabricamos millones de bombas de agua y ofrecemos más de mil referencias. A partir de este nivel de fabricación y altos estándares de calidad, nuestro concepto de negocio y la estructura de la empresa están enfocados a ofrecer servicio. Somos, en definitiva, una empresa de aftermarket".

Problemas, cambios, satisfacciones

El paso de los años va mostrando como han ido cambiando los problemas y las necesidades de la empresa. Jesús Dolz Tirado recuerda que en los años de su padre en las décadas de los años 30 y 40 la fabricación era el problema más importante: "la dificultad más grande era la fundición del hierro. Mi padre tuvo que aprender y hacerse fundidor, que no lo era". Su hijo, en cambio, tiene unas ideas diferentes sobre los retos más importantes: "Ahora, la mayor dificultad, y a la vez, el

mayor logro es hacer que nuestra marca siga siendo reconocida y valorada en los mercados europeos".

Sobre los problemas a nivel sectorial, de la posventa, curiosamente ambos coinciden en que, desde los años 60 el problema endémico es la lucha de precios y la caída de los márgenes.

Aunque surgen problemas, mayores son las satisfacciones. Para Jesús Bosch Tirado, la más grande: "ver la incorporación de mi hijo a la empresa y realizar su idea de dar el salto a la exportación que nos ha permitido multiplicar la producción. Hemos pasado de fabricar unas 2.000 bombas

al mes, a más de 10.000 al día y a exportar el 90% de la producción". Su hijo añade: "cuando Ford nos otorgó el premio Q1 en 1992. Fue muy importante por la relevancia del reconocimiento y porque estábamos a las puertas de iniciar la internacionalización. El premio nos sirvió de excelente carta de presentación". ●

www.idolz.com



LOS EUSEBIO OCHOA, DE RECAMBIOS OCHOA, NOS EXPLICAN EL SECRETO DE SU CONTINUIDAD

Paso al frente de los hijos



Padre e hijo posan antes las oficinas y almacén central de Recambios Ochoa en Vilaboa (Pontevedra). Esta firma distribuidora es miembro de Grupo Serca Automoción.

Recambios Ochoa cumplió en 2008 treinta años y las tres décadas han estado marcadas por un continuo crecimiento. La empresa es familiar y la segunda generación, compuesta por dos chicas y un chico, ya comparten las riendas del negocio con su fundador y padre de las criaturas, **Eusebio Ochoa**.

Trayectoria

Eusebio Ochoa padre nos explicó los orígenes y los hitos de Recambios Ochoa a lo largo de sus treinta años de andadura: "yo trabajaba de mecánico de automóviles en un taller y, tras volver de la "mili" monté mi propio taller en 1974 con un socio. Por aquella época yo tenía un problema con los recambios y es que tenía que ir a buscarlos personalmente a Vigo. Ante esta situación empecé a comprar recambios para tener un stock en el taller. Empecé dedicándole 20 metros cuadrados del taller pero al aumentar el stock, otros talleres de la zona empezaron a venir a buscar recambios a mi taller. Ante la creciente demanda de recambios, en 1978 abrí la tienda de recambios. Durante 4

o 5 años compaginé el taller y la tienda de recambios hasta que al final dejé el taller, que se lo traspasé al encargado del mismo. Empezamos a crecer como tienda y aumentó nuestro volumen de trabajo lo que nos llevó en 1987 a adquirir un nuevo local y constituirmos en sociedad limitada bajo el nombre de Recambios Ochoa (hasta ahora eramos Repuestos Ochoa). En 1988, en pleno auge de la creación de grupos de compras, empezamos a buscar uno y nos sumamos a Grupo Serca Automoción. A partir de aquí iniciamos un proceso de crecimiento que nos llevó a abrir nuevas tiendas. En 1997 cambiamos la central, ubicada en la misma localidad de origen, Redondela, y en 2007 inauguramos la nueva central logística en Vilaboa (Pontevedra)".

En la actualidad, Recambios Ochoa posee nueve puntos de venta, ocho en la provincia de Pontevedra, en Vilaboa (oficinas y almacén central), en Lalín (Recambios Deza), Bueu, Vigo, Redondela (2), Pontevedra (Recambios Pontevedra) y La Guardia (Recambios La Guardia) y otro en Orense, en la localidad de Ribadavia (Recambios Ribadavia).

Esto es lo que hicieron los tres vástagos de Eusebio Ochoa, Gerente de Recambios Ochoa, firma distribuidora pontevedresa y miembro de Grupo Serca Automoción. En 2003 el padre se planteó ampliar las dimensiones de la empresa y para ello necesitaba que sus tres hijos se comprometieran en el proyecto. Así lo hicieron y aquí están, con nueve puntos de venta y con el objetivo de convertirse en una referencia de la distribución de recambios en Galicia.



No se lleven a engaño, la armonía reina entre las dos generaciones.

Allá por 2003 es cuando Eusebio Ochoa y sus hijos, **Ángeles, Eva y Eusebio**, deciden afrontar un nuevo proceso de expansión de la empresa que culminará en 2007 con la puesta en marcha



TERCER GRADO


de las instalaciones de Vilaboa. Así recuerda Eusebio Ochoa padre aquellos momentos: "hacia 2003-2004 yo veía que el local se me quedaba pequeño y decidí que hacía falta otra nave. Entonces hablé con ellos para ver qué querían hacer. Les comenté si querían comprometerse para así invertir y ampliar el negocio, incluso al pequeño, Eusebio, que aún estudiaba. Los tres dijeron que sí y entonces tomamos la decisión de venirnos a las instalaciones de Vilaboa, seguir creciendo y tirar hacia delante".

Dos generaciones, dos visiones

Resulta curioso comprobar cómo cambian los tiempos y las concepciones de la empresa y del sector en pocos años. **Eusebio Ochoa padre** recuerda con nostalgia cómo acudía a las ferias para contactar con los fabricantes (cuestión difícil en los 80) e incluso firmar contratos: "en aquellos años fue muy importante para mí acudir a ferias como Expomóvil. Allí realicé contratos con muchos fabricantes e incluso se hacían compras en la feria. Yo iba a la feria y en esos dos o tres días cerraba operaciones". Así mismo, explica como en los años 80 el gran problema del sector de la distribución era el recambio pirata: "en los años 80 hubo mucho recambio pirata de verdad, de parche. Yo trabajé con algunos productos de fuera y eran piratas por lo que los teníamos que retirar". Eso sí, subraya que eso es historia pasada: "llevamos varios años en los que el recambio independiente es de calidad equivalente o incluso mejor que el que se monta de origen". Y sobre la crisis actual y los problemas de morosidad, Ochoa se remonta a los años 90 "cuando la morosidad fue mucho peor que ahora e incluso estuvimos apurados por esta cuestión".


Eusebio Ochoa hijo recuerda los 80 y 90 de un modo muy distinto: "siempre he vivido la empresa, yo tengo 28 años y la empresa 30. De niño, al salir del colegio me pasaba por ella y me estaba dos o tres horas. Cuando me hice más mayor trabajaba los veranos y en Semana Santa, ¿cómo? ordenando el almacén, recogiendo piezas de la estantería, colocando pedidos. Y eso lo hemos hecho los tres hermanos". Para el representante de la segunda generación, en la actualidad los problemas son otros, la inmediatez o la dificultad de encontrar empleados adecuados. Sobre lo primero, comenta: "es un mercado competitivo en el que todo tiene que ser ya y quizás en otros sectores no sea así. No-

A EUSEBIO OCHOA (PADRE)



Nombre familiar: Sebío.
¿Amigos en el sector? Sí
¿Y en Facebook? No
¿El coche de sus sueños? El que tengo.
Lo primero que hace al salir de la oficina es... una caminata para ir a casa.
En casa soy un as en... la barbacoa.
La vida es... bonita
Tienes una varita mágica, pide tres deseos: salud, trabajo y amor.
¿Tú canción favorita? Cualquiera de Julio Iglesias.
¿Lo que más te gusta de la posventa? Los amigos que haces.
No puedo vivir sin... los recambios.
Una manía en el trabajo es... la puntualidad.
Me gustaría... ser recordado por haber sido serio, honesto y honrado.
En cinco segundos y en una palabra, ¿qué le sugieren estos términos?
Posventa: ventas
Recambistas: profesionales
Negociación: las buenas
Descuentos: los justos
ANCERA: Sí
Competencia: sí también
Precios: los justos
Ochoa: el mejor

A EUSEBIO OCHOA (HIJO)



Nombre familiar: Sebi
¿Amigos en el sector? Sí
¿Y en Facebook? Sí
¿El coches de sus sueños? El primero que tuve, un Seat Panda.
Lo primero que hace al salir de la oficina... cenar.
En casa soy un as en... pasear el perro.
La vida es... corta.
Tienes una varita mágica, pide tres deseos: tiempo, trabajo y salud.
¿Tú canción favorita? Cualquiera de Platero y Tú.
¿Lo que más te gusta de la posventa? La variedad en el trabajo. Todos los días son diferentes.
No puedo vivir sin... amor.
Una manía en el trabajo es... ser eficiente, demasiado meticuloso.
Me gustaría... llegar a viejo.
En cinco segundos y en una palabra, ¿qué le sugieren estos términos?
Posventa: servicio
Recambistas: empresarios
Negociación: tiempo
Descuentos: pequeños
ANCERA: ayuda
Competencia: necesaria
Precios: no es lo más importante
Herederero: con dignidad

sotros necesitamos un plazo de entrega de 30 minutos y a partir de aquí debemos organizar toda la logística para cumplir con el plazo de entrega: comprobar que esté en el almacén, disponer del repartidor que la entregue, etc.". Sobre lo segundo, apunta: "No hay una formación específica que combine conocimientos sobre mecánica, recambios, comercial, etc. Un empleado para una empresa como la nuestra debe saber de recambios pero también de cuestiones comerciales. Se debe estar al día sobre la industria del automóvil y sobre aspectos comerciales

y, en general, la gente está poco especializada". Como no podía ser de otra manera, es Eusebio Ochoa hijo quien nos habla del futuro y lo hace mostrando ambición: "Me gustaría que Recambios Ochoa fuera un referente en el sector. No a nivel de España pero sí de zona. Me gustaría ampliar zona y abrir nuevas tiendas para ser un referente en toda Galicia o del oeste de la Península. Y una cuestión muy importante, que nuestros clientes se sientan orgullosos de trabajar con Recambios Ochoa". Que así sea. ●

www.recambiosuchoa.com



TRES GENERACIONES YA EN UN NEGOCIO SITUADO EN L'HOSPITALET DE LLOBREGAT, BARCELONA

El taller de los Faura, de padres a hijos



Un ejemplo de cómo un negocio familiar que funciona no se para en la tercera generación, como dicen las malas lenguas, sino que sigue su andadura con perspectivas positivas de futuro.



Los Francesc Faura, padre e hijo, flanquean al cuñado del primero y tío del segundo, Delfín Roda.

En pleno centro de L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) el Presidente de **CETRAA, Francesc Faura Cano**, regenta su taller que, como no, se denomina **Tallers Faura**. Pero no es para menos ya que este apellido está ligado a la reparación desde 1955 cuando su padre abrió las puertas de estas instalaciones. Precisamente 55 años más tarde, Tallers Faura sigue funcionando a pleno rendimiento y ya va por la tercera generación tras la incorporación en 1987 de **Francesc Faura Casas**.

