

360

septiembre 2013

www.mryt.es



Especial Baterías

AMC: calidad y tecnología



CC EL DESLUBRICANTE



Baterías en los cielos

SUPLEMENTOS



ADemás

En Eslovenia con **Grovisa e Hidria**
Necto nos invitó a su cumpleaños
First Line explican su expansión en España
Lo que nos espera en **Equip Auto**



¡Visita nuestra web!

mundo recambio y taller

mryt

AMC



www.amc.es

AMC FABRICACION DE CULATAS PARA MOTORES DIESEL Y GASOLINA

AMADEO MARTÍ CARBONELL, S.A.
CRTA. VILLAVIEJA, 76
12520 NULES - CASTELLÓ

TEL. +34 964 65 94 94
FAX +34 964 67 31 16
dpto.ventas@amc.es

MOOG

NO SOLO VENDEMOS PIEZAS.



Con MOOG, le aportamos tranquilidad en cada caja.

En cada paso en la producción, en los tests y en el montaje, nos aseguramos de que sus piezas de suspensión y dirección alcancen, e incluso superen, la calidad de los fabricantes de equipo original. MOOG le garantiza reparaciones rápidas, completas y seguras tanto para turismos como para vehículos industriales. **Es fácil confiar en MOOG.**

**FEDERAL
MOGUL**

HÁGALO FÁCIL, HÁGALO **MOOG**

MOOG® es una marca de Federal-Mogul Corporation.

www.fmecat.eu



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 Vinyals
ernest@ceiarsis.com

Redacción

Manel Martínez
manel@ceiarsis.com

Colaboradores

Eugeni Gallego, Christian Machío

Sección constructores

Ernest Vinyals, Yvonne Rubio

PUBLICIDAD

Glòria Viñals
gloria@ceiarsis.com

MAQUETACIÓN Y DISEÑO

Dani Ros
daniel@ceiarsis.com

SUSCRIPCIONES

Departamento propio
suscripciones@ceiarsis.com

PRODUCCIÓN

Impresión
Gramagraf, S. C. C. L.

PRECIO DE LA SUSCRIPCIÓN
95 € (1 año)

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.

Muntaner 200, 6º 5ª · E-08036 Barcelona
Tel: (+34) 93 439 55 64 · Fax: (+34) 93 430 68 53
mryt@ceiarsis.com · www.ceiarsis.com

DIRECTORA GENERAL
Pilar Grau
GERENTE
Glòria Viñals
DIRECTOR ADJUNTO
Ernest Vinyals

editorial 360

septiembre 2013

¡¡¡Arrancamos!!!

Ya estamos aquí tras la pausa veraniega de cada año.

Aunque somos de los que nos vamos de verdad (que los hay que en vacaciones alternan el ocio y el trabajo para descansar con la familia y también mantener *conference calls*), solemos echar vistacillos a lo que nos vamos encontrando por ahí y que se refiere a la posventa: talleres (que los hay, y muchos que se mantienen en activo durante todo el verano), tiendas de recambio, cómo llevan las ruedas los vecinos de la plaza de los aparcamientos de los lugares de ocio que frecuentamos (y a algunos dan ganas de dejarles una nota para decirles que andan justillos de dibujo), si el de delante o los de los lados de la cola del peaje tiene arañazos por reparar...esas pequeñas cosas que (lo hemos comentado más de una vez con otros profesionales del sector) forman parte de lo que viene en llamarse "deformación profesional"...

Y lo que hemos ido captando estos días, a tenor de las conversaciones es que el periodo veraniego no ha sido excesivamente boyante.

Pero esto es como todo. Los hay que están encantados. Han crecido (en resultados a perímetro constante, o en perímetro, directamente), y siguen con un buen *feeling* para el último cuatrimestre del 2013. Claro que muchos bien se lo trabajan (que no hay secretos ni "varitas mágicas" y sí mucho "echarle horas"): jornadas técnicas, *road shows*, visitas, mejorar la eficiencia en interno con reuniones y reflexiones, trabajar cuando muchos cierran...

Desde luego, no todos están satisfechos, ni esa operativa es garantía de éxito, pero ayuda...

Sea como fuere, septiembre trae siempre una idea de regreso a la actividad generalizada, eso tan manido del "inicio de curso". Así que, sin el olor a nuevo de libros, libretas y lapiceros de cuando, efectivamente, lo empezábamos en el cole, iniciemos esa puesta en marcha, ese *start* tras un breve *stop* de los modelos actuales que requieren baterías *ad hoc* ya que este es el número en el que incorporamos el especial de este producto.

Arranquemos pues, porque estamos con la carga al 100%...



sumario 360

Septiembre 2013



Actualidad

06 NOTICIAS

Tras las vacaciones, un concentrado de lo que ha ocurrido en el sector. Mucho más en www.mryt.es

10 FABRICANTES

Objetivo: liderar la posventa
Visitamos Hidria, en Eslovenia, acompañados de Grovisa.

14 FABRICANTES

Necto celebra su 55 Aniversario

Federal-Mogul ha preparado una batería de acciones y novedades para celebrarlo.

16 FABRICANTES

"Tenemos mucho por desarrollar"

Visitamos el nuevo depósito de Barcelona de First Line y charlamos con su director, Malcom Crosby.

18 FABRICANTES

AMC 100% español, 100% internacional

Un gran fabricante al que fuimos a conocer con más detalle: Amadeo Martí Carbonell.

21 EVENTOS

Equip Auto es Paris

Previo de la celebración de la feria internacional de la posventa a celebrar en la capital gala.



TEMA DEL MES

26 MERCADO

Pulsaciones controladas

El mercado de las baterías posventa.

30 DISTRIBUIDORES

Baterías y sector

Un distribuidor y un fabricante, Reynasa y Tudor, comparten su visión del mercado posventa de la batería.



34 BATERÍAS DE ALTOS VUELOS

Un fabricante y un taller: Johnson Controls (Varta) y Tecnoinyección Maresme; dos profesionales cara a cara: Carlos Lorente y Xavier Gallén.

Suplementos



BERU[®], Perfección Integrada



BERU[®] es una marca registrada de BorgWarner BERU Systems GmbH

Con más de 100 años de experiencia a sus espaldas y la utilización de los últimos métodos de producción, calidad y desarrollo, se puede afirmar que BERU es una marca de referencia en el sector de la automoción. Todos los productos de la marca BERU cumplen las más estrictas normas de calidad que requieren los fabricantes de equipo original de todo el mundo. Los productos de la marca BERU, que ofrecen tecnologías innovadoras y una combustión fiable para prácticamente todos los tipos y aplicaciones de motor, son la primera opción en el mercado global de mantenimiento y reparaciones. La sólida red de distribuidores de componentes de reposición de Federal-Mogul ahora también distribuye bujías, calentadores, bobinas y cables de encendido de BERU.

Para obtener más información, visite beru.federalmogul.com

En ella se halla el portal técnico de venta online

Ribot recanvis actualiza su imagen en la nueva página web



La nueva página web de **Ribot Recanvis**, con sede en Sabadell, Barcelona, y socio de **Grupo Serca Automoción** está ya operativa.

En ella, creada con el novedoso sistema de programación Homeland que permite visualizarla desde cualquier dispositivo móvil, se ha incorporado la nueva imagen de la compañía, además de nuevos servicios y soluciones. Tiene dos zonas, una pública, en la que se encuentran los contenidos corporativos de la empresa (historia, imágenes, servicios) y noticias del sector, y otra privada, que es de donde cuelga su portal técnico de venta online.

A este portal se accede con unas claves facilitadas por los recambistas a sus clientes en las cuales se pueden ver promociones, campañas accediendo al iCat (creado por ISI Condal), un catálogo electrónico en formato TecDoc en el que realizar los pedidos.

El acceso lleva al servidos de Ribot (su RP) así que se cargan condiciones y necesidades del cliente, por lo que se accede a los precios con los descuentos pactados o la información sectorizada y filtrada según la especialidad del taller.

El comercio electrónico ya era una realidad en R. Ribot, puesto que la habían activado hace un año, pero esta es una forma de darle mayor difusión a un sistema que supone ya el 30% de la facturación, esperándose que llegue al 50% en 2014. ●

① www.ribotrecanvis.com

Regalo inmediato

Contitech y Gecorusa lanzan una campaña de otoño

Desde el pasado 16 de septiembre, **Contitech** y **Gecorusa** han lanzado una campaña dirigida al taller que estará vigente (hasta agotar existencias) hasta el próximo 31 de octubre 2013.

En ella, se propone la compra de un kit de distribución o un kit de bomba de agua con la que el reparador conseguirá un litro de aceite. ●

① www.contitech.es



Un sorteo cada mes hasta finalizar 2013

Cecauto sorteará "experiencias" entre recambistas y talleres cada mes

Los profesionales de la distribución de recambios o la reparación de vehículos podrán ganar un pack de **La Vida es Bella** si se convierten en seguidores de la página de **Cecauto** en Facebook y participan en su nueva promoción.

Se sortearán siete experiencias distintas, como por ejemplo noches en alojamientos rurales, actividades de aventura o tratamientos de bienestar para dos personas. Para optar a uno de estos packs, se debe hacer clic en "Me gusta" en la página de Cecauto en Facebook www.facebook.com/grupocecauto?ref=hl si no se ha hecho anteriormente.

Posteriormente, en el apartado de promociones de la página de Cecauto en Facebook, situado bajo su foto de portada, se podrán encontrar los términos y condiciones del sorteo para participar en el mismo si se reúnen todas las condiciones. Para optar a los premios es necesario ser un profesional de la distribución de recambios o de la reparación.

Los sorteos serán aleatorios y se celebrarán al día siguiente de que concluya el plazo de participación estipulado. Cecauto se pondrá en contacto con los ganadores ese mismo día a través de Facebook para comunicárselo. ●

① www.cecauto.com



Los clientes podrán conseguir regalos con sus pedidos programados

Nueva campaña Beru: confía en el especialista en encendido y arranque en frío ¡...Y buen viaje!

La nueva trayectoria en la distribución de **BERU** por parte de **Federal-Mogul** aporta excelentes beneficios para los clientes. Uno de ellos es que hasta el 30 de septiembre de 2013, quienes cierren pedidos de calentadores, bujías, bobinas, cables de encendido, captadores o ventiladores **BERU** pueden obtener un juego completo de tres maletas **Samsonite** de última generación.

Las opciones para conseguir los obsequios se dividen en cuatro tramos cerrados de compra.

Esta campaña se enmarca dentro del objetivo del grupo de aportar a los clientes la larga experiencia adquirida en los segmentos de suministro, tanto del equipo original como del mercado de reposición, en aspectos como fabricación, gestión, distribución y servicio en las gamas de elementos de fricción, dirección y suspensión, motor y sellado además de los productos análogos a **BERU** dentro de **Federal-Mogul**.

La gama de productos **BERU** distribuidos son todos aquellos pertenecientes a la división de encendido como bujías de calentamiento, bujías de encendido, módulos de control de calentamiento, conectores, cables, sensores y bobinas, además de los productos: sondas lambda, ventiladores y acoplamientos viscosos.

Beru cuenta con una experiencia de más de un siglo, que junto con los más modernos procesos de diseño, calidad y producción, le convierten en un reconocido proveedor de primer equipo en la industria del automóvil.

Millones de automovilistas satisfechos cuentan con productos originales de marca **BERU** en su motor. Productos que prestan sus servicios de forma fiable, económica y respetuosa con el medio ambiente, y cuya existencia es percibida por el conductor sólo en el momento que se han de cambiar, una vez transcurrido el ciclo de vida útil prescrito. ●

① www.beru.federalmogul.com/es



Ya son 16 marcas de primer equipo las que apoyan la campaña, que sigue consolidándose

Philips se incorpora a la iniciativa "elige calidad, elige confianza"



PHILIPS, la compañía líder en productos relacionados con la salud, estilos de vida y alumbrado de vehículos ha querido mostrar su apoyo a la campaña **Elige Calidad, Elige Confianza** incorporándose al proyecto, del que ya forman parte 16 marcas de primer equipo.