Una larga historia

Más de medio siglo de vida dan para muchos cambios y vicisitudes, Francesc Faura padre echa la vista atrás y explica: "en agosto de 1955 mi padre, hasta entonces encargado de mantenimiento de una gran empresa constructora, abrió el taller. Él ya había hecho de aprendiz para el representante de Dodge de la época y desde el principio tuvo clientela porque al taller acudían los propietarios de coches de los que trabajaban en la constructora. Ante esta

demanda, mi padre me dijo que dejara de estudiar porque me necesitaba. Yo tenía 14 años y le pude convencer de que me dejara acudir a la Escuela Industrial a partir de las seis de la tarde. Cuando aparecen los Seat y Renault pasamos por un momento difícil por la falta de conocimientos técnicos de estos modelos y yo decido irme a trabajar a un concesionario Seat en la población vecina de Cornellà. Estoy allí un año, aprendo mucho y cuando vuelvo todo es más fácil. En los años 60 y 70 tenemos mucho trabajo y la segunda gran evolución es en los años 80 con la llegada de la electrónica y los sistemas de inyección. En esta época, mi padre se jubila con 74 años, ya eramos agencia oficial Citroën y compramos dos locales cerca del taller. Con la llegada del nuevo reglamento de distribución 1400/2002 se rompe la relación con Citroën y desde hace unos seis años somos un Bosch Car Service".

Sobre la incorporación de su hijo Francesc, comenta: "al principio llevaba las ventas, después pasó al despacho y durante diez años se responsabilizó de una concesión Suzuki de

motocicletas que llevamos entre 1986 y 1996. Tras convertirnos en un Bosch Car Service y entrar de lleno en la informática y la diagnosis -es un apasionado de la informática y la electrónica- en el taller es cuando él se involucra plenamente en el negocio y en la reparación". Confirma estas palabras Francesc Faura hijo, quien nos explica su trayectoria: "yo ya venía de pequeño por el taller, me gustaba ponerme la bata e intentar ayudar y en verano hacía facturas con la máquina de escribir, pasaba la escoba, etc. Cuando entro a trabajar plenamente en el negocio es a partir de 1987 cuando introducimos la informática en el despacho. A partir de esa fecha, he pasado por todas las labores y departamentos de la empresa, desde hacer facturas y labores administrativas, reparar, etc. Y hasta ahora, en que estoy prácticamente al frente del negocio al haber asumido las funciones de gerencia. Estoy siempre en el taller y me gusta, sobre todo la relación directa con el cliente". Francesc Faura padre no se quiere olvidar de una persona que ha sido clave en la trayectoria y crecimiento del negocio, su cuñado **Delfín**





Roda al que define como “una persona poco habladora pero muy trabajadora cuya labor en el taller es fundamental”.

Tampoco de los dos momentos que considera más emotivos: “uno cuando mi padre me dijo en el despacho que se jubilaba y yo me tenía que poner al frente. Ya lo estaba pero me hacía responsable de forma “oficial”. El segundo gran momento es cuando mi hijo decide ponerse al frente del área de diagnosis. A partir de ese momento respiré profundamente y pensé: ahora sé que el negocio tiene una continuidad y mi hijo, un futuro”.

Presente y futuro

Francesc Faura Casas confirma que una de las grandes apuestas de presente y que garantiza la viabilidad del taller son las flotas de renting, línea de negocio en la que tiene mucho que ver la red **Bosch Car Service**. Y valora el presente de Tallers Faura: “nos ha cambiado el perfil del cliente, antes era mucho más cliente particular y ahora estamos más enfocados en las flotas, en gran parte por nuestra vinculación a la red Bosch Car Service. Los acuerdos de renting nos han beneficiado porque muchos usuarios de estos vehículos de renting también nos traen sus vehículos particulares”.

Tiene claro que la formación es el aspecto fundamental de su profesión “tienes que estar al día a nivel de conocimientos, tienes que formarte continuamente en diagnosis, en electrónica, etc.”, le gusta ver a la gente contenta con el servicio que ofrecen “con más de cincuenta años a las espaldas y mantenernos, señal de que damos un buen servicio, ¿no?” y, sobre los planes de futuro, explica: “tenemos una gran ventaja, nuestras instalaciones, que además, son de propiedad, están en pleno centro de la ciudad, estamos próximos al cliente. El inconveniente es que no podemos crecer. Entonces surge la duda, lo ideal es crecer pero esto supone desplazarnos a unas instalaciones mejores y más grandes pero en un polígono por lo que perderíamos la proximidad que nos caracteriza. A mí me gustaría crecer, pero tenemos que

TERCER GRADO

A FRANCESC FAURA CANO



Nombre familiar: Siscu

¿Amigos en el sector?

No muchos.

¿Y en Facebook? No

¿El coche de sus sueños? Un Ferrari.

Lo primero que hace al salir de la oficina es... co-

ger el coche e ir a casa.

En casa soy un as.... En hacer lo que dice Mercè.

La vida es... una alegría constante.

Tienes una varita mágica, pide tres deseos:

que mi hija y mi hijo ampliaran el negocio, alcanzar los 75 años y que el Barça gane las seis copas durante tres temporadas.

¿Tú canción favorita? El cant de la senyera.

¿Lo que más le gusta de la posventa?

Las ideas innovadoras de sus representantes y las redes de compras.

No puedo vivir sin... la medicación.

Una manía en el trabajo es... disponer de las herramientas adecuadas para trabajar con rapidez y eficacia.

Me gustaría ser recordado... por la huella que haya dejado en las presidencias de las asociaciones y por haber transmitido la experiencia acumulada.

En cinco segundos y en una palabra, ¿qué le sugieren estos términos?

Posventa: ha de existir siempre

Distribución: cerca del taller

Concesionario: cuentas de explotación

Taller multimarca: formación e información técnica

Descuentos: los justos

FACONAUTO: ha de existir

Competencia: no hay

Aseguradoras: el demonio

CONEPA: lástima que no se

integre en la Confederación

evaluar qué ganamos y qué perdemos, y en ello estamos”.

Al hilo de esta cuestión, mientras sometemos a su padre al tercer grado, nos comenta que

A FRANCESC FAURA CASAS



Nombre familiar: Francesc

¿Amigos en el sector? No muchos.

¿Y en Facebook? Sí

¿El coche de sus sueños? Me gustan

los alemanes.

Lo primero que

hace al salir de la oficina es... al

mediodía, hacer la comida. Por la tarde, voy a casa directamente.

En casa soy un as.... Cocinando y arreglando cosas.

La vida es... bonita pero complicada.

Tienes una varita mágica, pide tres deseos: me conformo con que

la gente tenga una buena vida.

¿Tú canción favorita? Cualquiera de Bruce Springsteen, Police o Supertramp.

¿Lo que más le gusta de la posventa? El trato con los clientes.

No puedo vivir sin... mi familia,

la informática y la música.

Una manía en el trabajo es...

quedar bien con el cliente.

Me gustaría ser recordado... por

mantener el negocio sin altibajos

y por haber ido progresando.

En cinco segundos y en una palabra,

¿qué le sugieren estos términos?

Posventa: problema y solución

Distribución: rapidez

Concesionario: poco ágil

Descuentos: argumento de venta

Taller: trabajo

FACONAUTO: ni idea

Competencia: buena

Aseguradoras: exigentes

CONEPA: no sé

CETRAA: contentos

le gustaría que entre su hijo Francesc y su hermana ampliaran el negocio y emprendieran un proyecto innovador. Vamos, todo un aviso a navegantes. ●



LOS VIÑALS, EL NÚCLEO DURO DE MRYT.

Espíritu ganador



Treinta años, que han pasado como un suspiro. Datos, fechas, anécdotas, mucho trabajo, varias cabeceras, un montón de revistas y ahora la vertiente digital. Representan un modo de estar y de hacer en el mundo de la información profesional de la posventa del automóvil, y con cuerda para rato...

La revista nació en junio de 1980 y presentó su número cero en un salón internacional, el del Automóvil de Barcelona.

Con todos los cambios en estos treinta años, **MRYT** no se puede mencionar sin pensar en un apellido, **Viñals**, y en una familia, numerosa y partícipe del proyecto en el inicio, que ha sabido materializar un modo de entender la profesión.

Cómo empezó todo

Inicios difíciles. Jordi Viñals, el verdadero artífice del entonces proyecto debía superar una situación laboral adversa provocada por el cierre de Bultaco, donde entonces trabajaba al frente del departamento de relaciones externas. Emprendedor nato, se dio cuenta de que lo que ahora denominamos posventa del automóvil, tenía apenas conciencia de sí misma, y carecía de medio de comunicación donde cohesionarse, expresarse y reivindicarse a nivel nacional y europeo, como sí tenía la constructora.

Se decidió a dotarle de visibilidad y lanzar una cabecera, Mundo Recambio, un proyecto que tuvo sus primeras dificultades a la hora de explicar en qué consistía la prensa profesional a los propios actores del sector al que se dirigía. Pero Jordi y su equipo inicial, la familia y algunos colaboradores, pusieron todo su empeño y ya en 1983 recibieron en le *Expomovil* de Fira de Barcelona el **trofeo Enrique Lacalle**. Ese fue un momento muy importante, que indicaba que se estaba en el buen camino.

Pilar nos cuenta lo importantes que fueron los viajes en la primera década. Cuesta hacerse a la idea

en este mundo tan comunicado, pero entonces viajar, salir de España no era tan habitual. Y empezaron a organizar viajes a las ferias de la posventa europeas (*Automechanika*, *EquipAuto*) para los profesionales reparadores de nuestro país.

Recuerda, además, las diversas actividades para dotar de visibilidad al sector, como los sorteos (regalaban motocicletas), el **Premio Pintor**, un concurso de aerografía que celebró tres ediciones, con el gran apoyo de la asociación alavesa. En esa época, la familia Viñals (**Jordi, Pilar, Neus, Maite, Mercè** y una jovencísima **Glòria**) estaba ya integrada en el negocio (a excepción de **Ernest** que, eso sí, iba a redacción a la salida del "cole", hacía los deberes, y se ponía a "estudiar" los dossiers técnicos de los nuevos modelos de la época).

Poco a poco, la sociedad cambiaba, se abría; y con ella el sector, y la revista: "recuerdo de esa época que el sector iba adquiriendo conciencia de sí mismo, se hacía más fuerte con las asociaciones, se cohesionaba con el nacimiento de los primeros grupos de distribución y, fundamentalmente, se abría a Europa", cuenta Pilar.

En diciembre de 1986 se incorpora a la editorial Yvonne Rubio, que echaba una mano a la hora de corregir galeradas como enlace entre el departamento de maquetación y el de redacción en el que, al final, se quedó asignada. 1989, se iniciaba un nuevo proyecto: **Mundo Camión**, una revista de quiosco, dedicada a los profesionales del transporte. "*Jordi inició otra aventura: un medio muy distinto, con otro tipo de contenidos, cuyo lanzamiento, gestión e iniciativas de promoción*

entre los lectores supuso un tremendo esfuerzo para la empresa".

Los noventa llegan con crisis

Los primeros años de la siguiente década empiezan con una crisis económica. De ello se resentía el sector de la automoción y las revistas como parte de ella, que ya tenía competidores en otras editoriales. La empresa debe afrontar ese contexto y decide vender *Mundo Camión* a otra editorial y el equipo familiar inicial debe separar sus caminos para realizar distintas tareas. Por si eso fuera poco, la compañía afronta el más duro revés: pierde a Jordi, en enero de 1993, durante uno de sus frecuentes viajes a Madrid. Sólo un año después de la incorporación de Ernest a la editorial: "*Cuando pienso en las fechas, me doy cuenta de que Jordi sólo estuvo los 12 primeros años, o sea que nosotros llevamos al frente de su proyecto más tiempo que él*".

Pero le ganan el pulso a las dificultades y, en esta década, se produce la consolidación de la empresa. Se actualizan las cabeceras, se sigue la labor, se crece.

En mayo de 1999 nace una nueva cabecera: **ElectroCar**, Ernest, el "nativo digital" de la casa, la dirigirá: "*Si Mundo Recambio y Taller nacía como una revista técnica, técnica y actualidad eran caminos distintos; con ElectroCar se 'aligeraba' el contenido técnico de Mundo Recambio y Taller (sin abandonarlo del todo) dejando más espacio para la actualidad, porque el mundo y las empresas ya están acostumbradas a comunicar y se necesita más espacio para cubrir esas infor-*





Recambios Ochoa desea a
Mundo Recambio y Taller
Un feliz aniversario

Redondela | Pontevedra | Vigo | Vilaboa | Bueu
La Guardia | Lalín | Ribadavia | Cambados

info@recambiosochoa.com

www.recambiosochoa.com

TERCER GRADO



A PILAR GRAU

Nombre familiar Mama
¿Amigos en el sector? A lo largo de los años he encontrado muchos amigos
¿Y en Facebook? No
El coche de tus sueños Un coche que funcione.

Lo 1º que hago al salir de la ofi es... Salir corriendo a seguir activa en otros quehaceres.
En casa soy un as para...(sus hijos responden a coro ¡¡¡cocinar!!! Y van desgranando sus platos favoritos)
Termina la frase: "la vida es"... un regalo de la naturaleza.
Me dan 1 varita mágica con tres deseos y pido... Salud y concordia y el otro me lo guardo para cuando haga falta.
Lo que sobra en el sector PV es... demagogia
Mi canción... que tengan melodía...

las corales, las óperas y que mi hijo me cante 'Veles e Vents' de Raimon
Un libro a recomendar ¡Uy! Hay tantos...

Lo que más me gusta de la PV es... la diversidad
No puedo vivir sin... mi familia
Una manía en el trabajo Que siempre figuren las fechas en los papeles.
Me gustaría ser recordada por... ¡pues es que no me lo había planteado nunca!
En 1 segundo dinos lo primero que te sugiera:
Posventa: estupendo
Distribución: muchos distribuidores
Concesionario: coches
Fabricantes: ofertas
OJD: un dolor de cabeza
La competencia: necesaria
Internet: novedad
Redes Sociales: algo desconocido
MRyT: una ilusión llevada a la práctica

A ERNEST VIÑALS



Nombre familiar Grimone
¿Amigos en el sector? Amigos...uno o ninguno... cordialmente conocidos, ¡muchísimos!
¿Y en Facebook? 557, ¡Y Mundo Recambio y Taller tiene casi 1.200! y cada dos

por tres está entrando una solicitud.
El coche de tus sueños Lamborghini Murciélago o un Reventón Spyder...
Lo 1º que hago al salir de la ofi es... Estoy cosiendo el traje de padre
En casa soy un as para... trastear el Mac
Termina la frase: "la vida es..."(y declara en teatral actitud) un frenesí, una ilusión, un sueño, una desesperación..
Me dan 1 varita mágica con tres deseos y pido... ser feliz, ser querido... y ¡un Lamborghini Murciélago!
Lo que sobra en el sector PV es... hipocresía

Mi canción... Más que una canción, daría para una banda sonora...
Un libro a recomendar El Principito, de Saint-Exupéry...hay que volver a las cosas sencillas.
Lo que más me gusta de la PV es... las oportunidades de todo tipo que ofrece.
No puedo vivir sin... mi Mac
Una manía en el trabajo De la caja del ordenador hacia adentro soy tan ordenado, como desordenado fuera.
Me gustaría ser recordado por... er ese tío simpático que dice cosas interesantes de vez en cuando
En 1 segundo dinos lo primero que te sugiera:
Posventa caja
Distribución reparto
Concesionario aire acondicionado
Fabricantes imprescindibles
OJD una pamema
La competencia variopinta
Internet media vida
Redes Sociales verde
MRyT ¡buf!

A GLÒRIA VIÑALS



Nombre familiar Glòria
¿Amigos en el sector? Por nuestra posición, es difícil hacerlos.
¿Y en Facebook? 100
El coche de tus sueños Un BMW...un 330 D
Lo 1º que hago al

salir de la ofi es... vestirme de madre.
En casa soy un as para... mirar la tele en el sofá
Termina la frase: "la vida es..." una escuela
Me dan 1 varita mágica con tres deseos y pido... salud, que nos dejen trabajar y no perder la ilusión.
Lo que sobra en el sector PV... individualismos
Mi canción... más que una canción, un concierto en directo.
Un libro a recomendar Cualquiera que me haya regalado Yvonne
Lo que más me gusta de la PV es... la diversidad de oportunidades que ofrece
No puedo vivir sin... mi iPhone
Una manía en el trabajo Limpiar el teclado del ordenador.
Me gustaría ser recordada por... Ser buena persona
En 1 segundo dinos lo primero que te sugiera:
Posventa nuestro sector
Distribución pieza del engranaje
Concesionario oportunidad
Fabricantes principio de la cadena
OJD control
La competencia buena competencia
Internet, el futuro
Redes Sociales mucho tiempo para dedicarle
MRyT nuestro estandarte en la empresa

maciones, a la vez que dar contenidos técnicos de futuro; ElectroCar es la vertiente más 'técnica' (con toques de actualidad) donde se proporciona información al reparador, básicamente, sobre las nuevas tecnologías del automóvil: la electrónica, la diagnosis, etc.", nos cuenta Ernest.

Nuevo milenio, tercera década

El mundo ha cambiado. Las tecnologías de edición han evolucionado. La revista se renueva. Los proveedores se han reducido. Los clientes (aunque aún los hay desde el principio), se han diversificado, aportándoles de forma personalizada el trabajo y el apoyo como medio para responder a sus necesidades: "la palabra que define nuestra relación con ellos es 'partner'; pero es que lo hemos hecho así cuando aún no se había puesto de moda", dice Glòria. Los lectores han crecido, han adquirido la "cultura de leer prensa profesional", y se lanzan a soportes digitales, además de los de papel, para adquirir información. Así que se crea la web como apuesta de futuro y se entra en las redes sociales (ya son 1.200 'amigos' en facebook!).

El presente combina ambas, pero la revista seguirá la evolución que el sector reclame; como siempre ha hecho. Y cumplir 30 años más. ●

www.mryt.es



¡HORA DE CERRAR
EL NÚMERO DE
JUNIO DE 2010!

MINT

¡AHORA MISMO
ACABO EL REPORTAJE
DE LÍQUIDOS DE FRENO
CON ALOE VERA!

¡CÓMO! ¿QUE EL
PEDIDO DE ESCOBILLAS
BIODEGRADABLES HA
TARDADO MÁS DE DIEZ
MINUTOS?
¡INTOLERABLE!

SOBONOVIC
LANZA SU NUEVO MODELO
DE NAVEGADOR PORTÁTIL, AHORA
CON SONIDO ESTÉREO,
TELETEXTO, LOCALIZADOR DE
MALABARISTAS AMBULANTES Y
POR FIN CON EL MAPA
COMPLETO DE SAN ROMÁN
DE HORNILJA.

VERÁ...ME VOY
DE VACACIONES CON LA
FAMILIA A SATURNO D'OR,
PLANETA DE VACACIONES...
¿PODRÍA DARSE PRISA
CON LA REVISIÓN?

Y POR LA COMPRA DE
VEINTE BOMBAS DE AGUA...
ESTOS NEUMÁTICOS DE
REGALO QUE TENEMOS EN
ESTOCK...

CLARO...
DESDE QUE LOS
COCHES VAN
CON AEREO
PROPULSION.

¿Y ESE GORRO
DE PIEL DE OSO
SINTÉTICA?
LAS
INCOMPRESIBLES
MODAS DEL FUTURO

RAMIREZ'S PLANET
DISTRIBUCIÓN EN LA VÍA LÁCTEA Y ANDORRA

SOLAR SYSTEM
POUR!

¿EL FUTURO DE LA POSVENTA?

**SPACE-TALLER
FRANRAM & SUEGRA**

ARISTIAN

¿Green Revolution en el Recambio?



Luís Unceta
Unceta Consulting

Hace ya unos años estamos escuchando hablar de la **Revolución Verde**: las nuevas fuentes de energía renovable, las pilas de hidrógeno, el coche eléctrico, la eficiencia energética en los edificios. Hoy en día, la mayoría de nosotros cree que algunas de estas cosas son ya una realidad en nuestras vidas, nuestras economías, y otras están por llegar, cuando la tecnología, las infraestructuras y la legislación lo permitan. Pero, ¿cómo afectará a nuestro negocio? ¿Qué oportunidades podemos encontrar en esta **Revolución Verde**?

Académicos y escritores reconocidos como Jeremy Rifkin y el columnista del New York Times Paul Krugman, entre otros, llevan tiempo anunciando que la nueva Revolución Industrial va a originarse desde el sector llamado "verde" (*green tech*); que es éste el que puede sacarnos de la crisis y sobre todo, que será capaz de disminuir la dependencia del petróleo en EEUU y Europa, la cual es la causa de conflictos inter-

nacionales, inestabilidad política y en algunos casos guerra.

Llevo tiempo preguntándome cómo afectará este cambio hacia *lo verde* en nuestras vidas, y en concreto en nuestro sector del recambio. Aquí expongo algunas reflexiones que me gustaría compartir con ustedes con el humilde objetivo de una futura puesta en común en algún foro en el que nos encontremos:

1- Cambio de mentalidad y valores: el cliente está comenzando a estar más sensibilizado con las emisiones de CO₂, el reciclaje, el gasto de energía. Esto lleva a replantearse muchas cosas, ya que puede ser que *lo verde* venda y que, en la utopía de tener un taller, por ejemplo, cero emisiones puede ser un valor diferencial de futuro y estable.

2- Aumento de costes: el petróleo es un bien escaso, y como tal, tiende a desaparecer, si sumamos a este hecho el déficit tarifario que tenemos en España (diferencia entre precio de mercado spot y lo que pagamos en la factura eléctrica cada consumidor) entendemos que la mayoría de analistas piensan que el coste de la energía, medido como cts/kwh año, vaya a subir significativamente en un futuro muy cercano, como lo hemos visto estos últimos años. ¿Qué podemos hacer para compensar esto? ¿Cómo

nos podemos preparar para cuando esto ocurra? Las energías renovables e inversiones en eficiencia energética pueden ser una opción sostenible económicamente para compensar esta tendencia, y aprovecharlo ahora, cuando existen subvenciones, parece una buena decisión.

3- Nuevos negocios: el coche eléctrico parece que va a ser un vehículo más en nuestras carreteras dentro de unos pocos años. ¿Cómo afectará su introducción al sector? ¿Cómo me puedo preparar para estar allí cuando esto ocurra? ¿qué posibilidades de negocio nuevas surgirán? Se me ocurren muchas áreas donde nuestro sector puede aportar valor en la introducción de este nuevo actor: desde la distribución de sus piezas, la red para el posible reemplazo de baterías y su recarga en las redes de talleres.

4-

Mi intención es que nos empecemos a pensar y analizar conjuntamente, desde un punto de vista estratégico, a medio plazo, las consecuencias de una previsible **Revolución Verde**; hacia dónde deberíamos orientar nuestros negocios y el sector, para que no seamos un mero observador de qué está pasando, si no un actor con emprendimiento y activo en su desarrollo. ●

 www.uncetaconsulting.com



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

JUNIO

94

2010

Pág. 74

Mercado



Equipos de secado

Pág. 72

Noticias
CESVIMAP



Te ayudamos FP

SECCIONES

Pág. 66 Noticias

Spies Hecker, Basf
Coatings/R-M,
PPG, Standox, Red
Five Star/DuPont,
AECAR, Argacolor,
Automechanika

CARROCERÍA Y PINTURA del automóvil

C & P

Suplemento especializado de **myt**

MIRKA

KWH MIRKA IBÉRICA S.A.U.