"Compartimos los mismos objetivos de la iniciativa apoyada por marcas de primer nivel, asociaciones profesionales y grupos de distribución y queremos que los profesionales de los talleres y los propios ciudadanos puedan conocer y diferenciar el valor diferencial que ofrecen los recambios de marcas fabricantes de primer equipo. Ofrecemos la mayor gama de productos, formación y soporte técnico permanente, cobertura global, y la confianza de que detrás de cada pieza está el más cualificado grupo de expertos", aseguran los responsables de la compañía.

Los representantes de la iniciativa **ELIGE CALIDAD, ELIGE CONFIANZA**, que actualmente está integrada por las marcas **ATE, Bosch, Brembo, Dayco, Gates, Hella, KYB, MANN-FILTER, NTN-SNR, SKF, Textar, TRW, Valeo, VARTA y VDO**, aseguran que es importante la incorporación a la iniciativa de empresas como **PHILIPS** y animan a todos aquellos fabricantes de recambios de primer equipo a unirse a un proyecto que cada vez cuenta con más apoyos.

"Estamos convencidos de que la nueva incorporación va a contribuir a nuestra principal prioridad: llegar más lejos y ser cada vez más los que apoyemos y difundamos los mensajes y argumentos que destacan la importancia de apostar por recambios de confianza. Un sector más unido conseguirá grandes logros en pro de la profesionalidad y el reconocimiento de las inversiones realizadas en investigación para la seguridad de los usuarios, la mejora de la sostenibilidad y un mayor rendimiento de los vehículos".

La incorporación de **PHILIPS** se produce en un momento importante para la campaña **ELIGE CALIDAD, ELIGE CONFIANZA**, ya que el próximo mes de octubre celebrará su encuentro anual, acto en el que ya participará como miembro del proyecto. ●

www.recambiosdeconfianza.com



Organizadas por El Gremi de Tallers de Barcelona con el apoyo de varios patrocinadores

7as Jornadas Innotaller: Tecnologías Innovadoras y Novedades en Gestión

En el marco del proyecto PISTA, liderado por el **Gremi de Tallers de Reparació d'Automòbils de Barcelona**, se celebran las **VII JORNADAS INNOTALLER**.

Bajo el lema de esta edición, se presentarán al taller de reparación de automóviles las últimas propuestas de los fabricantes y desarrolladores de tecnologías, sistemas y productos, que permiten al taller ser más funcional en su objetivo de calidad y competitividad de servicio al vehículo y a su cliente.

El uso transparente de la información objetiva y contrastada en la gestión del taller, los equipos, productos y metodologías para realizar un trabajo con eficacia y productividad, son primordiales para que el sector siga progresando en los retos que plantea la prolongada situación económica adversa de nuestro país y que los talleres de reparación de automóviles ayuden eficazmente a sus clientes a obtener el máximo partido de la vida útil de su vehículo.

Se celebrará el próximo 16 de octubre en el marco de **Foment del Treball Nacional**, en Barcelona, a partir de las 9 de la mañana hasta mediodía, con asistencia gratuita para todos los talleres, que contarán con un diploma acreditativo por su asistencia. ●

www.www.gremibcn.com

FILTROS cartés

Especialista global en filtración

Más de 80 marcas, siempre a tu servicio

www.filtroscartes.com - tu mejor herramienta

Gestiona on line las 24h tus pedidos, e-facturas, envíos, stock, y mucho más.

Automoción - Transporte - Agricultura - Obra Pública

Industria - Minería - Marina



MADRID - 902 300 360 BARGELONA - 902 300 361 SEVILLA - 902 300 362

Y en breve, APP de desgaste de la correa PIC Gauge

Gates presenta un indicador de desgaste de ABDS

Al igual que los neumáticos, las correas de EPDM se desgastan de forma gradual y van perdiendo volumen de material poco a poco.

Gracias al **indicador de desgaste de ABDS** (sistema de transmisión por correa de accesorios) desarrollado por **Gates**, se evalúa el desgaste de las correas de EPDM y las poleas acanaladas metálicas o de plástico, y determinar en qué punto una correa o una polea ha perdido tanto material que su rendimiento se ve perjudicado y, por tanto, debe sustituirse. Se trata de una herramienta fácil de utilizar que permite calibrar el desgaste de una forma muy rápida, tanto si el componente está instalado en el motor como si está desmontado.

La aplicación para desgaste de correas **PIC (Part Image Capture) Gauge** de Gates permite evaluar de forma precisa y fiable el desgaste de la correa utilizando tecnologías de imagen digital de última generación y las especificaciones más habituales del sector. Tras analizar una correa, es posible obtener una imagen con la correa montada o desmontada del vehículo. Los resultados son inmediatos y pueden guardarse para consultarse más tarde. ●

www.gates.com/spain

M^aCarmen Antúnez, candidata única CETRAA adelanta las elecciones presidenciales

En el orden del día de la última reunión trimestral de la Junta Directiva de **CETRAA (Confederación Española de Talleres de Reparación de Automóviles y Afines)** destacaba el adelanto de las elecciones por parte del, hasta la fecha, presidente de la confederación, **Manuel García Arenas**. García Arenas ha alegado que su decisión está principalmente motivada por la falta de tiempo para cumplir con todas sus funciones ya que recientemente ha sido nombrado presidente del consejo de administración del grupo **García Rodríguez Hermanos**. Por esta razón, el ahora presidente en funciones prefiere pasar el testigo a otro de los miembros de la organización, para que pueda desempeñar sus funciones con toda la atención que CETRAA y sus asociados se merecen.

En vistas de ello, el **Comité Ejecutivo** ha querido mostrar su más firme apoyo a la candidatura presentada por **M^a del Carmen Antúnez**, actual presidenta de **AEGA (Asociación de Empresarios de Automoción de Guipúzcoa)** y cuyo perfil, en su opinión, se ajusta perfectamente a los requisitos del cargo. Antúnez, que regenta el taller multimarca Carquizano, ha formado parte del Comité Ejecutivo de CETRAA desde hace 12 años y ha trabajado muy estrechamente tanto con **Francesc Faura**, anterior presidente de la confederación, como con Arenas. Las elecciones tendrán lugar el próximo día 22 de noviembre en Madrid, sede de la confederación. ●

www.cetraa.com

Escobillas para más del 90 % de todos los modelos de vehículos y con la nueva tecnología Flat-Blade que aporta mejor aerodinámica y un funcionamiento silencioso y sin vibraciones

Mejor visibilidad: ahora también con escobillas de Meyle

Wulf Gaertner Autoparts, cuya filial en España es **Meycar Automotive**, ha incluido escobillas MEYLE en su gama de productos y ofrece una cobertura de más del 90 por ciento para todos los modelos de vehículos. Las escobillas se venden sueltas y en tamaños de 300 a 700 mm, en pasos de 25 mm de longitud. Para que las escobillas sean compatibles con la mayor cantidad posible de brazos limpiaparabrisas, se entregan con varios adaptadores para diferentes vehículos.

Para tener siempre ordenadas las escobillas se puede utilizar el expositor correspondiente, el que incluye un minicatálogo impreso. De esta manera, los clientes pueden identificar rápidamente las escobillas que necesitan para sus vehículos. Adicionalmente, con el código QR del envase se puede ir a una página web que ofrece una búsqueda rápida y simple y la información necesaria para el montaje en el vehículo.

La gama MEYLE de escobillas limpiaparabrisas comprende exclusivamente escobillas de hoja plana, conocidas también como *Flat Blade Wipers*. Éstas se pueden utilizar tanto en vehículos nuevos como también en modelos más antiguos equipados con limpiaparabrisas curvos y ofrecen numerosas ventajas en comparación con los limpiaparabrisas convencionales. Las escobillas de hoja plana limpian con más eficacia porque ofrecen menos resistencia al viento gracias a su mejor aerodinámica. Logran una limpieza excelente gracias a que la goma, de alta elasticidad, se adapta perfectamente al parabrisas. Se mantienen flexibles en todas las condiciones térmicas y reducen además notablemente las vibraciones y los ruidos del parabrisas. Aparte de éstas, Wulf Gaertner Autoparts ofrece también escobillas para el limpiaparabrisas trasero, principalmente de tipo curvado. ●

www.meyle.com/es

Está enlazada con la plataforma Vivid Reynasa presenta su nueva plataforma de comercio electrónico

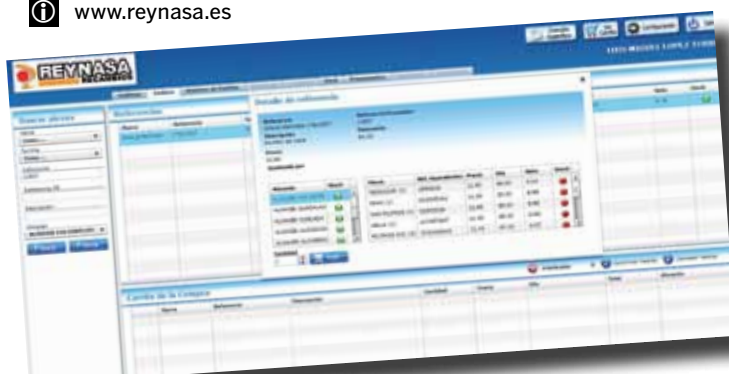
Reynasa ha puesto en marcha su nueva plataforma I2I de comercio electrónico, destinada a sus clientes y que permitirá consultar precios, descuentos, stock real en cada delegación y sustituciones en otras marcas.

Del mismo modo, la plataforma da la posibilidad de realizar el pedido online, "con el mismo servicio que las comandas telefónicas", y llevar a cabo presupuestos previos que incluyen referencias, precios y tiempos de reparación, ya que está enlazado con la plataforma de información técnica Vivid.

Sin duda, se trata de un paso más en la incorporación de las nuevas tecnologías (de las que Reynasa, socio de **Grupo Serca Automoción**, es todo un referente dentro del sector) en el día a día del taller y de la tienda de recambios.

Reynasa busca, mediante esta nueva plataforma, mostrar un plus en su vocación de servicio hacia el cliente y ofrecer un mayor valor añadido como empresa distribuidora de recambios. ●

www.reynasa.es



Eduardo Martí sigue como director general de UFI Filters Ibérica

Nicolas de Gaudemont nombrado Global Aftermarket Business Director del Grupo Ufi Filters SpA



Nicolas de Gaudemont ha sido nombrado Global Aftermarket Business Director en el **Grupo UFI Filters SpA**. Nicolas tendrá la responsabilidad de guiar el desarrollo de la unidad de negocio Aftermarket a nivel mundial reportando directamente al CEO y Presidente, de garantizar el desarrollo económico y presencia en los mercados emergentes, coordinando la actividad económica entre los varios centros de producción en Europa, Asia y Norte de África.

Eduardo Martí, quien hasta ahora ha sido el director de la división Aftermarket EMEA, seguirá ejercien-

do su cargo como Director General de **UFI Filters Ibérica** con la firme misión de incrementar el volumen de negocio y presencia en el estratégico mercado Ibérico, cosa que está desarrollándose ya este año.

Nicolas de Gaudemont, licenciado por la Business School INSEEC (Francia) ha desarrollado una vasta experiencia en el sector industrial y del automóvil en particular. Nacido en París hace 46 años, inicia su carrera en el año 1992, ocupando puestos de dirección en Magneti Marelli, Honeywell Friction Materials, TMD Friction, hasta los últimos años como Director de la Unidad de negocio Aftermarket en Brembo. ●

① www.ufi.it/es/

Santander, Baracaldo, Toledo, Villatobas, Villanueva de la Serena, Premiá de Mar y San Fernando en breve contarán con un FIXCAR

FIXCAR, el nuevo concepto de concesionario multimarca inauguró dos nuevos centros

La nueva red de concesionarios multimarca **FIXCAR**, inauguró el pasado 12 de Julio en Segorbe (Castellón) su segundo centro en España de la mano de Autos Segorbe, ubicado en la Avenida del Mediterraneo s/n. y el pasado 15 de Julio en Sevilla su tercer centro en España de la mano de Surdrive, ubicado en la Carretera de Sevilla a Mairena del Alcor, Km. 0,5.