Las tres grandes estrellas de Mirka
¡triunfan!

Autonet

The dust-free solution

Lijado libre de polvo

Reduzca sus costes en PREPARACIÓN en un 40%

¡Llámenos
para una
demostración
sin compromiso!



Lijadora Eléctrica CEROS

900 grs

Fácil manejo sin vibraciones

Tecnología sin escobillas

Kit POLARSHINE

Un solo producto para pulir y abrillantar

Todo tipo de pinturas y barnices

No necesita protección



KWH MIRKA IBÉRICA S.A.U.

ABRASIVOS, QUÍMICOS Y MÁQUINAS

Industria, 16-18
mirkaiberica@mirka.com
Tel. 93 682 09 62
Fax 93 682 11 99
08740 Sant Andreu de la Barca
Barcelona
www.mirkaiberica.com

EL COLOR INDEX SPECIALS Y EL KIT DE MASILLA ESPECIAL RADERAL 2011

NOVEDADES SPIES HECKER

Spies Hecker ha lanzado una herramienta para localizar la fórmula de color acertada para el repintado de piezas como la carcasa del retrovisor, el parachoques o la parrilla delantera. Se trata del **Color Index Specials**, que consta de 1.500 pastillas de color que facilitarán al profesional del taller de carrocería y pintura la localización del color requerido así como información sobre las fórmulas adecuadas para el repintado de las piezas comentadas. Las pastillas incluyen tanto las posibles texturas como los efectos y también pueden ser

utilizadas para localizar los colores para el pintado de piezas del interior del habitáculo. **Dietmar Wegener**, experto en color de Spies Hecker, explica sobre el Color Index Specials: "Las pastillas están en orden alfabético por marca de vehículos. En el reverso de cada tarjeta figuran los datos completos del constructor, código y nombre del color así como un práctico código de barras que permite leer y cargar la información directamente en el software CRPlus, simplificando y acortando todo el proceso". Esta herramienta está dividida en dos partes, una reúne la documentación sobre colores auxiliares y otra, los acabados del interior del habitáculo. Los 600 tonos auxiliares están organizados por constructor y código de color y las 900 pastillas de interiores, cromáticamente. El Color Index Specials se presenta en un pequeño armario metálico que se puede colgar en la pared.

No es esta la única novedad reciente presentada por Spies Hecker. La marca alemana de repintado también ha lanzado el **Kit de Masilla Especial Raderal 2011**, una masilla de poliéster de alta calidad para metales que está especialmente indicada para cubrir desde soldaduras hasta agujeros pasando por remaches en substratos de acero gracias a su elevada capacidad de relleno y a su adherencia. El kit incluye un componente en polvo (**Raderal Special Putty Powder 2011**) y un endurecedor (**Raderal Special Putty Hardener 2012**) que se mezclan con una proporción de 2:1 por volumen. El proceso de mezcla dura entre cuatro y seis minutos. Para obtener los mejores resultados de secado, el fabricante alemán recomienda 15-20 minutos de secado por aire combinado con un secado por infrarrojos de 15-20 minutos a una temperatura máxima de 80 grados centígrados.

www.spieshecker.es



BREVES

Messe Frankfurt, organizadora de **Automechanika Frankfurt**, trasladará el sector de la carrocería y pintura al **pabellón 11**. Esta decisión representa una apuesta clara por ella ya que el pabellón 11 es nuevo, mucho más amplio y diáfano, lo que facilitará el montaje de los grandes y complejos stands de carrocería y pintura, muchos de los cuales deben montar pesados equipos. Empresas de carrocería ya han mostrado su satisfacción por el cambio, es el caso de **Celette Ibérica** que, en palabras

de **Fernando Cajal**, opina: "Se ha cumplido algo que esperábamos; nuestro producto es difícil de mostrar en la superficie clásica del pabellón 9.2, así que ahora mejorará nuestra participación". En términos similares se ha expresado **Jan Sala**, de **Roberlo**: "Este nuevo pabellón al ser más diáfano supone una mayor visibilidad para los expositores, y el hecho de que sea una novedad genera expectativas entre los visitantes, con lo que podrían aumentar las visitas que recibamos".

www.messefrankfurt.com



Y UN MONOGRÁFICO DE LA SERIE STANDHOTEK SOBRE ESTA VERTIENTE EMPRESARIAL

STANDOX LANZA SEMINARIO DE MÁRKETING



Consciente de las necesidades del taller de carrocería al respecto, **Standex** ha puesto en marcha un **seminario de marketing** que cuenta con un complemento de excepción, el nuevo **monográfico** (en la imagen) de la **serie Standothek** titulado "Salga ganando gracias al marketing/El marketing le dará más oportunidades de negocio". El seminario de marketing se dirige a los profesionales de la posventa que quieren profundizar en cuestiones como cuál es el entorno en el que opera su empresa, quién es su cliente o cómo acercarse a él de un modo más efectivo. El objetivo es conocer las técnicas para realizar un completo diagnóstico del entorno de la empresa, de sus clientes y de sus competidores para fijar una estrategia que permita mantener y aumentar el número de clientes que aportan mayor rentabilidad. El primer seminario se celebrará el próximo 8 de junio ya la convocatoria se ha lanzado a través de la red española de distribuidores Standox.

En cuanto al nuevo monográfico de la serie Standothek, en él se explica de forma muy didáctica y ágil en qué consiste el marketing, qué métodos pueden aplicarse para mantener las ventas y aumentarlas y cómo una buena combinación de acciones redundan en mayores beneficios. A lo largo del manual abundan los ejemplos, los consejos útiles e, incluso, incluye cuestionarios listos para usar que permiten a los talleres realizar su propio plan de marketing. Para recibir un ejemplar, el taller debe ponerse en contacto con su distribuidor Standox habitual. También puede descargarse el documento en formato PDF desde las páginas web www.standex.es/standothek o www.standex.es/marketing.

www.standex.es

Koch Equipos laser de Alineación

El alineador mas vendido en Alemania

Estamos buscando Distribuidores en España

3.780,00 €
neto + IVA

El sistema HD-10 EasyTouch, es una herramienta profesional que se ajusta a las necesidades de cada taller y es usado incluso por fabricantes de automóviles conocidos. Muy usado también en deportes de motor.

Más de 3500 sistemas HD-10 EasyTouch con clientes satisfechos.



CD protocolo de medición



Opcional: Empleando un elevador de 2 columnas

Medición simple

Rápida y precisa de: convergencia total, ángulo de caída, divergencia en viraje, ángulo de avance, ángulo de salida del pivote, ángulo direccional del eje trasero

Ajuste preciso de centrado del volante

Las mediciones se realizan en posición de marcha
Mediciones con llantas de cualquier diseño y tamaño hasta 22" – opcional hasta 32"

Un desnivel en el suelo o en el elevador, no impide una medición exacta

Un precio razonable le garantiza una rápida amortización

Nuestro servicio: Presentación y asesoramiento en su propio taller sin compromiso alguno!



KOCH-EQUIPOS DE ALINEACIÓN

C/Provisional Hierro Uno, 2-B, 5ºC 28045 Madrid

Tel. +34 617626660

dm@alineacion-laser.es www.alineacion-laser.es

BREVES

El **IES Botànic Cavanilles** de la localidad castellanense de la Vall d'Uixó organizó el pasado 29 de marzo unas **Jornadas Técnicas de Automoción** y en ellas participó **R-M**. La marca de pinturas de la gigante **Basf Coatings**, presentó a 300 personas, entre estudiantes y profesionales del taller de chapa y pintura, la gama de pintura de efectos especiales **Carizzima**. Técnicos de R-M describieron teóricamente la línea Carizzima y realizaron una demostración práctica sobre dos carrocerías para mostrar los múltiples efectos y colores que es capaz de proporcionar esta pintura que cumple con la última normativa medioambiental VOC.

www.rmpaint.com

PPG organizó una mesa redonda para formar a varios de sus clientes en la rama del marketing. En ella, miembros de la escuela de negocios **EADA** impartieron el curso formativo **Marketing y Desarrollo Comercial para el Taller de Carrocería**. Los asistentes al curso aprendieron a desarrollar una estrategia de marketing acertada y pensada para atraer el mayor número de clientes e incrementar así el volumen de negocio de la empresa. También se expuso la tendencia del mercado del repintado y se analizaron los indicadores clave de crecimiento de los negocios de los asistentes. Así mismo, los gerentes de los talleres pudieron pedir consejos y aclarar dudas. Esta mesa redonda forma parte del programa de formación **Máster en Business Solutions** de PPG.

www.ppgrefinish.com

El Presidente de **AECAR** (Asociación Española de la Carrocería), **Miguel Ángel Cuerno**, se reunió el pasado 15 de abril con unos cuarenta talleres de carrocería en la sede de **AESCO**, la Asociación de Empresarios de Salamanca. El objetivo de este encuentro fue analizar la situación que sufren los empresarios de posventa y crear un lobby de acción contra la actual operativa que están llevando a cabo las aseguradoras, especialmente **Reale** y **Direct Seguros**. Los talleres se sienten muy indefensos ante las prácticas de las empresas aseguradoras, y la distribución se resiente de ello, con lo que han decidido organizarse para poder presentar un frente común con el que defender sus intereses.

www.aecar.es

Argacolor, distribuidor de **Spies Hecker** de Arganda del Rey (Madrid), ha estrenado página web. Entrando en www.spieshecker.es/argacolor, se accede a amplia información sobre la trayectoria de Argacolor y sobre su oferta de productos y servicios que proporciona con el apoyo de Spies Hecker. La puesta en marcha de esta web se enmarca en la estrategia de Spies Hecker de apoyo a sus socios distribuidores, apoyo que, en este caso, fomenta el marketing y la comunicación en Internet con la creación de páginas web que Argacolor ha tenido el honor de estrenar.

www.spieshecker.es/argacolor



INAUGURADO TALLERES FERROCARRIL
(CÁDIZ) Y CURSOS EN REPARAUTO (IBIZA)

INTENSA ACTIVIDAD DE LA RED FIVE STAR DE DUPONT



La red **Five Star** de talleres de carrocería y pintura impulsada por **DuPont Refinish** se está mostrando muy activa en las últimas fechas. Así, el pasado mes de marzo, uno de sus miembros, **Talleres Ferrocarril**, de Cádiz,



inauguró unas **nuevas instalaciones** (en la imagen, fachada de las mismas). Con 2.500 metros cuadrados de superficie repartidos en cuatro plantas y un equipamiento a la última, tanto a nivel de maquinaria como de gestión, atención al cliente o herramientas de imagen corporativa, Talleres Ferrocarril aspira a incrementar su capacidad de trabajo y, como consecuencia, su volumen de negocio. Fundado en 1971, Talleres Ferrocarril pertenece a la red Five Star desde hace seis años. Su propietario, **Francisco Ramírez**, con más de cuarenta años de experiencia en la profesión, explica el por qué de esta inversión: *"era totalmente necesaria para afrontar las nuevas demandas del público y del sector"*. Con una plantilla de diez empleados, la actividad principal de este taller es la chapa y pintura pero también realiza operaciones de mecánica y electricidad.