Con 50 años de experiencia en el sector, Autos Segorbe ha pasado por numerosas marcas, la última fue Nissan, a la que pertenecieron entre los años 2000 y 2006 como sub concesionario oficial. En la actualidad siguen ofreciendo el mismo servicio en la zona.

La red tiene un ambicioso plan de expansión para el 2013 y ya tiene previstas 7 aperturas más para los próximos meses.

El concepto FIXCAR va calando entre los gerentes y responsables de los talleres, viendo su propuesta de negocio, la que mejor respuesta ofrece al automovilista actual.

Para Alberto Sanz, director de desarrollo de la red de concesionarios multimarca FIXCAR: "Numerosos agentes oficiales pueden encontrar en las soluciones que presenta la red la forma de continuar y desarrollarse en este sector, acercarse a otro tipo de clientes, ofreciendo lo que saben hacer, su experiencia y preparación en la reparación de todo tipo de intervenciones, que configuran una opción de calidad a los precios que hoy día demandan los usuarios". ●

① www.fixcar.es



FEEL

D-POWER

NGK

NGK es Equipo Original en:

Alfa Romeo . Aston Martin . Audi . Bentley . BMW
Bugatti . Chrysler . Citroën . Daewoo . Daihatsu . Ferrari . Fiat . Ford . G. Motors
Honda . Hyundai . Isuzu . Jaguar . Kawasaki . Kia . KTM . Lancia . Land Rover . Lexus
Mazda . Mercedes . Mitsubishi . Nissan . Opel . Peugeot . Porsche . Renault . Rolls Royce
Saab . Seat . Škoda . Smart . Subaru . Suzuki . Toyota . Volkswagen . Volvo . Yamaha





HIDRIA SE DA A CONOCER MÁS A FONDO A LOS CLIENTES DE GROVISA EN UN VIAJE REALIZADO A SU SEDE CENTRAL DE TOMLIN, ESLOVENIA.

Objetivo: liderar la posventa

Si en Motortec A.I. Grovisa presentaba la marca, que se postula para encabezar el mercado de calentadores de turismo en nuestro país, como parte clave de la estrategia europea, con el viaje se pretendía mostrar los procesos que la hacen válida como apuesta.

Y los fabricantes **Hidria**, de la mano de sus representantes en España, **Grovisa** se lo quisieron mostrar a un selecto grupo de clientes de la marca, entre los que se encontraban importantes recambistas miembros de los Grupos de Distribución de nuestro país: **Domingo Molino**, Repuestos Gijón; **Juan Antonio García**, Frenos Garmo; **Joan Olivella**, Repuestos Penedés; **Juan Tamarit**, Recambios Colón; **Octavi Pallarès**, Autorecanvis Segre; **Roberto Expósito**, Recambios San José, junto a la prensa especializada, comandados por el equipo directivo de la empresa de distribución con **Carlos** y **Pablo Vía** al frente, pudiéndose visitar las instalaciones centrales en las que se producen todos los calentadores diésel para equipo original y posventa.

De izquierda a derecha, miembros de la directiva de Hidria y Grovisa: África Boleko, Francisco Cobos, Bárbara Muznik, Xavier Recasens, Jernej Kusterle, José Manuel Bernedo, Carlos Vía, Rudi Kragelj, Pablo Vía, Luka Skrt y Jesús Pascual.



“WE HAVE THE VISION, WE KNOW THE WAY, WE’RE SURE TO WIN”

Así de firmes se manifestaban los responsables de **Hidria** en el viaje a Tomlin, Eslovenia, que se llevaba a cabo en pasados días de julio, donde la compañía tiene su sede central.

Si bien la familia propietaria es originaria de Idrija (de ahí el nombre, adaptado gráficamente), su enclave actual responde a la compra de la compañía Auto Electro Tomlin que ya en 1955 empezó a producir bujías y que en 2008 experimentó una ampliación.

Hidria tiene una facturación global que alcanza los 300 millones de euros y una red de empleados que llega ya a los 2.500 con 13 centros de producción mundial, en Europa (de los que 6 están en Eslovenia y 3 en Alemania), Estados Unidos y China, y 3 centros de I+D (siendo el principal el de la sede central y donde sus laboratorios disponen de un equipamiento de control realizado en la propia compañía); en los centros desarrollan referencias de otros proveedores de OEM: compran el producto en el concesionario y por ingeniería inversa desarrollan internamente el producto de reemplazo para posventa. Por esta labor de I+D+i, han conseguido premio a la empresa más innovadora de Europa por los *European Business Awards*, que se llevan celebrando desde 2007 y que valoraron más de 15.000 empresas, representando el 10% del PIB europeo, y siendo la única de su país en llegar a la final.

Maneja dos líneas de negocio; la primera de ellas es **Automoción** iniciada como tal en 2000 con una facturación inicial de 18 millones de Euros anuales que han pasado a ser ya 160, y tres divisiones: *Alutec* (aplicaciones de aluminio), *Dieseltec* (calentadores diesel, calentadores de combustible, calentadores de aire, postratamiento de gases de escape y electrónica de gestión, antorchas y solenoides para VI.), y *Lamtec*




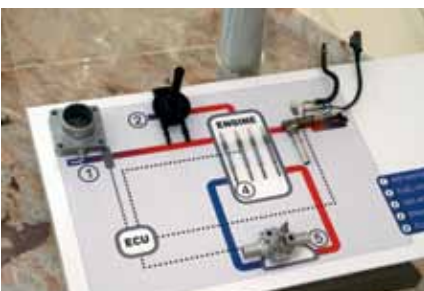
(laminados para aplicaciones eléctricas); la segunda línea de negocio es **Clima**.

Sus productos están presentes en **Posventa** junto con **Primer Equipo** para los motores PSA DV4C 1.4 HDi (también equipado por Ford), PSA DW12C 2.2 HDi (también montado en Jaguar y Land Rover), Fiat Powertrain F1A/C 2.5 y 3.0 Multijet para Iveco Daily, Renault K9K 1.5 dCi (generación Euro 5 y Euro 6 y equipado por Nissan, Dacia y Mercedes del que suministran el 30% de la producción), PSA DVxF 1.6 HDi Euro6, (la familia más grande de motores diésel del mundo, de la que la compañía será suministradora exclusiva para Euro 6) y FPT SDE 1.3 Multijet Euro 6, la tercera familia de motos diésel más grande del mundo, montada por Fiat y Opel.

En la planta, con líneas de producción idénticas para primer equipo o posventa, todos los calentadores se prueban dos veces mecánicamente y eléctricamente, así como en el periodo de poscalentamiento.

Tienen presencia en **TecDoc** y en **ETAI** (solo Francia).●

 www.hidria.com



Fabricantes

Liderar el mercado de calentadores

Según los datos manejados por Hidria, debido a las restricciones en emisiones de gases contaminantes, el calentador ocupa un lugar muy relevante en la consecución de los niveles que marcan las normas Euro 5 (actual), Euro 6 (2014) y Euro 7 (2016-17), y prevén la producción de 11 millones de calentadores en todo el mundo en 2016 para equipar los turismos fabricados en las plantas de producción de los constructores; el 80% serán metálicos, lo que supone en valor 36 millones en OEM, el 20% cerámicos, incluyéndose los de bajo voltaje, (que llegarán a la posventa aproximadamente en 2016/17), junto con la tecnología PSG (calentador con sensor de presión integrado, que cuesta unas 10 veces el precio de uno convencional).

El calentador es el producto *core business* de la compañía y mercado al que aspiran, con un objetivo de alcanzar el 39% de cuota de mercado mundial, contemplando también la posventa.

Apuesta por la posventa


La estrategia de Hidria aftermarket es la de ser una marca Premium con primer nivel de precio, pero con políticas de valor añadido; y están desarrollándose en posventa, siendo mercados prioritarios en Europa Francia, Italia y España, iniciando la operativa en los tres mercados en paralelo, incluso en marketing. El siguiente paso será Bélgica, Holanda, Luxemburgo, Alemania y otros países germano hablantes.

Grovisa, el brazo del fabricante en España

Desde enero de este año, los productos de Hidria están en España de la mano de **Grovisa**. Se trata, tal como explicaba Carlos Vía, de un acuerdo a largo plazo, lo que revertirá en un traslado del trabajo en equipo del fabricante y su distribuidor a los clientes del mercado del recambio y a los instaladores.

Entre las ventajas que Vía expuso a los presentes a la hora de trabajar con Hidria se refería a tener más margen neto, un apoyo en pedidos de implantación y campaña, refresco constante de stock y el servicio de Grovisa, conocido por su extremada atención profesional, el dominio del mercado de encendido por el historial de la empresa y el apoyo en actividades de marketing para potenciar la marca Hidria: tanto en comunicación constante en medios, plan de publicidad, emailings, etc. como campañas y promociones a talleres o documentación técnica.

Los nuevos catálogos lanzados a final de agosto, cubrirán además gran parte de la gama de motores japoneses y coreanos, contemplando el grupo Hyundai (con Kia) que ha explotado las ventas en Europa. También se incluyen Nissan, Mazda y Toyota. En los nuevos catálogos han introducido el código corto de productos (de 13.72X.XXX a HXXXX; como curiosidad, en TecDoc solo se maneja el código largo, pero en **GrovisaNet** la página de comercio electrónico del distribuidor, figuran los dos).●

 www.grovisa.com

TIEMPO PARA EL OCIO

Este fue un viaje en el que la directiva de **Hidria** y **Grovisa** plantearon tiempo para que se realizaran actividades de ocio muy diferentes entre sí, pero muy interesantes y divertidas.

La primera de ellas, la visita a la bellísima *gruta de Postojna* un enclave de 200 años, con 21 Km de grutas que se pueden ver en casi todo su recorrido mediante un curioso tren subterráneo, y donde habita el *proteo*, un animal anfibio parecido a la salamandra y del que se decía que era la cría del dragón. La segunda, una jornada de rafting en el río esmeralda Soca, en el Parque Nacional Triglav. Además, almuerzos y cenas en un ambiente relajado a lo largo de los días de la presentación.



Hidria

**Es original.
Es una opción segura.**

- Amplia presencia en primer equipo de los principales motores del mercado: Citroën, Peugeot, Ford, Fiat, Opel, Jaguar, Land Rover, Iveco, Renault y Dacia.
- Dispone de las tecnologías necesarias para cumplir con las exigentes normativas Euro 5 y Euro 6 de emisión de gases contaminantes.
- Galardonada en 2013 como la empresa más innovadora de Europa por la European Business Awards, de entre 15.000 empresas participantes.



**Más de 300 referencias
98% de cobertura del parque**

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

grovisa
www.grovisa.com S.A.

BARCELONA ■ BILBAO ■ MADRID ■ MÁLAGA ■ MURCIA ■ SEVILLA ■ VALENCIA

Síguenos en:   

NECTO
ALTA PRESTACION

55 desde 1958
Aniversario

La marca española de frenos plantea, para reforzar la efemérides, un nuevo compromiso de marca con el cliente, nuevo logotipo, nuevas cajas y nuevo catálogo.

Recientemente, tuvo lugar en Coslada (Madrid) la celebración del 55 Aniversario de la marca de frenos **Necto**, propiedad de **Federal-Mogul**. Con motivo de este aniversario, se renueva su imagen y, con una serie de acciones, muestra y promueve un nuevo Necto más dinámico y actual, preparado para el futuro y con un largo recorrido aportando a los clientes los mejores niveles de seguridad y confort.

Durante la presentación a la prensa, **David Zapata**, director gerente de la división de recambios para automoción en España y Portugal y el director de marketing, **Pere Banús**, han expuesto las actividades que se llevan a cabo por toda España.

Necto: un producto Premium que se relanza con una batería de acciones

Necto es un producto Premium para Federal Mogul, dirigido a vehículos turismo y furgonetas que extiende el rendimiento de origen que se constituyó hace 55 años (como **Garnecto**) y poco después, en 1969, se inició la fabricación de materiales de fricción para equipo original: el camión **Pegaso Comet**.

Con motivo de su 55 aniversario, se presentó a la prensa el nuevo logotipo Necto, el nuevo compromiso de marca **Alta Prestacion**, una nueva imagen del embalaje en toda la gama (más dinámico, con apertura vertical para pastillas y cartón de alta resistencia para evitar la deformación de la caja en el almacenamiento): Pastillas, discos, mordazas, kits y líquido de frenos.

Así mismo se presentaba un nuevo **Catálogo Necto 2014 - 2015** (incluido en **TecDoc**), con más de 1.200 referencias para turismos y furgonetas y formulaciones adecuadas a cada tipo de vehículo, una campaña de incentivo a talleres, y un nuevo proyecto de formación y soporte On-line y nuevos productos, como el Kit **Alta Prestación**.



EN SUS INSTALACIONES DE COSLADA
PRESENTANDO NUMEROSAS ACCIONES

Necto celebra su 55 aniversario

Para potenciar su acogida, desde 2008 están desarrollando acciones que están aportando excelentes resultados en posicionamiento, reconocimiento de marca y productos más competitivos, manteniendo los niveles habituales de calidad del producto, con una progresiva adaptación a las nuevas situaciones socioeconómicas y la realidad de mercado al adecuar las políticas de precios con la colaboración del equipo central y las plantas de fabricación de fricción de Federal-Mogul, exclusivamente para Necto y su mercado español, manteniendo los mismos niveles técnicos de fabricación OE a un precio competitivo adaptado a la realidad de mercado.

Nuevo Logotipo

La efemérides de más de medio siglo ha tenido su reflejo en el logotipo, que ha sido renovado, readaptando los elementos del anterior, proporcionándole más modernidad y dinamismo e incorporando el compromiso de marca **Alta Prestación** para toda la gama de productos de la marca, basado en dos atributos: *Calidad* (durabilidad, seguridad, prestaciones, confort) y *Valor* (precio, soporte técnico y formación, información, comunicación), cuyos contenidos se refuerzan e intensifican hacia el exterior (clientes, instaladores, consumidores).

El Kit de alta prestación de Necto

El **Kit Alta Prestación** es un producto que se lanzó en marzo de este año, en respuesta a la demanda de los clientes, constituyéndose en una oferta en gama (disponible ya en las instalaciones de Coslada) de 250 referencias para turismos y comerciales ligeros y una política de precios de un 25% inferior a la adquisición de forma individual de los elementos que lo constituyen: pastillas y discos de alta prestación, que suponen para el conductor una duración más prolongada y equilibrada y la minimización de la aparición de ruidos y vibraciones. Implica una reducción de errores a la hora de solicitar los productos para una reposición.


Road Show 2013

El **RoadShow 2013** que visita talleres y tiendas de repuestos en toda la geografía española es una de las acciones de marketing más significativas.

Dos azafatas, un coordinador especialista y un *Volkswagen Amarok* matriculado para la ocasión son los encargados de explicar a los mecánicos y tiendas de repuestos las bondades tecnológicas y el nuevo compromiso de la marca de frenos Necto y los elementos de chasis y suspensión **Moog**.

La acción se desarrolla en dos periodos, la primera fue del 15 de junio al 15 de julio, y visitó Galicia y Vizcaya, estando presente en los eventos de los distribuidores *AD Regueira* y *Lausan*. La segunda acaba de iniciarse este mes de septiembre y va a rodar por Madrid, Asturias, Guipúzcoa, Navarra, Catalunya, Levante, Extremadura, Andalucía y Tenerife, con presencia en el evento del distribuidor *AD Bosch*.

Se han planteado un total de 750 visitas a talleres, si bien el estar en los eventos de los distribuidores supone un incremento en su repercusión. ●

 www.federalmogul.com



David Zapata, director gerente de la división de recambios para automoción en España y Portugal de Federal-Mogul dando a conocer las informaciones respecto a la compañía.



Pere Banús, director de marketing de Federal-Mogul, detallando la batería de acciones y lanzamientos con que la marca refuerza la efemérides.



La presencia de Federal-Mogul en toda la geografía española, especialmente en los eventos de los clientes de la distribución, visibiliza la marca y su nuevo compromiso.



El RoadShow de este año rodará por toda la geografía española para dar a conocer al taller y tienda de repuestos los productos, el nuevo compromiso de la marca de frenos Necto y los elementos de chasis y suspensión Moog; llegará a 750 talleres.

CHARLAMOS CON MALCOM CROSBY, DIRECTOR DE FIRST LINE EN ESPAÑA, COINCIDIENDO CON LA APERTURA DE SU DEPÓSITO EN BARCELONA

"Tenemos mucho por desarrollar"

Hace dos años se presentaron en nuestro país donde, aprovechando el gran conocimiento del mercado de sus directivos, pretenden realizar una expansión de los productos, de las marcas First Line y Borg&Beck.



El web Cat, con acceso mediante registro gratuito, la forma más fácil de conocer de forma actualizada la gama de First Line



Los productos de la compañía tienen incentivos en su precio para fomentar su uso entre los profesionales.

Malcom Crosby es un hombre experto en el mercado posventa español. Dirige los pasos de **First Line** en España y en esa tarea le ayuda en lo que a marketing y servicio técnico se refiere **Antonio (Antxon) Arriola**. Su tarea se inicia hace dos años cuando **Pete Joyner**, presidente de First Line, y compañero suyo de sus tiempos en AP (*Automotive Products*) en Gran Bretaña allá por los 70, le pide ayuda (beneficiándose de la mala situación de QH hace casi dos años ya) para desarrollar el proyecto aquí, basado en las directrices de la compañía: un producto de calidad, un apoyo logístico importante y trabajar estrechamente con los clientes en una relación a largo plazo.

¿Cómo explica el crecimiento de First Line?

Fundamentalmente, debido a la calidad del producto, a la logística muy capilar, a la exquisitez técnica, a la experiencia de los miembros y la agilidad en la toma de decisiones: **Peter Joyner** y su hijo **Dan**, con el resto de directivos llegan a conclusiones rápidamente, conocen el mercado y así los equipos podemos implantar el producto con facilidad.

La empresa está activa en Gran Bretaña, donde

nació y donde es líder en dirección y suspensión, Europa del Oeste y se acaba de iniciar el comercio con Rusia (que por distintas circunstancias gestiona personalmente desde España); se está ampliando el ámbito de actuación (debido a la caída de QH) en Australia, Nueva Zelanda, Haití, y se extienden las actividades a América Latina; **Terry Fisher** (también exQH) es director de ventas y **Kevin Neaveson** director de exportación, desde Gran Bretaña.

Sus productos son Embragues, Dirección y suspensión, Kits de rueda, Bombas de agua, Freno seco, Fuelles y guardapolvos, Cables, Sistema hidráulico, Silentblocs y bujes y Bombas de combustible, aunque en España los estamos introduciendo paulatinamente, con unos precios muy interesantes, incentivando las piezas de mayor rotación (los Top 50 que cubren el 50% de las demandas anuales de un distribuidor tipo); en las B, damos otro incentivo algo menor. En el resto de la gama tenemos un precio adecuado con un descuento adecuado.

¿De dónde viene Borg&Beck?

Borg&Beck nació en EEUU creado por un alemán y un sueco, que inventaron los primeros embragues a

fricción hace más de 100 años. La británica *Automotive Products-AP* adquirió, en los años 20 del pasado siglo, los derechos de distribución en Gran Bretaña y países del imperio británico (India, Australia, Nueva Zelanda, etc.), y poco a poco se extendió por Europa. En los 70, la marca era el líder indiscutible en embragues (cuando *Laycock*, actualmente *LuK*, no tenía ni el 5% del mercado). En los 80, con la pérdida de producción de vehículos en Gran Bretaña, AP vendió los derechos a *BBA*, y en 2000 ésta vendió los derechos de distribución a nivel mundial de *Borg&Beck* y de la marca de frenos *Lockheed* a *Delphi*. La marca de frenos tuvo su repercusión, y aún pertenece a *Delphi*, pero *Borg&Beck* no, y desaparecieron del mercado. *Peter Joyner* compró la marca *Borg&Beck* a *Delphi* e invirtió en el desarrollo de la marca y la gama y actualmente compete en el mercado de embragues al mismo nivel que otras marcas.

Pero dado el prestigio, se decidió desarrollar una gama de frenos bajo esa marca, que ha funcionado puesto que aunque First Line en Gran Bretaña es perfectamente conocida, en España no tanto. Poco a poco se han ido ampliando las familias de

¿FIRST LINE?

Nace en los 80 de la mano de su presidente, **Pete Joyner**, quien, tras la venta de la división de filtros de AAP en Gran Bretaña (donde trabajaba como director de marketing de la división de filtración) decide crear una compañía para importar MANN FILTER y las correas Continental a su país (que actualmente distribuye, aunque no en exclusiva).

Rápidamente, la compañía va incorporando productos a su portafolio hasta los actuales 12: Embragues (1.311 Kits 3en1; 425 kits de cilindros esclavos concéntricos; 46 kits de volante; 82 kits de cilindros esclavos concéntricos; -35% den vehículo asiático-), Dirección y suspensión (1.162 ref de triángulos y brazos de suspensión; 1.354 rótulas de dirección y rótulas axiales; 481 rótulas de suspensión; 348 cojinetes superiores de amortiguador; 1.193 bujes; 953 bieletas estabilizadoras; 20 ejes de mangueta), Kits de rueda (más de 1.010 con un 37% de vehículos asiáticos), Bombas de agua (más de 770 con un 37% de vehículo asiático), Freno seco (1.397 discos de freno; 1.307 pastillas de freno; 221 tambores de freno; 453 zapatas de freno; 97 kits de tambr pre montados; 367 Kits de montaje; 84 testigos de desgaste), Fuelles y guardapolvos (567 fuelles de transmisión un 42% de asiáticos; 285 guardapolvos y un 32% de asiáticos), Cables (97 cables de acelerador; 378 cables de embrague; 57 cables de velocímetro; 1.887 cables de freno), Sistema hidráulico (sobre 1.600 ref.), Silentblocs y bujes (sobre 1.500 ref.) y Bombas de combustible (sobre 400 ref.), siempre bajo la filosofía crear un catálogo amplio en productos de reposición y mantenimiento hasta llegar a las 35.000 referencias



En 2012 se abrió un nuevo centro de distribución en Gran Bretaña (que se suma a los otros dos), de 13.000 m2 en Banbury, año en el que se consigue que las ventas internacionales aumenten un 40%, y ya en mayo de este año se ha llegado al doble de esa cifra.

En nuestro país, First Line inició su andadura hace dos años de la mano de **Malcom Crosby** y **Antonio Arriola**, expertos profesionales (exQH) conocedores de la posventa que han ido introduciendo el producto a través de los depósitos de Valencia, Málaga, La Coruña y Barcelona. Esta estructura, que planea ampliarse, proporciona una capacidad logística del "mismo día" a clientes locales y puede llegar a todas partes de España y Portugal con entrega el 'día siguiente'.

Izda. a Der.: Peter y Dan Joyner

Con núcleo familiar (**Peter Joyner** es el presidente y su hijo **Dan** el gerente) las decisiones se toman con rapidez, y se consigue agilidad en las acciones llevadas a cabo.

Adquirieron la marca **Borg & Beck** y en ella ofrecen frenos, y embragues, aunque se plantean ampliar la gama.

productos: embragues, frenos, kits de rueda, hidráulica de frenos y estamos a punto de lanzar las bombas de agua.

¿Dónde se localiza la producción?

No tenemos fábricas, así que compramos en todo el mundo, en fábricas con producción en primer equipo y bajo nuestras especificaciones técnicas. Así que es un producto de calidad asegurado y sostenido. Tenemos el CTP, que es la ISO rusa, muy severo, más que el de los fabricantes europeos.

¿Cuál es la estructura de la compañía en España?

La entrada de **First Line** en España data de 2011, fue una decisión de última hora; necesitaban un traductor y contactaron conmigo, que había cesado en QH; en la misma feria, Joyner me propuso seguir al menos 6 meses para guiar la introducción en España...y hasta hoy.