Por otra parte, otro taller Five Star, **Reparauto**, de Ibiza, acogió los días 25 y 26 de marzo dos **cursos de formación** sobre Nuevas Tecnologías a los que asistieron cuarenta cursillistas, que mejoraron sus técnicas y conocimientos sobre productos y procedimientos DuPont Refinish. Los cursos giraron principalmente en torno a la línea de pintura base agua **Cromax**. En la parte teórica se describieron los aparejos, el color o barnices y en la práctica, los cursillistas (profesionales del taller) practicaron lo aprendido (en la imagen) realizando igualaciones de color sobre piezas de automóviles. Productos de DuPont como las imprimaciones no lijables NS2502 y NS2506 o el barniz 2K CC6400 tuvieron un gran protagonismo. Los cursos han sido valorados muy positivamente. **Daniel Aznar**, delegado de ventas, y **Serafín Pérez**, responsable técnico, los han calificado de *"muy positivos"* mientras que **Vicente Riera**, socio de **Riera H., S.L.**, distribuidor de DuPont Refinish en Baleares, ha subrayado *"los buenos resultados de las jornadas"* y *"la facilidad de utilizar los productos de DuPont Refinish"*. Por su parte, **Lázaro Jiménez**, copropietario de Reparauto junto con **Antonio Pérez**, espera que su taller pueda acoger más jornadas de formación en el futuro.

www.dupontrefinish.es



DuPont Refinish

Mucho más que pintura ...

Antes de pensar en pintura, hablemos de productividad.

DuPont Refinish marca la diferencia con sistemas que incrementarán el rendimiento global de su taller, proporcionándole productos y procesos de pintura que reducen el número de manos necesarias y que aceleran el secado. Además, ponemos a su alcance herramientas que optimizan la igualación del color mejorando los procesos empresariales, permitiéndole ser más productivo y maximizar todo su potencial empresarial.

Para saber cómo podemos ayudar a su negocio hoy, entre en www.dupontrefinish.es y visite nuestro Taller Virtual.



The miracles of science™

Copyright © 2010 DuPont. Todos los derechos reservados. DuPont Refinish, El logotipo de DuPont Refinish es una marca registrada de DuPont de Nemours and Company o de sus compañías filiales.

Centro Zaragoza presenta su nueva web

Centro Zaragoza (CZ), consciente de la importancia de las nuevas tecnologías en la sociedad, estrena su nueva página web www.centro-zaragoza.com con una total renovación de contenido y diseño, que se adapta a su nueva imagen corporativa.

CZ, en su afán por brindar mejores soluciones a los usuarios ofrece un diseño más visual, atractivo, moderno e interactivo, permitiendo una navegación cómoda e intuitiva.

Los contenidos aparecen de manera clara y ordenada, convirtiendo esta página en una herramienta de consulta para el usuario. Las secciones principales de la web son "Descubra CZ", "Sala de Prensa", "Formación"; "Certificación", "Servicios", "Seguridad Vial", "Publicaciones" y "Área restringida".

Una novedad de la web es que la información de los contenidos está disponible en inglés y portugués, además de en español.

Asimismo, se ha creado un apartado dentro de "Sala de Prensa", denominado "Material para los medios", que va dirigido a los medios de comunicación, con el objetivo que tengan a su disposición toda la información que necesitan en cada momento, de manera inmediata.

En este mismo apartado se encuentra la "Revista CZ" en formato digital, soporte que se editará de forma simultánea a la edición impresa y que

presenta las ventajas de cualquier medio de estas características, tanto para los lectores como para los anunciantes, ya que permite comunicarse con su público de una manera altamente efectiva.

La nueva web de CZ se ha planteado como un medio de comunicación constante. De ahí la utilización de herramientas 2.0 ("Blog CZ", "Facebook"; "YouTube", "Flickr") que facilitan compartir la información y la interoperabilidad entre los usuarios.

En definitiva, La nueva site de CZ es una web más interactiva dirigida principalmente a potenciar la relación con el cliente creando un vínculo de comunicación permanente. ◀



CZ con las nuevas tecnologías en el curso superior de perito de seguros de automóviles

A partir de las próximas promociones del Curso Superior de Perito de Seguros de Automóviles "PS" -XXXVIII y XXXIX- que comenzarán

en el 6 y el 13 de septiembre respectivamente, CZ ha renovado su metodología formativa, adaptándose a la demanda del mercado y al uso de las nuevas tecnologías como parte de su nuevo método de aprendizaje.

El contenido y las horas lectivas (443h) serán las mismas que las anteriores promociones del curso, sin embargo, el sistema de formación será "semipresencial", dividiendo por tanto el curso en dos partes desde el punto de vista de impartición:

- La parte a "distancia", se realizará a través de nuestra plataforma de formación -CAMPUS CZ-, que está provista de los recursos educativos que facilitan la comprensión del contenido y posibilitan que el alumno organice y distribuya su tiempo de estudio en función de sus necesidades.

- La parte "presencial" se impartirán en las instalaciones de CZ en Pedrola, contando con aulas equipadas con material informático de última generación, así como en los talleres, cuya superficie es de 4.000m², constituidos por las secciones de carrocería, pintura, mecánica, electricidad, motocicletas y vehículos industriales, y disponen de los diferentes equipos existentes para efectuar todo tipo de reparación en cualquier clase de vehículo.

El equipo humano que forma a los alumnos está compuesto por personal investigador de CZ, experto en la valoración y reparación de vehículos, que cuenta con gran experiencia en la docencia y consolidación del aprendizaje, contando con la colaboración de CEAPS (Centro de Estudios de APCAS), cuyos peritos en activo, con amplia experiencia profesional, imparten los temas relativos a actuación pericial.

CZ es el Centro de Investigación de las principales Entidades Aseguradoras de España y Portugal. Este factor es determinante para ser los primeros en conocer las necesidades que demanda el sector pericial y responder a las mismas con programas formativos adaptados a sus necesidades, ofreciendo siempre calidad, servicio e innovación en todas nuestras actividades, y por lo tanto en nuestros programas formativos. ◀



Entrega de las instalaciones de CZ en Technopark-Motorland (Alcañiz-Teruel)

En pasados días de mayo, el Instituto Aragonés de Fomento (IAF) entregó a CENTRO ZARAGOZA (CZ) las nuevas instalaciones, situadas en el Parque Tecnológico del Motor de Aragón "Technopark" - Motorland (Alcañiz-Teruel).

Dicho acto comenzó a las 12:00h, y estuvo presidido por el vicepresidente del Gobierno de Aragón, José Ángel Biel, quien, además es presidente de MotorLand Aragón.

Asimismo, intervinieron Arturo Aliaga, consejero de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón y presidente del Parque Tecnológico del Motor; Amor Pascual, alcaldesa de Alcañiz; José Manuel Carcaño, Director General de CZ; y Rafael Bilbao y Juan José Alba, Director y Responsable de la línea de automóviles, respectivamente, del I3A.

Posteriormente, se realizó una visita a las instalaciones de CZ (aulas, talleres, laboratorios y áreas de investigación), la cual suscitó gran interés entre los asistentes y, finalmente, como cierre del programa de la jornada, se sirvió un "vino aragonés".

CZ en Alcañiz dispone de una superficie construida aproximada igual a la de Pedrola. (Pedrola: 16.000m², y Alcañiz: 13.300 m²).

En estas instalaciones se incrementará notablemente la colaboración con la Universidad de Zaragoza a través del Instituto de Investigación en Ingeniería de Aragón (I3A), con cuyos investigadores, CZ compartirá alguno de los equipos e instalaciones de sus Laboratorios.

Las instalaciones de CZ en Alcañiz, junto con las de Pedrola, y su nuevo equipamiento harán viable una investigación y formación en profundidad de la gama total de vehículos automóviles (turismo, vehículo industrial y motocicletas). ◀



Barniz BESA GLASS/UHS.
Secado ultra-rápido.



NUEVO CATALIZADOR E-247. SECADO EN 15 MINUTOS.

Secado ultra-rápido también a temperatura ambiente.
Permite pulir a los 60 Minutos.
Secado en 15 minutos a 60°
Muy fácil de aplicar.
Compatible con las bases bi-capa agua del mercado.
Excelente brillo, dureza y extensibilidad.
Alto contenido en sólidos, VOC < 420 g/l.
Gran resistencia a los rayos UV.

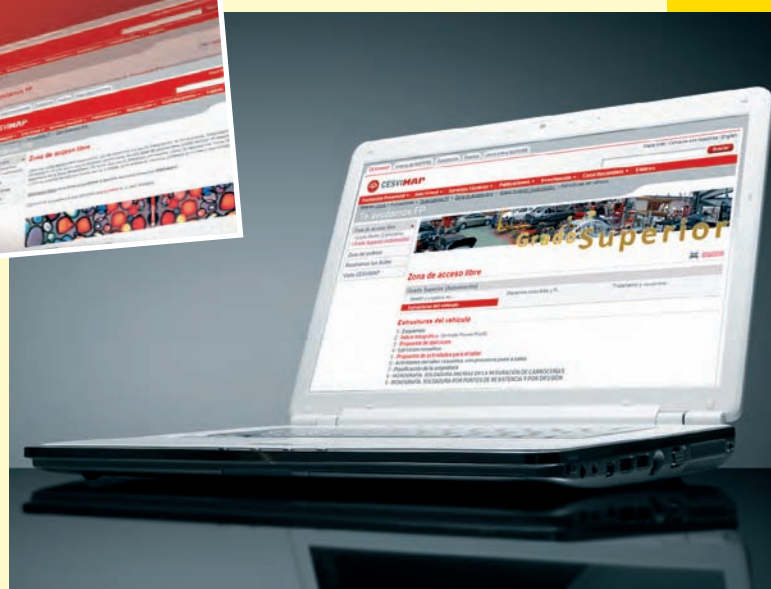


Bernardo Ecenarro

CENTRO DE RECURSOS ONLINE PARA PROFESORES

Te ayudamos FP

CESVIMAP, como valor añadido a los libros encuadrados en la familia profesional Transporte y Mantenimiento de Vehículos, quiere ofrecer a los profesores los mejores contenidos en materia de reparación de automóviles. Te ayudamos FP brinda al profesorado de Formación Profesional la oportunidad de disfrutar de materiales exclusivos con los que completar la información teórico-práctica de los libros de texto.



Te ayudamos FP es un Centro de Recursos al que podrán acceder los profesores que hayan confiado en CESVIMAP para la formación de sus alumnos, proponiendo los textos de CESVIMAP como libros de las asignaturas correspondientes a la familia profesional Transporte y Mantenimiento de Vehículos. CESVIMAP así quiere apoyar la labor docente, facilitando contenidos para una nueva experiencia educativa. Además, los especialistas del centro de investigación resolverán las dudas de los profesores en cualquier campo de la posventa: reparación de chapa, pintado de automóviles, estirajes en bancada, prevención de riesgos, etc.

Zona de acceso libre

En esta zona, CESVIMAP muestra, de forma gratuita, cómo *Te ayudamos FP* puede convertirse en un gran apoyo para la impartición de las clases. Esta zona de acceso libre es un ejemplo de algunos de los materiales que CESVIMAP aloja: vídeos de reparaciones, fichas técnicas de equipos y herramientas y otros documentos técnicos interesantes, como análisis de vehículos, procesos de montaje y desmontaje, propuesta de actividades para el taller...

Zona del profesor

Una vez registrados, desde la Zona del Profesor se podrá acceder a contenidos específicos para el profesorado de la *Familia Profesional Transporte y Mantenimiento de Vehículos*: Artículos técnicos, monográficos, imágenes para las presentaciones en el aula, productos multimedia, actividades y propuestas para trabajar en el taller, etc. Las últimas técnicas de reparación y las tecnologías más actuales del taller estarán a la disposición del profesorado para impartir con mayor calidad sus clases.

Visita a las instalaciones

Desde *Te Ayudamos FP* se puede solicitar una visita al centro: zona de crash test, aulas taller de carrocería, pintura y peritación, área de publicaciones y de producciones multimedia, aulario de impartición de cursos, Cesvi Recambios... Todo un mundo por descubrir. CESVIMAP acompaña al profesor a lo largo del curso para ayudarle en su labor formativa.