Empezamos solo con Borg&Beck (embrague), con un gran reconocimiento por parte del sector, y buscando personas que pudieran ayudarnos para la penetración en España, para superar el tener que suministrar desde fuera de España y poder hacerlo con un servicio impecable: disponibilidad de la pieza en el día, con una calidad muy alta, a un precio muy interesante. Y tras su éxito, iniciamos la familia de suspensión y dirección.

Se produce la apertura de los depósitos de Valencia (junio, 2012 con **Antonio Climent**), Málaga (**Miguel Ángel Ramírez**), La Coruña (**Jesús Guimaráy**), en forma de agentes con depósito (facturamos desde Gran Bretaña, es como un tipo de franquicia) y este agosto hemos procedido a la apertura de este depósito de Barcelona, en **Wir4Sind** (logista especializado en automoción), del que **Miguel Ángel Romero** es director comercial, nombrando a **Kelly** responsable del mismo para la compañía.

En los depósitos tenemos una parte de las referencias de un catálogo muy extenso, que poco a poco vamos ajustando a la demanda.

¿Qué productos está previsto introducir como Borg&Beck?

En Valencia, Málaga y Barcelona tenemos la gama de embragues y componentes de suspensión y dirección, si bien se puede pedir cualquiera de las 12

líneas de producto, ya que tenemos el típico pedido de stock, o un servicio de paquetería muy económico (hasta 15 Kg por 15 euros a cualquier punto de España de un día para otro).

En breve en Barcelona se van a incorporar las gamas de **Kits de rueda** y las **bombas de agua**, pero no se excluye ampliar en nuevas familias, para incrementar en frecuencia la demanda de los clientes.

¿Cómo puede consultar la oferta de First Line

Hay tres formas de acceder: los catálogos impresos (algunos en castellano, con la previsión de traducirlos conforme se amplíe la demanda), **TecDoc**, y nuestra propia **WebCat** (mediante previo registro gratuito), que en breve estará en distintos idiomas (francés, alemán, ruso, castellano), proponiendo modelos de coche y furgoneta (pide motorización y da opciones del producto disponible). Tiene gráficos y descripciones, se puede ampliar, tiene cruces de referencias...Esta opción es mucho más rápida y sencilla, no hay que conocer códigos de motores, y se incorporan inmediatamente las nuevas referencias que se lanzan.

¿Qué objetivos se plantean en España?

Los Joyner son ambiciosos pero no son tontos: sabemos que no podremos desbancar a nadie en un grupo de distribución, pero sí dar respuesta inmediata a los socios cuando exista una falta. Queremos llegar a conseguir una cifra interesante, sin romper el mercado, dando un servicio a medida y crecer.●

📍 www.firstline.co.uk



Aspecto del depósito en Barcelona

¿PORQUÉ WIR4SIND?

Wir4Sind nació hace 15 años en Catalunya, de la mano de **Miguel Romero** con transporte en la zona de Tarragona. Más tarde, se unió a **Albert Escoda** (ex Catalana de Juntas) y empezaron a abrir rutas por toda Catalunya. El servicio funciona de manera que todo lo que se pida a primera hora se recoge antes de las 13h, y se entrega a primera hora de la tarde sobre las 15-16h. El 90% del transporte de recambios en Catalunya pasa por sus manos.

Posteriormente, y con la incorporación de la segunda generación, **Miguel Ángel Romero**, abrieron una delegación en Zaragoza, que da servicio hasta Huesca, llegando a Madrid, País Vasco, Castellón, Valencia, Alicante, Baleares, Canarias (estas dos zonas con una colaboración de una naviera), estando previsto llegar a Murcia y Málaga. Tenemos más de 200 vehículos y unos 12 empleados. La sede es Barcelona, pero quizá en un tiempo la central logística se trasladará a Zaragoza (van a cambiar de nave próximamente). En cada CCAA que estamos abriendo tiene reparto interno de mañana y tarde. Y entre ellas, se recoge hasta las 19h entregando al día siguiente a las 8 de la mañana (en determinadas zonas, llegamos incluso a las 5 de la mañana, y los clientes nos instalan baúles dejándonos las llaves para entregar y así iniciar el trabajo con el material).



Miguel Ángel Romero

VISITAMOS AMADEO MARTÍ CARBONELL, EN SUS INSTALACIONES DE NULES (CASTELLÓN)



Pocas compañías netamente españolas tienen tanta continuidad y solidez como la de estos fabricantes que, desde la Costa del Azahar español, se han convertido en los más importantes fabricantes de culatas a nivel internacional, teniendo ante sí, además, un futuro en clara expansión.



AMC 100% español, 100% internacional

Amadeo Martí Carbonell, SA (AMC) lleva más de 60 años produciendo culatas y diversos componentes de motor desde sus instalaciones en Nules, una factoría de 40.000m² que ha experimentado cinco ampliaciones (la última, iniciada en Julio de este año y que terminará probablemente antes de finales de este año) y que está preparada para crecer, a tenor de los estupendos resultados que sigue obteniendo a nivel internacional.

Son los únicos fabricantes en Europa que pueden presumir de tener todo el proceso controlado en fábrica, ya que tanto el proceso de fundición (por gravedad o por inyección) en los que se utilizan moldes de acero (con arenas y resinas de un solo uso y aluminio de primera fusión) como el de mecanizado (35 máquinas de la más avanzada tecnología) son propios, contando además con cinco controles de calidad exhaustivos que se realizan a lo largo de todo el proceso al 100% de la producción.

Los medios de producción cuentan con unos planes de inversión y renovación bianuales (al realizar la visita se estaban incorporando nuevas máquinas y en las semanas siguientes ya tenían planificadas nuevas adquisiciones), lo que le confieren una solvencia que les ha permitido expandirse a nivel internacional en posventa, pero también en primeros equipos. Sus productos gozan de las ventajas de la trazabili-



dad total mediante el marcaje de un código QR (implantado este verano) y van incorporando entre 5 y 6 modelos de culatas al año (el periodo de incorporación suele llevarles entre 4 y 6 meses) en un catálogo que goza ya de 900 referencias en turismos, 4x4 y vehículo comercial ligero (siendo muy flexibles en el cambio de matricería para la producción).

Ágiles también en el suministro, los productos pueden estar en apenas semana y media en cualquier parte del mundo desde sus almacenes con 15.000 piezas en stock.

Pese a ser un producto pesado, su manipulación es delicada y es por ello que en el mes de abril implantaron un nuevo embalaje de cartón con doble refuerzo más protector de goma, incorpo-

rando asas para facilitarle la labor al profesional. Durante la visita, **Sergio Martí**, director comercial, nos guió por las impresionantes instalaciones, donde pudimos comprobar de primera mano la magnitud y solvencia de estos fabricantes.

Quisimos que nos diera una visión del negocio y de sus planes, y esto fue lo que nos comentó.

¿Qué percepción tienen de la posventa española en la actualidad?

Pensamos que la posventa goza de buena salud. En España hay grandes distribuidores de recambios que conocen muy bien su trabajo, lo cual es imprescindible para dar un buen servicio al cliente final.

¿Considera que la actual tipología del parque es beneficiosa o favorable para los resultados de su compañía y sus clientes teniendo en cuenta su producto?

A medio plazo entiendo que si es beneficioso. Al mantener más años el vehículo antiguo es lógico que precise de más reparaciones, dependiendo del uso que se le dé. Las reparaciones de motor se suelen dar a partir del quinto o sexto año de vida del vehículo. En este sentido, AMC ofrece un producto de la más alta calidad, con dos años de garantía, y a un precio muy competitivo por lo que se perfila como la opción idónea a elegir cuando surge la necesidad de hacer una reparación en el motor.

AMC, EXPERIENCIA Y FUTURO POR DELANTE



La empresa **Amadeo Marti Carbonell, S.A. (AMC)** empezó sus actividades a mediados de la década de los 50 en Nules (Castellón), primero fabricando arandelas y posteriormente diversos recambios del automóvil, como crucetas, fuelles de palier, terminales de batería, pinzas de arranque, etc... Estos últimos artículos se siguen fabricando hoy en día en unas excelentes instalaciones de 40.000m², con espacio para seguir creciendo. En la década de los 70 es cuando empieza a fabricar las primeras culatas. A través de los años y de un duro trabajo han alcanzado hoy una posición de liderazgo mundial en la fabricación de culatas para el mercado del recambio, exportando a más de 72 países.

Las culatas AMC son íntegramente fabricadas en España, ya que disponen tanto de una nave que alberga la fundición como de varias naves en las que se realiza el mecanizado de las culatas.

El aluminio que se utiliza es únicamente primera fusión, es decir, de la más alta calidad y cada culata pasa de manera unitaria rigurosos controles de calidad a lo largo de todo el proceso de fabricación, lo que garantiza la confianza que los clientes tienen en nuestros productos.

El equipo humano lo forman 190 personas, divididas en los distintos departamentos de administración, comercial, ingeniería, control de calidad, de desarrollo de nuevos proyectos, I+D, fundición y de mecanizado. Todos ellos con una alta capacitación e inmersos en políticas de mejora continua. Sigue siendo una compañía de núcleo familiar, ya que en ella trabajan seis miembros de la segunda generación familiar, entre ellos, desde la década de los 90, los hijos del fundador: **Amadeo**, como *director general* y **Sergio**, como *director comercial*, junto con **Belén**, que se ha incorporado recientemente al frente del *marketing*.

Los productos de AMC son las culatas tanto para motores diésel como para motores de gasolina, los árboles de levas, los tornillos de culata, los terminales de batería y las pinzas de arranque. El catálogo de culatas de AMC se compone de más de 900 referencias distintas, para más de 30

marcas de vehículos, abarcando de esta manera la gran mayoría del parque circulante. Por supuesto, la línea de árboles de levas y de tornillos de culata sigue la misma política.

Al visitar la fábrica de AMC se observa el alto nivel tecnológico y la robotización incorporada a la fabricación en los últimos años. AMC está firmemente comprometida con la *Calidad Total* y con la reducción de costes, con el objetivo de ofrecer a sus clientes un gran producto a un precio muy competitivo, lo cual solo puede conseguirse a través de la implementación de las más modernas tecnologías y del uso de los mejores materiales en todos sus productos.

Actualmente AMC exporta el 92% de la producción y está considerado como el mejor fabricante a nivel mundial de culatas. El 8% de la producción se queda en el mercado nacional donde posee una gran cuota de mercado. Los principales países en exportación son Alemania, Italia, Francia, Países Bajos, Rusia, USA, México, Brasil, Australia, Turquía y Sudáfrica.

A nivel global, los clientes de AMC son principalmente los Importadores o Distribuidores de recambios independientes, varios de ellos especializados en productos de motor, aunque también somos proveedores de varios Primeros Equipos como Nissan, Renault o Mitsubishi.





“Los resultados el año pasado fueron satisfactorios, y somos optimistas de cara al futuro.”



Las culatas son un producto muy técnico, ¿cómo configuran su red de distribución?

Nuestro principal producto, las culatas, además de otros componentes de motor, se distribuyen principalmente a través de especialistas de motor, dentro de los cuales destacan los de cobertura nacional como Comercial del Motor o Grovisa, aunque también colabora en la distribución del mismo el distribuidor de recambios tradicional a nivel regional. Aunque tecnológicamente los motores han evolucionado, montar una culata en el motor no debería ser un problema si se dispone de las herramientas y los conocimientos adecuados. Por otro lado, con la intención de facilitar la labor del cliente final, AMC también fabrica culatas montadas, las cuales se sirven con válvulas, o con válvulas y árbol de levas.

¿Cuál es el trabajo que realizan para apoyar a sus clientes a la hora de trasladar la información a los reparadores, que son los usuarios del producto?

AMC tiene editado un manual de montaje en el que se dan las indicaciones necesarias acerca de la instalación de la culata en el motor. Por otro lado, se editan con regularidad varias notas técnicas, que además se incluyen junto con las culatas, advirtiendo de determinados aspectos a tener en cuenta durante el

montaje de la culata. En estos momentos estamos reformando nuestra web y colgaremos de ella todos estos documentos.

También damos soporte técnico a nuestros clientes a través del teléfono, ya que uno de nuestros ingenieros de Calidad atiende cuantas consultas le hagan los clientes.