Grado Medio (Carrocería)	Elementos Amovibles
	Elementos Metálicos y Sintéticos
	Elementos Fijos
	Preparación de Superficies
	Embellecimiento de Superficies
Grado Superior (Automoción)	Elementos Estructurales
	Elementos Amovibles y Fijos no estructurales
	Tratamiento y recubrimiento de superficies
	Estructuras del vehículo
	Gestión y logística del mantenimiento de vehículos

9 gamas de productos para conseguir un 10



ixell
xelia
H₂O
Base coat / Base à revêtement
Primer / Base à renfort



SISTEMAS DE PINTURA Y BARNIZ



PREPARACIÓN DE FONDOS



MASILLAS



ESTANQUEIDAD, INSONORIZACIÓN Y PEGADO



LIJADO Y ENMASCARADO




CHAPA Y SOLDADURA




QUICKREPAIR



CRISTALES Y LUNAS



MATERIAL



DESDE LA CHAPA DESNUDA AL BARNIZ, SOLUCIONES EFICACES.

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

EQUIPOS Y HERRAMIENTAS DE SECADO PARA EL TALLER DE CARROCERÍA Y PINTURA

Catálogo 2010

La oferta en soluciones de secado para el taller de chapa y pintura es bastante amplia. A continuación, les describimos las principales propuestas de una muestra representativa del elenco de proveedores de este mercado. Es nuestro particular catálogo 2010 de equipos de secado.

CAR REPAIR SYSTEM

Atarfe (Granada). Firma fabricante, importadora y distribuidora de la marca **Car Repair System**, en materia de secado para el taller de carrocería y pintura ofrece equipos móviles infrarrojos de onda corta de una y tres pantallas, las pistolas de soplado venturi y el soporte para pistolas venturi así como el **Air Dry System**, un sistema de columnas venturi con turbina eléctrica para el interior de las cabinas de pintura. De entre toda esta gama, el producto más destacado es el equipo móvil de infrarrojos de tres pantallas ya que cuenta con un sensor de distancia, un panel de control digital y cuatro memorias internas. Especialmente indicado para el secado de



Equipo de secado móvil por infrarrojos de tres pantallas Car Repair System.

Un mercado al alza pero que ha notado la crisis

El mercado de equipos de secado presenta contrastes. Por una parte, la implantación de las pinturas base agua está impulsando las ventas porque, al secar más lentamente, los equipos de secado son más necesarios. Así mismo, los talleres de carrocería y pintura cada vez se preocupan más por la rentabilidad y los tiempos de secado por lo que están apostando por la renovación de estos equipos. Sin embargo, esta tendencia positiva se ha frenado drásticamente en 2009, difícil ejercicio que se ha saldado con un descenso de ventas según la mayoría de proveedores consultados. La crisis, según muchos, ha aplazado muchas compras.

productos bi-componentes, aporta una gran profundidad de secado, un tiempo de secado y consumo de energía reducidos, una gran adaptabilidad y un uso rentable. Además, es sencillo de desplazar por el taller.

CELIBER

Illescas (Toledo). La cartera de productos de este fabricante, importador y distribuidor incluye la gama de equipos de secado **IRT**, marca importada en España por Exfasa. El equipo estrella es el **Wind Plus**, un sistema acelerador de aire que utiliza dos turbinas de reacción para acelerar la velocidad del aire. El aire es recogido directamente desde el Plenum, filtrado y disparado al interior de la cabina a través de toberas regulables y ajustables que distribuyen el aire uniformemente sobre toda la superficie del vehículo. Este equipo es capaz de aumentar la velocidad del aire en la superficie del vehículo de los 0,3-0,4 m/s hasta un mínimo de 2 m/s. El **Wind Plus** está especialmente indicado para las pinturas base agua aunque también se puede utilizar en el secado de pinturas con base disolvente o de cualquier tipo de barniz.

EMM ESPAÑA

Madrid. La delegación de esta multinacional de origen holandés importa en nuestro país los equipos y productos de secado de la marca **Hamach-Revo**. La gama propuesta permite elegir entre equipos de secado móviles de una, dos y cuatro pantallas, un venturi de dos pistolas o el **Revo 180**, un robot de secado por infrarrojos de onda corta. Los equipos de infrarrojos de una, dos y cuatro pantallas están especialmente diseñados para el secado de paneles individuales, son de onda corta y son capaces de secar, desde masillas hasta aparejos o pinturas de base agua y disolvente. Por lo que respecta al venturi, incluye un soporte para mejorar la evaporación del agua. El equipo de secado estrella, sin embargo, es el robot de secado **Revo 180**. De uso muy intuitivo, se controla con un pequeño ordenador que funciona con pantallas táctiles y se alimenta con electricidad. Este robot reduce el consumo de gas un 75% y el de electricidad, un 67%. Ideal para el secado de masillas, aparejos y pinturas bicapa o monocapa, mejora los secados, permite el montaje y pulido inmediato de las

piezas y deja libre la cabina antes de tiempo. El **Revo 180** funciona en modo automático o semiautomático y se puede montar en la cabina o en la zona de preparación. Funciona sin cables (*wireless*), se puede usar en cualquier tipo de reparación de carrocería y se mueve de forma ágil por las instalaciones del taller.



La propuesta más destacada de EMM es el robot de secado Revo 180.

EXFASA

Madrid. Exportadora de Fabricantes Unidos es uno de los principales proveedores de este mercado al ser el importador en exclusiva de **IRT**, una de las marcas más importantes en soluciones de secado para el taller de carrocería y pintura. Recientemente, la gama **IRT** se ha ampliado con la llegada de la quinta generación de la línea **IRT Hyperion**, mejorada técnicamente para proporcionar una mayor superficie y potencia de secado a la vez que menos consumo. Dotados con hasta 18 canales para programar el secado sobre cualquier tipo de masilla, aparejo, pintura o lacas, los equipos de infrarrojos **Hyperion** se pueden utilizar tanto en la industria del automóvil como en la del plástico o la madera. El diseño, incorporan más tecnología y, respecto a la generación anterior, los brazos son diez centímetros más largos y secan un 20% más. La ganancia en versatilidad y facilidad de uso también es notable, se puede realizar cualquier rampa de secado en relación tiempo y grados, se pueden medir la distancia, la temperatura (ésta también se puede controlar) y las posibilidades de programación son muy amplias. Además, el equipamiento incluye un puntero láser para saber exactamente donde se está tomando la temperatura. La línea **Hyperion** incorpora nuevos modelos de secado como el **IRT4-2 PC-Auto-008**, que cuenta con

Los 4 magníficos



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

www.lechler.eu



Caring about the differences!

un nuevo sistema de railes y móviles que facilita su uso, variantes móviles con brazo basculante y pantalla articulada, un infrarrojo para el secado y endurecido de la pintura equipado con procesador o infrarrojos manuales de una y dos lámparas.



Lo último de IRT es la línea Hyperion mejorada. Esta marca llega de manos de Exfasa.

HILDEBRAND

Manlleu (Barcelona). Empresa importadora de la marca **Spectratherm**. Propone equipos móviles de secado y puentes de infrarrojos de onda corta, concretamente los modelos 4000 y 8000 S para superficies de uno y dos metros cuadrados. Todos los equipos Spectratherm disponen de control automático de temperatura y de distancia y se equipan con una pantalla digital que permite trabajar a partir de varios programas de secado. La facilidad y fiabilidad de uso, por tanto, son las grandes virtudes de estos equipos: el control de temperatura permite regular la temperatura del panel a secar previniendo así un secado irregular o incorrecto de la pieza.

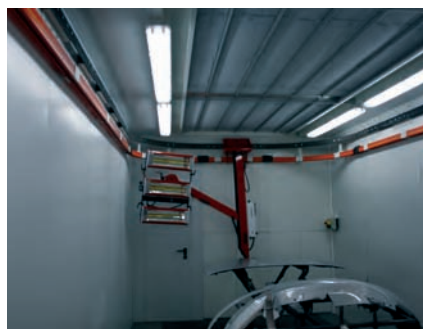


Hildebrand importa la marca **Spectratherm** que propone equipos móviles y puentes de infrarrojos de onda corta.

INFRAQUICK

Bergondo (A Coruña). Firma fabricante de la gama de secadores infrarrojos de onda corta **InfraQuick**. La gama es amplia y polivalente satisfaciendo así cualquier necesidad del taller de chapa y pintura. Los modelos a elegir son los equipos portátiles *Mini*, *Mover*, *Compact* y *Master 6* y los sistemas de carriles *Aero* e *Infinity*. Todos ellos están disponibles en versiones con cuadro digital y sensor de distancia

o con cuadro computerizado y sensor de temperatura. El *Mini* es un equipo de una pantalla ideal para retoques y que se puede regular en altura. El *Mover* también es ideal para retoques pero cuenta ya con dos pantallas por lo que también está recomendado para trabajos de preparación. El modelo más versátil es el *Compact*, especialmente indicado para talleres pequeños. Sus tres pantallas incluso se pueden orientar horizontalmente. El *Master 6* es más prestacional gracias a un brazo articulado con pantógrafo oculto que les permite cubrir cualquier parte de la carrocería. En cuanto al *Aero*, es fijo y se desplaza a través de rodamientos de acero. Su configuración le permite proporcionar una gran superficie de secado. El equipo estrella de la gama InfraQuick es el *Infinity*, sistema de carriles desarrollado específicamente para los talleres de pintura rápida y que está teniendo una elevada demanda.



Lo último de InfraQuick, el equipo de secado por railes *Infinity* pensado para instalar en la zona de pintura rápida.

INSTALACIONES F.M.G.

Coslada (Madrid). Importador de **Infrarr**, pone a disposición del taller de chapa y pintura tres soluciones de secado, un puente aéreo para zonas de preparación y dos carros portátiles de onda corta, de 12 Kw y 9 Kw. Merece especial atención el carro portátil de onda corta de 12 Kw por su equipamiento. Se dota de un sistema computerizado con seis programas, un pirómetro controlador de temperatura, chapas de aluminio para proteger la pantalla, un punteador láser para señalar la zona de secado y el cableado es de níquel, un material de alta calidad.



Puente aéreo para zona de preparación **Infrarr**, marca importada por **Instalaciones F.M.G.**

LAUNCH IBÉRICA

Palau Solità i Plegamans (Barcelona). Delegaciones en Madrid, Moncada (Valencia), Málaga y Vilagarcía de Arousa (Pontevedra). Firma fabricante, importadora y distribuidora de la marca china **Launch**, su amplia oferta de equipamiento para taller incluye tres modelos de equipos de secado por infrarrojos, el *TBM131E*, el *TBM131D* y el *TBM131DT*. El primero de ellos es de onda corta y emplea tres lámparas de cristal frío transparente de cuarzo con fuente de calor y con precalentamiento para cambios graduales de temperatura. El soporte de pantallas es ajustable 360 grados y cada pantalla, 90 grados. Las pantallas se pueden encender de forma independiente y temporizar durante 60 minutos a media o total potencia obteniendo así una alta flexibilidad de utilización. El equipamiento se completa con un display digital con control de tiempo y botonera táctil. El *TBM131D* posee las mismas características que el comentado *TBM131E* pero añade al equipamiento un sensor de distancia para ajustar el infrarrojo a la distancia de secado correcta. El modelo más equipado es el *TBM131DT* que a la base del *TBM131E* y al sensor de distancia suma un sensor de temperatura para proteger la pintura en caso de sobrecalentamiento. Los tres modelos proporcionan al profesional una alta penetrabilidad y superficie de secado.



Equipo de secado móvil por infrarrojos de tres pantallas *TBM131E* de **Launch**.