Además nuestros productos están dentro del catálogo **Tec-Doc** lo que facilita la correcta identificación del producto por parte del cliente.

En un momento en el que en número de intervenciones se están reduciendo en el taller, ¿Cómo apoyan la dinamización de las ventas desde la empresa al mercado?

Les apoyamos con diversas promociones en culatas o en otras gamas de productos, y colaborando con el material publicitario. Desde abril tenemos una promoción en varias culatas de alta rotación que está dando un buen resultado y que hemos decidido mantener en el mercado.

¿Son importantes las ferias nacionales e internacionales para la localización de nuevos mercados?

Creo que las ferias son importantes. Desde el punto de vista del visitante (es decir, del comprador) pese a las posibilidades que internet ofrece hoy para dar a conocer un producto, en las ferias pueden conocer a las personas que están detrás

de esos productos, lo cual es tan importante como el producto en sí a la hora de establecer relaciones de negocios duraderas. Desde el punto de vista del expositor es un escaparate de tu empresa abierto tanto a los clientes actuales como a futuros clientes. En cuanto a las ferias internacionales, AMC participa en las ferias más importantes a nivel mundial. Este año hemos estado en Madrid, en Brasil, en México, en Rusia y, en noviembre, expondremos en Las Vegas.

¿Qué planes tienen en cuanto a internacionalización?

Tenemos previsto seguir expandiendo nuestra red comercial en los distintos países, considerando la posibilidad de una futura implantación en alguno de ellos. También tenemos el proyecto de expandir nuestro negocio de O.E.S. para lo cual ya hemos comenzado conversaciones con varios Equipos Originales.

¿Qué resultados obtuvo la compañía el pasado ejercicio y qué esperan obtener en éste?

Los resultados el año pasado fueron satisfactorios, y somos optimistas de cara al futuro. Por ello, en julio de este año, decidimos iniciar una ampliación de 4000m² de nuestras instalaciones que estará acabada para antes de final de año. ●

i www.amc.es



QUISIMOS QUE EL DIRECTOR DE EQUIP AUTO, NOS CONTARA CÓMO VEREMOS LA 21ª EDICIÓN, QUE SE CELEBRARÁ DEL 16 AL 20 DE OCTUBRE EN PARÍS NORD VILLEPINTE.

Equip Auto es París

Más pabellones este año, un horario de apertura adaptado, nuevos expositores, ordenación para localizar expositores de países emergentes...y la vinculación de la exposición en sí a la magia de la ciudad en que se celebra, varias de las propuestas de este año.



Mario Fiems

Mario Fiems es el director de Equip Auto, la muestra de la industria del automóvil (presentada desde siempre como una panorámica 360°, es decir, desde la concepción al mantenimiento y todo lo que le rodea) que se celebrará el próximo mes de octubre en el centro de exposiciones Partis Nord Villepinte. Le preguntamos cómo están las cosas y qué podemos esperar en esta nueva edición.

Ante la próxima celebración de EquipAuto 2013, y acerca de la evolución de la superficie expositora anunciada en un principio (dos pabellones) ¿Cuál es la situación en lo que a espacio ocupado se refiere?

A siete semanas de la apertura del salón la participación de los expositores en EQUIP AUTO se presenta muy positiva. EQUIP AUTO debería alcanzar su objetivo de cerca de 1800 empresas inscritas. Respecto a las preinscripciones de los visitantes también pensamos alcanzar el objetivo que nos fijamos de 125 000 visitantes. EQUIP AUTO ocupará 4 pabellones en 2013 mientras que en 2011 solo se ocuparon 2, es decir 120 000 m² de superficie de exposición en total. Para explicar esta situación, hay varias razones.

¿A qué cree que se debe la ampliación?

En primer lugar, acogeremos a más empresas que en la edición anterior. Particularmente con la creación de un nuevo sector dedicado a las redes de mantenimiento y de servicios. Esta iniciativa nos permite acoger grupos como SPEEDY, NORAUTO, MIDAS, CHECKSTAR o EUROMASTER y muchos otros que no expusieron en la edición anterior. Por otro lado, queríamos dar también amplitud a la participación de los países emergentes (en particular Asia) creando para ellos una nueva etiqueta sobre el

salón "EQUIP AUTO TRADE y SOURCING" con el fin de animar la llegada de compradores internacionales. Para facilitar la visita de estos compradores les hemos situado en un pabellón específico.

Por último, para responder a las expectativas de los visitantes hemos habilitado con apoyo de las organizaciones profesionales de la reparación automóvil y a los expositores, numerosos espacios de demostraciones y de formación.

¿Cuáles son los negocios que más han apostado por la feria de la sectorización que aglutina EquipAuto: fabricantes de componentes, distribución, talleres?

EQUIP AUTO 2013 presentará una oferta muy homogénea y representativa del conjunto de los segmentos del mercado de la posventa automóvil. Verdaderamente no podemos hablar de un sector predominante este año. El salón estará bien equilibrado en términos de oferta para mayor satisfacción de los compradores y usuarios.

¿Veremos a la posventa marquista en los halles de Villepinte?

En 2013 estarán presentes MOTAQUIP, aunque subrepresentados en calidad de expositores; las redes de constructores siempre son representativas para los visitantes del salón. Esperamos convencer a los asistentes y ausentes de volver a uno de los salones más importantes de Europa sobre la posventa y los servicios automóviles.

¿El sector de carrocería y pintura dispondrá de más espacio que en la anterior edición?

El sector Carrocería-Pintura es muy importante en EQUIP AUTO y goza no sólo de la presencia fiel de los grandes proveedores sino también del apoyo de la **Federación Francesa de la Carrocería** con la que este año hemos creado un espacio dedicado a los materiales innovadores en el que los carroceros podrán descubrir numerosas soluciones y nuevas propuestas por los fabricantes. Este espacio está colocado en el pabellón 5 en el corazón del *Pueblo Carrocería-Pintura* organizado conjuntamente con la Federación. Este sector ocupará la misma superficie que en la edición anterior.

¿Observa una evolución del espacio destinado a los servicios (compañías de software, etc.) posventa?

El sector servicios y en particular las herramientas informáticas propuestas a los profesionales coinciden en relación a la última sesión del salón. Hay que decir que los agrupamientos y las redes de distribución y de mantenimiento de vehículos integraron desde hace tiempo en su oferta de las prestaciones informáticas y las herramientas específicas, compitiendo de hecho con los editores tradicionales.

¿Cuál es el papel de España en la muestra como expositores y cuál es la perspectiva de visitas?

España es un actor importante sobre el mercado de la posventa en términos de oferta de componentes,

Eventos

de equipos y de productos para el mantenimiento. EQUIP AUTO goza por otra parte del apoyo de **SERNAUTO**, uno de las organizaciones profesionales más importantes del sector en España. Debido a la crisis económica debemos comprobar una disminución ligera del número de expositores españoles este año. No obstante este retroceso pasajero, queda sin embargo marginal porque los proveedores españoles están muy orientados hacia la exportación y el salón EQUIP AUTO debido a su dimensión internacional es una cita importante para ellos. Los compradores españoles están tradicionalmente muy presentes entre los visitantes del salón y contamos con su presencia este año todavía. La oferta internacional reunida sobre el salón, la calidad de los productos presentados y las numerosas innovaciones puestas por delante por los expositores plenamente le justifican el desplazamiento de los compradores a EQUIP AUTO.



¿A qué se debe la ampliación de los horarios de la feria y cuál es la respuesta que ha recibido de los expositores en general y de la industria española expositora en particular?

La duración del salón no ha cambiado. Contamos

siempre con 5 días de exposición. En cambio, hemos adaptado los días de apertura y los horarios a las limitaciones de los diferentes profesionales que visitan el salón. Así la apertura el sábado y domingo les permitirá a los reparadores desplazarse más fácilmente sobre el salón sin sacrificar un día dedicado a

¿Qué veremos en París?



Un concentrado de sector, con novedades de producto en posventa, innovaciones tecnológicas para equipar los nuevos desarrollos, acciones en distribución y reparación e informaciones sobre las tendencias del futuro, en cuatro pabellones.

Serán unos días en los que los expositores mostrarán en **Equip Auto** lo mejor de sus casas y los visitantes profesionales acudirán a conocer, reunirse, hacer negocios... Un pequeño apunte de lo que allí encontraremos, y que tendrá su continuidad en el siguiente número ya que vamos a viajar a la ciudad de la luz para traérselo.

TODO A PUNTO

Preparar, optimizar, aprovechar: la feria desplegaba, para acoger mejor a los 125 000 visitantes esperados, una serie de servicios innovadores, para que cada uno pueda sacar partido de su visita al salón:

- Preparar la visita y acceder al recinto lo más fácilmente posible gracias a ofertas de empresas colaboradoras de transporte y alojamiento,
- Optimizar su circuito de la visita



gracias a los trayectos expertos propuestos, y una aplicación smartphone

- Sacar provecho de la "apertura nocturna" del viernes y sábado, y de las veladas parisinas con ofertas "Enjoy Paris".

Transporte fácil y alojamiento práctico en un "clic"

La pestaña "Informaciones Prácticas" de la página web del salón permite acceder a las diferentes plataformas de reserva así como a las mejores tarifas para anticipar, con toda

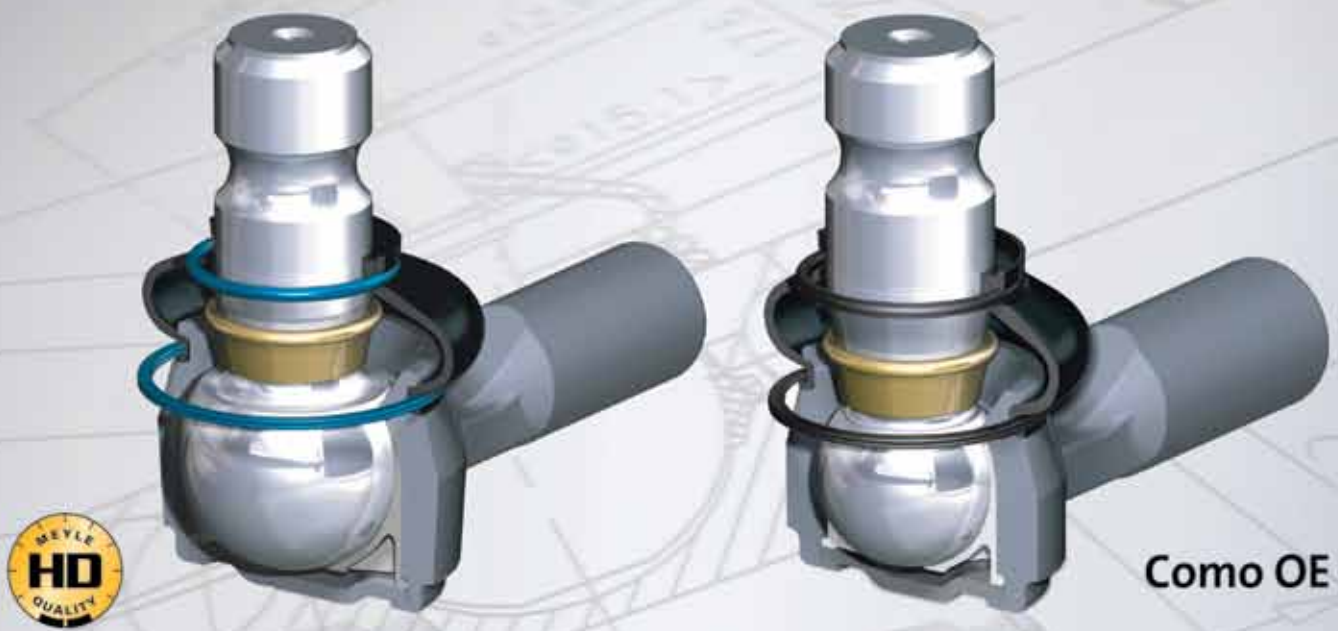
tranquilidad, trayectos y alojamiento. El Planificador **Mytripset**, señala al visitante, desde su dirección de salida hasta las puertas del salón, el modo de traslado (avión, tren, coche) más indicado incluyendo el transporte público.

Acceso directo a las centrales de reserva, desde la misma pestaña, puede reservar rápidamente con descuentos, el avión, tren o alojamiento.

Un servicio de uso compartido del coche online el cual le ayuda a encontrar fácilmente conductores que efectúan el mismo trayecto. Al compartir vehículo, los costes del viaje son divididos e incluso puede desarrollar nuevos contactos profesionales.

Aplicación Smartphone

Descargable directamente desde la página oficial, esta aplicación



Rótulas



Brazos de suspensión



Cabezales de barra de dirección



Barras de acoplamiento

En el mercado del repuesto, el tamaño si importa.

Las cargas dinámicas elevadas, generadas al frenar o en los giros acentuados, exigen un rendimiento extraordinario de la rótula. El mayor diámetro de la cabeza de la rótula, que sólo MEYLE-HD ofrece en el mercado, evita un desgaste prematuro de la pieza, alargando considerablemente su vida útil.

- > Mayor diámetro de la cabeza de rótula
- > Asiento resistente al desgaste, con tecnología aeronáutica
- > Lubricación con Grasa MEYLE, de alta tecnología
- > Disponibles para automóviles, camionetas y vehículos industriales
- > 4 años de Garantía
- > Tecnología alemana, utilizada en todo el mundo



www.meyle.com

Sencillamente dura más.

Eventos

sus clientes. Los expositores que se dirigen más a menudo habitualmente a los distribuidores y a los revendedores tendrán la oportunidad durante este fin de semana de encontrar a los usuarios de sus materiales o productos y podrán, de hecho, mejor aprender sus necesidades y adaptar o hacer evolucionar sus ofertas.

Los tres primeros días del salón serán muy intensos para estos mismos expositores en términos de contactos sobre el salón justamente con los revendedores, los distribuidores y las redes de posventa automóvil que visitarán el salón más bien entre el miércoles y viernes.

EQUIP AUTO propone un nuevo servicio gratuito en relación entre compradores y expositores por encima del salón con vistas a ayudarles a preparar mejor sus citas y maximizar el número de contactos útiles.

Parece que este cambio de días de apertura se ha percibido bien por la mayoría de los expositores.



Vamos a hacer lo que sea posible para atraer a un mayor número de compradores a EQUIP AUTO.

Sobre la internacionalización de la feria, ¿Cree que sigue siendo una muestra interesante como foro de contactos con otros

países a nivel de expositores o visitantes?

EQUIP AUTO es una de las citas europeas más importantes para el sector posventa automóvil. La cantidad de los expositores extranjeros, más de 60 %, y la proporción de los compradores internacionales, el 30 % del número de visitantes, confirman esta afirmación.



(compatible con todos los modelos de teléfono) permite acceder a las Informaciones Prácticas del salón. Reagrupa la lista completa de expositores, la planificación de las conferencias y el calendario de los eventos. Asimismo, contiene un plano interactivo que facilita el trayecto del visitante en los diferentes pabellones del salón.

Trayectos de visitas por temática

Desde mediados de septiembre, los visitantes pre-registrados recibirán varias propuestas de circuitos de visita. Organizados por temática, los trayectos permitirán a cada uno organizar su visita y así optimizar su tiempo en el salón. Los seis trayectos son: "Novedades", "GreenTech", "Taller Digital", "Vehículo Industrial", "Demostraciones" y "Preparación de los vehículos de ocasión".

Apertura nocturna y veladas parisinas "Enjoy Paris"

El viernes 18 y el sábado 19 de octubre, los visitantes podrán aprovechar la apertura nocturna del salón desde las 18 horas hasta las 21 horas, con animaciones y cócteles organizados por el salón y sus expositores. Equip Auto 2013 y

sus colaboradores proponen ofertas exclusivas para los visitantes y expositores, para que puedan sacar provecho de París y del salón. Cada uno podrá gozar de atenciones particulares y de tarifas preferentes en diferentes restaurantes, cabarets, bares y tiendas de la capital.

Salón profesional para profesionales

Salón internacional de todos los equipos y servicios para todos los vehículos, Equip Auto es uno de los principales encuentros europeos de intercambios entre fabricantes, distribuidores y reparadores en busca de nuevos productos, servicios o colaboradores; es un salón de la Federación de las Industrias de los Equipos para Vehículos (FIEV) y de la Federación Francesa de la Carrocería (FFC), organizado por el grupo Comexposium que se va a celebrar en el Parc des Expositions Paris Nord Villepinte del 16 al 20 de octubre.

NOVEDADES

Bosch presenta en la feria dos nuevos dispositivos de pruebas: el **OBD 100** y el **OBD 150**. El comprobador OBD 100 permite leer y borrar 4000 códigos de error.



El comprobador OBD 150 incluye la mismas características que el OBD 100, pero puede leer más códigos de avería (15.000), además de los parámetros específicos y los valores del protocolo del OBD reales con el fin de comprender mejor el origen de los códigos de error. Pequeños, manejables y rápidos de usar, permiten un uso simple y eficaz, el OBD 100 y 150 probadores permiten reparadores realizan un "trriage" cuando los vehículos entran en el taller, antes de que comiencen las demás fases de la reparación. Esto supone que se ahorre tiempo y que las tareas de reparación se programen con mayor eficacia. También proporcionan una solución rápida para borrar los códigos de avería que no requieren reparación. A un precio muy competitivo, también son utilizados por los do-it-yourselfers.

Las **luces traseras de efecto 3D** diseñadas por **Hella** y que se presentaron inicialmente en el Technospace Citroën que adelantaba el nuevo Citroën C4 Picasso, proporcionan a los vehículos una firma luminosa innovadora. Estas luces se verán en el stand de la compañía. Las funciones de parada/



iluminación son realizadas por dos módulos 3D con 15 diodos emisores de luz (LED) cada uno. Una óptica de paredes gruesas asociadas a un espejo semitransparente crean este efecto túnel 3D: Cuando la luz del LED alcanza el espejo semitransparente situado en el frontal, lo atraviesa parcialmente. La luz residual encuentra a su vez espejo situado detrás y se refleja inmediatamente. De esta manera se crea el efecto túnel 3D, a pesar de la baja profundidad geométrica de las luces traseras. Otras funciones de señalización se realizan mediante una tecnología de iluminación convencional. Una versión básica también está disponible con lámparas de un sólo filamento.

Launch presentará en Equip Auto una nueva herramienta de diagnóstico, el **X-431 iDiag**, concebido para smartphones o tablets, integrado en una interfaz de diagnóstico, empleando un pequeño conector DBSCar, certificado con licencia MFI (Made for iPhone, iPad, iPod) de Apple. Propone un software flexible y rápidamente adaptable a cada mercado concreto o a mercado multi regionales (China, Asia-Pacífico, América o Europa).

¿Cuáles son los pabellones internacionales que albergará EquipAuto 2013 y qué países están presentes en la muestra con pabellones o como expositores independientes?

Los pabellones extranjeros son tradicionalmente numerosos en EQUIP AUTO. Entre éstos podemos citar España, Italia o Gran Bretaña en cuanto a Europa del oeste. También acogeremos pabellones de Europa del Este, como Rumania, Bulgaria, la República checa, Turquía. Todavía citemos Marruecos, la India, China, Tailandia, el Taiwán...

Los países representados por expositores directos son todavía más numerosos venidos de todos los continentes, Europa, Asia, Oriente Medio, África...

¿Qué evolución están experimentando las ferias en la era de la comunicación digital?

Las herramientas de comunicación digital forman

parte desde hace tiempo de la paleta de herramientas utilizadas por EQUIP AUTO para promover a sus expositores y atraer a los compradores. La primera herramienta es por supuesto la página web, desarrollada desde hace muchos años, la cual integra las evoluciones tecnológicas más recientes para ser más simples y más eficaces siempre en su utilización. EQUIP AUTO también tiene desde 2009 una versión Móvil de su página web, y lanza este año su Aplicación Móvil, y anima varios grupos en las redes sociales internacionales.

¿Cuáles son las tendencias que EquipAuto está explorando como respuesta a las nuevas necesidades de la industria?

La comunicación digital está presente también en el servicio de las acciones de promoción y de marketing directo. Así EQUIP AUTO propone a los expositores la **E-invitation** con el fin de permitirles ponerse en contacto con sus clientes potenciales de


una manera más rápida, personalizada y económica, y en breve más eficaz.

¿Desea añadir algo más?

EQUIP AUTO 2013 será una edición muy rica en términos de ofertas y propuestas para los expositores pero también en términos de animaciones, de información y de demostraciones en vivo.

Equip Auto se celebrará en un ambiente amistoso y sobre todo muy festivo el viernes, 18 y sábado, 19 de octubre en nocturno.

¡Por fin EQUIP AUTO es también **París!** Es por eso que concebimos este año una libreta **ENJOY París** dedicada a los visitantes y a los expositores que reagrupa las ofertas dedicadas de más de diez socios en numerosos lugares de ocio y de cultura en París (Bares, restaurantes, cabarets, Gran almacén). ¡Para que su participación en el salón sea también una fiesta! ●

 www.equipauto.com



Asegura una función de red social para compartir la experiencia técnica e incluye una gran variedad de servicios de asistencia y de mantenimiento. En modo multitareas, permite gestionar la diagnosis de un vehículo, consultando simultáneamente la base de datos y la comunidad social.

INNOVACIÓN

El Jurado de los **Grands Prix** de Equip Auto 2013 ha preseleccionado 27 dossieres de entre el centenar de candidaturas que se presentaron. Las votaciones finales designarán el próximo 15 de octubre los Trofeos de Oro y Plata para cada una de las cuatro categorías. La entrega oficial de los premios

tendrá lugar el miércoles 16 de octubre en presencia de numerosas personalidades del automóvil y la prensa. Los productos y servicios preseleccionados se expondrán en el Espacio Tendencias e Innovaciones del salón, situado en el Hall 3.

Los Grands Prix se crearon hace 28 años, con motivo de EquipAuto 1985 con el objetivo de promover la tecnología de los productores de toda la cadena de valor del automóvil a nivel mundial. Ya se han convertido en un evento relevante en el sector, acaparando la atención de los medios en Francia y fuera de ella.

Estos premios están organizados por EquipAuto con el apoyo de AFPA (la asociación francesa de la prensa del

automóvil) y la prensa internacional. Las votaciones las realiza un jurado de 80 periodistas de más de 20 países.

PRESELECCIONADOS 2013

Categoría OEM & Nuevas tecnologías (Compañía: Producto)

- **AVA MORADIA:** Refrigerador de baterías
- **BOSCH:** Sistema de actuación hidráulica HAS-hev para vehículos híbridos y eléctricos
- **HELLA SAS:** Luz trasera Hella C 4 para Picasso
- **HUTCHINSON:** Batif
- **PINTURAS MONOPOL:** Barniz SOLAR Monopol Hightech
- **GRUPO SCHAEFFLER:** E-Wheel drive

Categoría Recambio y Posventa (Compañía: Producto)

- **AMILCAR:** plafón automatizado lateral
- **BV CORPORATION-RECORE:** kit de reparación de válvulas en TPMS
- **CERVINKA:** Car Viper sistema de extinción automático de incendio para automóviles
- **era@c3 SAL:** Reparación de electrónica del automóvil
- **FEDERAL-MOGUL CORPORATION:** Eco Friction
- **MANN+HUMMEL-MANN-FILTER:** Precious Plus

Categoría Equipos de Taller (Compañía: Producto)

- **ACTIA AUTOMOTIVE:** Actia CONNECT MultiDiag
- **BOSCH:** Testers OBD 100 y OBD 150
- **COUGAR CORGHI GROUP:** R.E.M.O. Compact
- **FILLON TECHNOLOGIES:** Daisy Wheel
- **FOG AUTOMOTIVE DISTRIBUTION:** S-PROFILER
- **GYS:** GYSPOT INVERTER BP. LQC-s7
- **INNOVACION DE ÚTILES UTILNOVA:** Kit V&M
- **SAM OUTILLAGE:** PEA-Potencia y energía autónomas

Categoría Servicios - Áreas de Servicio - Redes de Servicio - Redes Posventa (Compañía: Producto)

- **3D SOFT-KAIROS-LS:** Kairos-LS Pilotaje de carrocerías
- **ACTIA MULLER:** ActiaVision
- **BOSCH:** Fun2drive
- **DAF CONSEIL:** Cap Services
- **FEDA (Federación de Asociaciones de la Distribución):** Enfoque ECO-Mantenimiento
- **HELLA SAS:** Hella Techworld
- **SNA EUROPE:** Bahco Ergo Tool Management System



Pulsaciones controladas

Lógicamente, todos quisieran tener unos resultados aún más buenos, pero la batería no es uno de los productos que más haya sufrido con la situación. Estabilidad y, en algunos casos, crecimiento, es lo que refieren la mayoría de sus actores.