PPG IBÉRICA

Montcada i Reixac (Barcelona). La gigante fabricante de pinturas participa en este mercado con unos innovadores equipos de secado fabricados por la firma italiana **Symach** y que PPG comercializa en España y en Portugal. La innovación es la tecnología **Drytronic** de secado de la pintura a nivel molecular. A diferencia de los equipos de onda media, que calientan las moléculas de la pintura del exterior al interior, o de onda corta, que lo hacen del interior al exterior, la radiación **Drytronic** alcanza instantáneamente cada molécula produciendo la reticulación molecular. Esta tecnología se traduce en un secado más rápido y permite realizar todas las operaciones de repintado "en ca-

Tecnología *y pasión*



Hacemos tu trabajo **fácil**
Especialistas desde 1895

AquaMax™ Extra

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

liente", sin tiempos de espera. Los equipos de secado con tecnología Drytronic propuestos al mercado español son los *FlyDry*, *EasyDry* y *RoboDry*.



Equipo de secado Symach con tecnología Drytronic. Esta innovadora gama la comercializa en España PPG Ibérica.

REAuxi

Lliçà de Vall (Barcelona). La empresa de servicios al sector de la carrocería cuenta con una amplia gama de equipos y productos de secado a través de dos de sus marcas distribuidas, **Trisk** y **Sata**. Con la primera dispone de equipos como los *302DT*, *CureMate2*, *CureSaver2* o *Eolo*. El *302DT* es un equipo de infrarrojos de dos pantallas dotado con control de temperatura y display con varios programas de trabajo. Las dos pantallas tienen tres lámparas de infrarrojos con reflectores de lámina de oro y un ventilador que aportan un 20% más de superficie de secado. El *CureMate2* consta de una lámpara con reflectores de lámina de aluminio y un ventilador, es fácil de usar y está especialmente indicado para trabajar en superficies verticales y para secar áreas pequeñas o endurecer materiales antes del pulido. El *CureSaver2* es similar al anterior mientras que el *Eolo* es una turbina de aire caliente "filtrado" que seca en pocos segundos la pintura base agua. Esta herramienta genera un fuerte chorro de aire de 30 a 150 metros cúbicos que permite secar en poco tiempo las partes pintadas. La gama Trisk se completa con un soplador "secador" que calienta el aire de sa-



Equipo de secado por infrarrojos de dos pantallas 302DT de Trisk, marca distribuida por Reauxi.

lida hasta los 42-43°C haciendo que la pintura base agua seque rápidamente aprovechando el sistema de aire caliente sin tener que calentar la cabina. La propuesta de Sata es el *dry jet*, un sistema de secado móvil por soplado variable. Funciona utilizando el principio venturi para obtener un secado rápido de superficies pintadas con pinturas base agua. Resulta ideal para secar superficies pequeñas como puertas o guardabarros.

SAGOLA

Vitoria (Álava). El fabricante de la gama de productos y equipos **Sagola** dispone de siete soluciones de secado. En materia de equipos infrarrojos cuenta con modelos desde una hasta seis pantallas y los más representativos, por aceptación del mercado, son los modelos *Car 3* y *Car 6*, ambos de onda corta y dotados con un brazo articulado con pantógrafo oculto, sensor de distancia, amortiguador de gas, control electrónico y que son capaces de trabajar sobre cualquier parte de la carrocería. También merecen especial mención el *RR Station*, modelo sencillo y asequible de acceso a la gama o el *Industrial Station* para instalaciones a medida. La oferta incluye así mismo venturis siendo el modelo más relevante al respecto el *Super Flow*, un producto patentado por Sagola ya que es el único desmontable. Solución estrella de la gama de secado de la firma vitoriana, permite regular la cantidad de aire que se desea aplicar a la pieza. Otra solución interesante es el soporte *Ventury Classic*, equipo que se ofrece con un soporte manejable y ligero y que facilita la tarea de secar piezas dentro de la cabina.

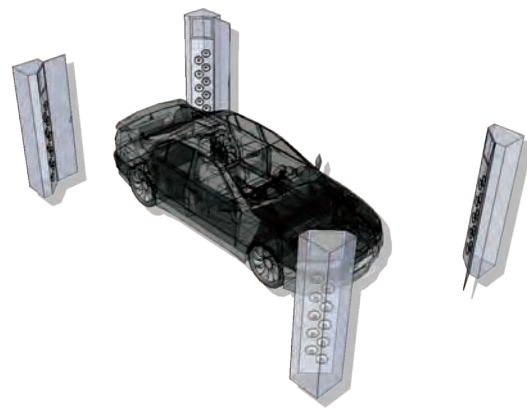


Venturi Super Flow de Sagola. Desmontable, permite regular el flujo de aire de secado.

SPANESI INTERNACIONAL

Albacete. La gama **Spanesi** de equipos de secado es amplia ofreciendo sistemas tanto por infrarrojos como venturi. El sistema de secado *Tornado* es su propuesta estrella. Es un equipo compuesto por cuatro columnas para instalar dentro de las cabinas de pintura y que acelera el secado base agua direccionando el aire caliente de la cabina hacia las piezas del coche. Está especialmente indicado para su montaje en cabinas

con poco caudal de aire aunque también reduce el tiempo de secado de las cabinas de última generación. Cada columna se dota de diez toberas y cada columna se puede encender de forma independiente. El fabricante asegura su fácil instalación y destaca la presencia de un variador que permite regular la velocidad del aire en función de la necesidad de cada operario. Spanesi también cuenta con un túnel de infrarrojos el cual está recomendado para el secado de piezas parciales pero también puede secar un coche completo al alcanzar los techos. Otra propuesta es el *NAS III*, un sistema de infrarrojos adecuado para instalar en zonas de preparación gracias a sus guías y motorizaciones que le permiten desplazarse por la zona ocupando muy poco espacio. La oferta se completa con lámparas portátiles de tres y seis lámparas. Ideales para operar en la zona de preparación, las versiones con pirómetros y medidores de distancias asegurar un secado más seguro al evitar hervir las piezas.



Sistema de secado Tornado de cuatro columnas para instalar en cabinas desarrollado por Spanesi.

PÁGINAS WEB DE INTERÉS

- www.benchiiberica.com
- www.blowtech21.com
- www.carrepairsystem.eu
- www.casermovil.com
- www.celiber.com
- www.chautomocion.com
- www.emm-automotive.com
- www.europart.es
- www.exfasa.es
- www.fitesl.com
- www.geinsa.com
- www.hildebrand.es
- www.infraquick.com
- www.instalacionesfmg.es
- www.launchiberica.com
- www.reauxi.com
- www.sagola.com
- www.spanesi.es

SUMARIO

79 Noticias

80 Eventos:

Resumen del Salón Internacional del Vehículo Ecológico de Madrid

82 Actualidad:

25 aniversario de Centro Porsche Ibercarrera

MERCEDES-BENZ INFORMA SOBRE SU GAMA DE REPUESTOS DE INTERCAMBIO

CALIDAD Y FIABILIDAD, SUS CREDENCIALES

Mercedes-Benz España, en colaboración con su red de concesionarios, está organizando en varias ciudades españolas unas jornadas en las que informa sobre su amplia gama de piezas de recambio de intercambio. Dichas jornadas tienen especial interés para flotistas y clientes potenciales.

La oferta de Mercedes-Benz en **repuestos de intercambio** para turismos, furgonetas y camiones abarca desde motores completos hasta unidades de control electrónico (ECUs) pasando por cajas de cambio, turbocompresores, alternadores, motores de arranque o bombas de inyección. Con ella, la marca alemana ofrece la posibilidad, tanto a clientes como a flotas, de ajustar los



costes de reparación al valor real del mercado de sus vehículos cuando éstos tienen más de cuatro años de antigüedad o han alcanzado un elevado kilometraje sin que por ello tengan que renunciar a la calidad y a la garantía de un recambio Mercedes-Benz. El fabricante alemán garantiza esta calidad ya que el proceso de remanufactura de estos recambios está sometido a exhaustivos controles de calidad.

www.mercedes-benz.es



www.concedecoche.com

LOS RECAMBIOS MÁS DEMANDADOS, SIEMPRE DISPONIBLES

Iveco y su **Red de Asistencia** han presentado **100 V.I.P.**, un nuevo servicio de valor añadido que garantiza a sus clientes disponer en todo momento de los cien recambios originales Iveco más solicitados. En caso de que no se entregue cualquiera de estas piezas en 24 horas, Iveco y la Red de Asistencia regalarán el importe de la pieza. V.I.P. son las siglas de **Very Important Parts** y esta iniciativa nace con el objetivo de satisfacer a los clientes más exigentes.

Las condiciones de este servicio, la relación de las 100 piezas V.I.P. y el listado de concesionarios y talleres adheridos a este programa se pueden consultar en la página web www.origin.iveco.com así como en cada uno de los puntos adheridos pertenecientes a la Red de Asistencia Iveco.

www.iveco.com

ALBORÁN MOTOR, DE ALMERÍA; RIMAUTO NIPON, DE TERUEL Y COMAUTO SUR, DE MADRID

TRES CONCESIONARIOS ESPAÑOLES, PREMIO ICHIBAN DE TOYOTA

Toyota Motor Europe entregó los **premios europeos Ichiban de satisfacción del cliente**. De los 2.600 concesionarios analizados, solo 41 han obtenido este reconocimiento. De estos 41, tres son españoles, **Alborán Motor**, de Almería; **Rimauto Nipon**, de Teruel y **Comauto Sur**, de Madrid. En una impresionante gala celebrado el pasado 6 de mayo



Entrega del premio a Alborán Motor

en la sala de exposiciones que Toyota tiene en los Campos Eliseos de París, **Tadashi Arashima**, Consejero Delegado y Presidente de Toyota Motor Europe, entregó los premios a los ganadores españoles: **Francisco Segura**, de Alborán Motor; **Juan José Ríos**, de Rimauto Nipon y **Nemesio Matías**, de Comauto Sur.

Arashima, en su discurso de la ceremonia de entrega de premios subrayó: *"El cliente es lo primero, sigue siendo la piedra angular de la filosofía de Toyota. Todos los miembros de nuestro equipo en Europa dan siempre lo mejor de sí mismos, y nuestros*

concesionarios de manera especial, tienen el compromiso de ofrecer la mejor experiencia global a los clientes".

Ichiban es una palabra japonesa extraída de *Okyakusama Ichiban*, que significa 'el cliente es lo primero', donde *Ichiban* quiere decir 'primero' o 'el número uno'. Desde que en 2006 comenzaron a otorgarse los premios anuales *Ichiban* de Toyota Motor Europe, los resultados de satisfacción del cliente de los concesionarios de Toyota han mejorado alrededor del 19% en el área de Ventas y el 13% en el área de posventa.

www.toyota.es



Representantes de Rimauto Nipon posan con el premio.




Delegación de Comauto Sur, recibiendo el galardón.

EL SALÓN DEL AUTOMÓVIL DEL MADRID SALVA LAS NAVES CON UNA EDICIÓN DE BOLSILLO, ACORDE A LOS TIEMPOS QUE CORREN.

Algo pequeñito

Daniel Diges no se ha comido una rosca en Eurovisión con su canción. Sin embargo, su título refleja muy bien las dimensiones físicas y de representación de la última edición del Salón Internacional del Automóvil Ecológico y de la Movilidad Sostenible de Madrid. Un nombre tan largo para un evento tan corto...

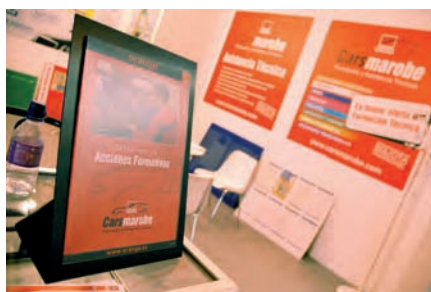


aunque claro, como estuvieron *enlatados* en tan poco espacio, a simple vista parecía todo un éxito de convocatoria. Dado que la idea era crear un evento dedicado a las propulsiones alternativas en el automóvil, se intentó complementar la oferta de coches con empresas adyacentes, pero fueron aún pocas las que se animaron. Las ferias tal como las habíamos conocido hasta ahora pasan por malos momentos y los constructores de automóviles no están mucho mejor... 

▶ A pesar de los pesares, el Salón del Automóvil de Madrid se celebró los pasados 20 a 23 de mayo. Fue una edición de bolsillo, manejable y austera que sólo ocupó dos pabellones

—no completos— del recinto ferial de Ifema. Pero teniendo en cuenta que por poco no se celebra, pues todo eso que se ganó. Tuvo algo más de 105.000 visitantes y 34 marcas de automóviles,

PRIMERO, TODO LO DEMÁS



Cars Marobe, como especialista en tecnología del automóvil, nos presentó su nueva imagen y su oferta formativa, que no para de crecer... Como sus instalaciones.



Vexia tiene en el navegador GPS portátil Econav el mejor aliado para la conducción económica y mantener a salvo nuestros puntos.



ASEPA y Sernauto también estuvieron presentes en el Salón de Madrid.



Sigrauto, el consorcio para el tratamiento de los vehículos fuera de uso, informó de su actividad a los visitantes.



Con la labor de reciclaje de aceites usados de Sigaus se consigue frenar el impacto medioambiental de las actividades del taller.



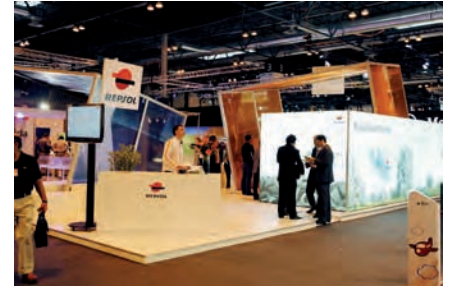
Un proveedor de tecnología como Bosch no podía dejar de mostrarnos sus avances en el almacenaje y producción de energía eléctrica en el automóvil.



Curiosa la opción que nos presentaba MicroVett para convertir vehículos de calle en vehículos eléctricos, especialmente italianos.



Dentro del programa España Innova pudimos ver varios prototipos de coches creados por universitarios. Los hay para todos los gustos, como este SUV eléctrico...



Repsol trabaja duro en la distribución del gas para automoción y en el desarrollo de una infraestructura adecuada para las nuevas energías.

DESPUÉS, LOS COCHES



Nissan Leaf, un coche 100% eléctrico que está triunfando allá donde va, se presentó en Madrid para España.



Especialmente interesante para el transporte urbano e interurbano silencioso y limpio resultan los nuevos Iveco Daily y Eurocargo eléctricos.



El C-Zero de Citroën y su gemelo el iOn de Peugeot son la fuerte apuesta de PSA en los totalmente eléctricos, juntamente con los Berlingo-Partner y Nemo-Bipper.



MINI también se apunta a la moda eléctrica con el MINIE, uno de los primeros en presentarse a nivel mundial.



Renault alineó toda una gama de prototipos totalmente eléctricos y la promesa de que en 2011 dispondrá de una gama completa de vehículos de calle eléctricos.



BMW destacó una enorme flota de vehículos de pruebas en la zona exterior, donde lució especialmente el X6 ActiveHybrid y toda la gama con EfficientDynamics.



El Tata Nano EV es el coche más barato del mercado y ahora además no contamina en absoluto. También vimos el Indica EV, 100% eléctrico.



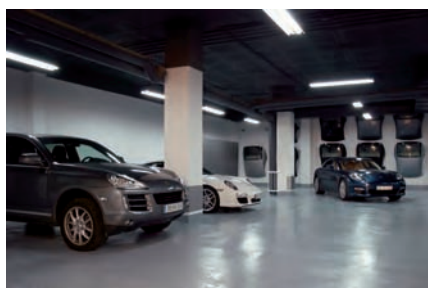
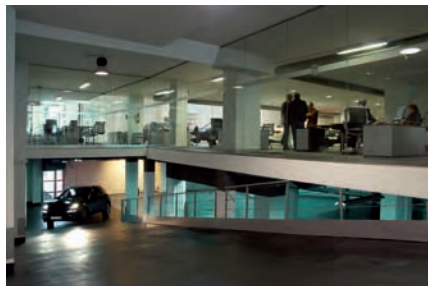
Porsche, tradicionalmente ausente, apareció en Madrid para mostrar su Cayenne Hybrid en el que prestaciones y ecología se dan la mano. Nos hubiera gustado ver al natural el nuevo 918.



Si para la masiva implantación del eléctrico aún queda, de mientras podemos divertirnos con el CR-Z, el primer coupé híbrido de Honda.

25 AÑOS DAN PARA MUCHO

Situado en una de las zonas "nobles" de la Ciudad Condal, cumple sus bodas de plata en activo por todo lo alto: aniversario, nuevas y más amplias instalaciones y la presentación del nuevo Cayenne; y convocó a clientes, amigos y diversas personalidades.



► El pasado 12 de mayo tuvo lugar la celebración del 25 aniversario de **Centro Porsche Ibercarrera**, concesionario de la marca alemana en Barcelona; Miguel Freitas, socio de la firma quiso convocar a numeroso público para celebrar la efemérides y mostrarles las nuevas instalaciones, más amplias y modernas junto con el nuevo modelo de la marca, el Porsche Cayenne. Como invitados a la celebración, podemos confirmar que fue todo un éxito.

UNAS INSTALACIONES DE LUJO

Situadas en el Paseo de San Gervasio, número 4 bis, en una de las mejores zonas de la Ciudad Condal, la sede recién estrenada del concesionario cuenta con 2.000 m2 dedicados exclusivamente a exposición de coches nuevos, una zona también de grandes dimensiones donde se ubica la selección de vehículos de re-estreno, otra área perfectamente acondicionada para acoger la boutique de *Porsche Selection* y una cuarta sección en la que se exhiben los accesorios de personalización con el sello de *Porsche Tequipment*.

Miguel Freitas, socio de Centro Porsche Ibercarrera, no podía ocultar su satisfacción en la apertura oficial de sus nuevas instalaciones: "En un momento complicado y de incertidumbre, hemos hecho un esfuerzo notable por

seguir ofreciendo el mejor servicio y atención a nuestros clientes. A veces, las situaciones de crisis también se convierten en una oportunidad para los más valientes y, por supuesto, para quienes mantienen una confianza absoluta en los productos que comercializan, como es nuestro caso", decía.

REPASO DEL MERCADO Y PERSPECTIVAS FUTURAS


Aprovechando el banderazo de salida del nuevo local, Freitas hacía un repaso de la situación del mercado y de las expectativas de futuro: "El comportamiento del Panamera en estos primeros meses de comercialización está siendo muy positivo, pese a las dificultades económicas que se viven en todo el mundo y de forma particular en España. Además, este mes iniciamos la comercialización de las versiones de 6 cilindros del Panamera, vehículo del que esperamos una gran acogida. También quiero resaltar que el volumen de pedidos del nuevo Cayenne es, a fecha de hoy, simplemente inmejorable. Por otra parte, no hay que olvidar el tercer gran pilar de nuestra empresa, la gama de modelos deportivos, con el 911 a la cabeza, unos vehículos que han sabido ir evolucionando a lo largo de su dilatada historia y que, para la mayoría de nuestros clientes, son la razón de ser de la compañía".

Freitas remarcaba con énfasis la forma en que Porsche se ha ido adaptando a los nuevos tiempos: "Se ha sabido compaginar clasicismo con vanguardia, tradición con modernidad y, por ello, esta marca de la que nos sentimos

orgullosos también ha explorado nuevos territorios que pueden ser de interés, no sólo para los "porschistas" más fieles, sino también para potenciales compradores que no han accedido hasta la fecha a uno de nuestros modelos por sus necesidades familiares".

EL CAYENNE, EL ÚLTIMO DE UN GRUPO POTENTE PERO MÁS "VERDE"

Coincidiendo con esta inauguración, Ibercarrera también aprovechaba para hacer la presentación oficial del nuevo **Cayenne**, un modelo de última generación que emplea motores aún más eficientes, que aumentan sus ya de por sí espectaculares prestaciones al mismo tiempo que reducen de manera notable los consumos y emisiones contaminantes, gracias a la tecnología híbrida que se ha aplicado por primera vez en el Cayenne y el **Panamera** aunque ya hay un vehículo de carreras, el **911 GT3 R Hybrid**, compitiendo con éxito en pruebas de resistencia donde la combinación del consumo y las prestaciones es esencial.

Y es que en Porsche ha existido siempre una preocupación clara por los temas medioambientales. La inyección directa de combustible, la caja de cambios PDK de doble embrague, el sistema Start-Stop y la reducción progresiva en el peso de los vehículos, con la utilización de materiales ultraligeros y resistentes, son algunas de las tecnologías incorporadas para bajar los consumos a igualdad de potencias. 

www.porsche.es

www.porsche-ibercarrera.com

PARA LOS PRÓXIMOS **5 AÑOS**
NO TENDRÁS QUE PREOCUPARTE!

BRAIN BEE SE ENCARGA DE
PROVEER A TU TALLER DE LA
MEJOR AUTODIAGNOSIS.

ST-6000

SCANTOOL BRAIN BEE



Para garantizar a tu taller de los correctos instrumentos y afrontar con éxito los desafíos que te impone el Mercado, Brain Bee te ofrece una oportunidad que no podrás rechazar.

DESDE HOY NO TENDRÁS MÁS EXCUSAS. **PASATE A ST6000.**

Para los próximos **5 AÑOS**, asegúrate de poder utilizar en tu taller **ST-6000**, AUTODIAGNOSIS BRAIN BEE a solo **€ 84,00 +iva al mes**, cuota que BRAIN BEE te garantiza por **TODA LA DURACION DEL RENTING.**

No tendrás que presentar ninguna garantía financiera: será Brain Bee quien te dará la solución y garantizará por ti:

- >> **ACTUALIZACIONES DE LA BASE DE DATOS**
- >> **POLIZA DE SEGUROS PARA EL EQUIPO INCLUIDA**

por **toda la duración del renting.**

**PROMOCION VALIDA HASTA EL
30/09/2010**

TODAS LAS CONDICIONES REPORTADAS SON INDICATIVAS. PARA LAS CONDICIONES DETALLADAS DEL RENTING SOLICITAR EL CONTRATO A VUESTRO DISTRIBUIDOR.

CONTACTA AHORA CON TU DISTRIBUIDOR MAS CERCANO.
Lo encontrarás en **www.brainbee.com**

BRAIN BEE IBÉRICA S.A.

C.DE SATURN, 33 - 08228 TERRASSA BCN
tel. +34 93731 3802 fax +34 93778 62476
administracion.iberica@brainbee.com
www.brainbee.com



**Técnicamente fuertes,
gama amplia**



**Todo lo que necesita para disponer de una transmisión
por correa de distribución fiable, todo en un kit**

Evite las averías prematuras y caras cambiando las correas de distribución, las poleas y los tensores al mismo tiempo. Sin necesidad de pedir piezas sueltas. Los **Kits PowerGrip®** de Gates contienen todos los componentes adecuados en una misma caja y las instrucciones para su instalación. Nuestros recambios garantizados equivalentes a los del equipo original se ajustan perfectamente y se instalan con facilidad.

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



A Tomkins Company