De hecho, uno de los líderes, **René Calderón**, de Exide-Tudor nos cuenta: "Según datos de Sernauto, y también es nuestra percepción, el mercado ha crecido en alrededor de 360.000 baterías y en todas las aplicaciones, sea vehículo comercial, ligero o motocicletas. Esto es una buena noticia para todo el sector no solo para los fabricantes o distribuidores. Es dudoso que este alza provenga de un parque parado que está volviendo a las carreteras. La tasa de operación por cada 100 vehículos sigue bajando y lleva así más de una década. También es verdad que no a la misma velocidad que en otros ejercicios pareciendo incluso que se estabilice."

Qué ocurre para que ello sea así: en primer lugar, la reducción de las importaciones, debido por un lado a la dificultad crediticia y, por otro, a la legislación mediambiental que obliga a recoger la práctica totalidad de lo que se coloca en el mercado y debido también al parque móvil que mantiene una media de edad elevada, junto con la alta matriculación de vehículo de ocasión.

Sigue siendo un "must" en las tiendas de recambios (los que copan una cuota de casi la mitad del mercado, con una reducción de cuota por parte de los concesionarios que está derivando hacia autocentros, y también al canal independiente, con lo que la competitividad en la oferta calidad/precio está asegurada.

También es una ventaja el hecho de que las nuevas motorizaciones requieran productos que no todos los fabricantes son capaces de ofrecer hace que algunos actores se sitúen en pole; Calderón lo explica así: "la nueva generación de vehículos, sobre todos los equipados con Stop & Start y freno regenerativo obligan a tener que instalar un batería de alta calidad ya que se corre el riesgo casi certero de no superar el periodo de garantía, o lo que es peor, incluso dañar elementos electrónicos y eléctricos del vehículo. No olvidemos que ya no arrancan 2 o 4 veces al día sino decenas de veces y tienen que recargarse más rápido. Estas 2 características solo las tienen las baterías AGM o ECM según la aplicación y el vehículo."

Pero ello esconde una dificultad: la confusión que pueda existir en la tipología de producto necesaria para los modelos con nuevos requere-

mientos en energía; por ello, los fabricantes realizan no pocas jornadas formativas o "road shows" para acercar estos conocimientos a sus clientes y usuarios naturales y, también, al conductor; **Miguel Timmermans**, de DAISA, explica: "Quiero resaltar lo importante que va a ser, para el futuro inmediato, que los talleres reciban formación acerca de los cambios tecnológicos que incorporan los vehículos nuevos que, en unos meses o años, necesitarán sustituir las baterías. Me estoy refiriendo a la perentoria necesidad que tienen los talleres independientes de saber sustituir una batería nueva a un vehículo dotado con el sistema START & STOP. A estas alturas, ya hemos detectado múltiples sustituciones defectuosas (sin borrar códigos de error, colocando baterías no adecuadas, etc., ...) que van en contra de los talleres que no han recibido dicha formación. Los grandes beneficiarios de estos dislates serán, sin duda, los concesionarios de las marcas."

Otros inconvenientes se refieren a aspectos económicos, **Joan Alcaraz**, de TAB Starter Spain nos cuenta: "Los inconvenientes la inseguridad en el cobro y la concentración en grandes clientes que provocan una caída drástica de márgenes. Las ventajas, escasas, aparecerán una vez esta situación se estabilice, para aquellas firmas que hayan superado éste duro período." **Roberto Beesmans** de Yuasa Battery Iberia refiere: "con la situación económica tan difícil, aparecen nuevos actores con precios "agresivos" y con una calidad menor que crea confusión en determinados usuarios."

También hay que tener en cuenta los factores de producción de la batería, como la fluctuación de los precios del plomo, con diferentes aproximaciones, como la que nos cuenta **Timmermans**: "Los frecuentes cambios en la cotización internacional del plomo, que es la materia prima principal de las baterías, obliga a revisar mensualmente los precios, por si fuera necesario realizar cambios. Nosotros hacemos dicha revisión a través del llamado AJUSTE MATERIA PRIMA. Esta aparente 'incomodidad' representa, sin embargo, un ejercicio de transparencia que evita grandes compras especulativas (por subidas)."

Actores del mercado

AZ ESPAÑA, desde las instalaciones de Alcalá de Henares a las que se trasladaron en marzo, son los distribuidores para el mercado nacional de las marcas Banner (56 referencias distintas), BPower (6 referencias que cubren las aplicaciones de mayor rotación), Rombat (20 referencias disponibles) y Strum (30 referencias). Cubren las necesidades de turismos (para el 100% del parque español), Vehículos Industriales, maquinaria OP, ocio (de descarga lenta) uso auxiliar en vehículos modernos, etc. en una horquilla de amperaje que cubre desde 40Ah a 230 Ah www.azesp.com



CONTINENTAL AUTOMOTIVE SPAIN

opera en este mercado con su marca VDO. La oferta no es muy amplia pero propone referencias interesantes como la batería Platinum de plomo-calcio que propor-



ciona una larga vida útil (hasta un 50 por ciento más que una convencional), una gran robustez y se puede almacenar hasta un año sin necesidad de ser recargada, cuestión importante para la tienda de recambios.
www.continental-corporation.com

DAISA es el socio comercial y logístico de JCI para España (con lo que manejan los productos Varta, y también importador y distribuidor de baterías de todo tipo y de productos electrotécnicos. Entre los que se encuentran las baterías Optima para embarcaciones, caravanas, automoción, 4x4, generadores eléctricos, máquinas de limpieza, máquinas agrícolas, aplicaciones solares... (Tecnología AGM, Spirallcelly) y Fórmula Star, baterías tecnología plomo calcio para automoción turismo 30 referencias, baterías para automoción vehículos industriales 23 referencias, baterías aplicaciones solares 7 referencias, baterías para aplicaciones marinas 6 referencias.
www.daisabaterias.es



EXIDE-TUDOR es uno de los líderes del mercado, con una gama de 210 referencias, para Turismo, 4x4, vehículo industrial ligero, pesado, agrícola, motocicletas, caravanas y náutica en amperajes de 25 a 235 Ah en tecnologías AGM (Start/Stop + freno regenerativo) ECM (Start & Stop), calcio/calcio, rejilla expandida/laminada, y baterías orbitales; propone como producto estrella es la gama de camión "HVR", una batería de calcio/calcio 100% libre de mantenimiento, lo que es poco habitual en el segmento de VI y ofrece ventajas económicas, y de seguridad al profesional. Se ha aumentado la ciclabilidad mejorando aún más si cabe la respuesta a demandas energéticas extremas, como es el caso en vehículos con plataformas, grúas, cámaras frigoríficas etc., se ha triplicado su resistencia a vibraciones,

ya que en las pruebas norma EN a superado el mayor grado de certificación con 60 horas a 6G. Siendo la gama más apta para



los vehículos industriales con catalizador AdBlue, donde las baterías van situadas en la parte final de chasis, lo que la expone a un mayor nivel de vibraciones. Su último lanzamiento es un dispositivo de reemplazo de baterías denominado BRT-12 indispensable para los vehículos de última generación, para apagar los testigos de aviso de error de batería en el cuadro de instrumentos y reajustar el sistema de gestión del vehículo. Para actualizar el dispositivo basta con registrarse en la página web, conectarse a la toma USB del ordenador y descargar las actualizaciones las cuales son totalmente gratuitas durante los primeros 2 años.
www.exide.com

HELLA presenta una oferta de 45 referencias en total, una amplia gama de baterías, de las cuales 34 son para aplicaciones de turismo y 11 para aplicaciones industriales, con amperajes de 32 a 225 ah, tanto para turismos, con especial protagonismo para los de 62 y 80Ah, como para vehículo



TAB I batteries

Energy in motion



Potencia a tu medida.

Tecnología punta. El resultado de la investigación y la innovación continuas marcados por un solo objetivo: ofrecerte siempre las últimas novedades.

Baterías de calidad. La gama más amplia del mercado en baterías de arranque, semitracción, estacionarias, tracción, AGM (náutica y caravanning), motocicletas...

Tu aliado en baterías. Te ofrecemos una atención personalizada, tanto en fabricación a medida, como en cursos de formación.

"Para baterías, BATERIAS TAB. Sin duda".



TAB, soluciones integrales... todos los accesorios para tus baterías.

Cargadores, terminales, testers, cables de emergencia, densímetros, pinzas de arranque, cajas para baterías, compensadores de carga para 24 voltios...



Infórmate sobre nuestra amplia red de distribución: ¡Llama ahora!

TAB I batteries

93 719 79 18

www.tabspain.com • info@tabspain.com

[f](#) TabSpain • [t](#) TABSpain

Informe Mercado posventa de las baterías

industrial donde destacan las nuevas variantes de 185 y 225 ah, con separadores de fibra de vidrio que permiten hasta tres veces más ciclos de carga. También sus baterías AGM en 70, 80 y 90Ah, caracterizadas por disponer de un separador de fibra de vidrio absorbente, una tecnología mucho más segura que ofrece un rendimiento mayor ya que permite una ciclabilidad de tres veces más que una batería estándar, destinada en exclusiva a vehículos con sistemas Start & Stop y sistema de freno regenerativo. Como estrella, HELLA Ecology, de tecnología termosellada, lanzada en 2013 que cuenta con una rejilla reforzada que proporciona mayor durabilidad, conductividad y ciclabilidad. Proporcionan al cliente la opción del reciclaje a través de la recogida de plomo. www.hella.es

IMPORMOVIL se basa, fundamentalmente, en la gama Metaltech, para turismo, 4x4, vehículo industrial ligero, pesado, agrícola, barcos, etc. en, plomo/calcio, calcio/calcio, plata, rejilla expandida/laminada, y AGM, para Start/Stop, su último lanzamiento. en unos amperajes que van de 33 a 180 Ah. www.impormovil.es



JASPER TRADINT es una empresa exportadora y distribuidora cuya cartera de productos incluye las baterías Monbat (en exclusiva), los modelos de marca propia Top Star que incluirán en breve una nueva serie en octubre denominada Top Energy, o las baterías de motocicleta Fiamm Moto power bike. La gama Monbat propone cuatro familias de producto, la Dynamic; la Premium; la GEM y las baterías para náutica Megalight Power. www.jaspertradint.com

MAGNETI MARELLI es el importador/distribuidor de las baterías marca Magneti Marelli (gama RUN, ETS, ES, CARGO -para vehículo industrial- y START - para vehículos con sistemas start stop, con tecnología AGM50. Batería con tecnología espiral que, entre sus características presenta arranque 100% superior al de una batería convencional, arranque garantizado de los -40° a los -75° (condiciones extremas), resistencia a las vibraciones, libre de mantenimiento, ninguna pérdida de ácido o fuga de gas/vapores, rápida de recarga y muy baja autodescarga -) y Baterías marca Weber. www.magnetimarelli-checkstar.es

ROBERT BOSCH, su amplia oferta cubre diversas tecnologías (rejilla Power Frame, AGM, EFB...), calidad y prestaciones. Las líneas Bosch S3, S4 y S5 se benefician de la tecnología Silver Technology mientras que la S6 proporciona unas altas prestaciones para vehículos de máxima exigencia gracias a la tecnología AGM con electrolito fijo. Las primeras, libres de mantenimiento aportan una alta potencia además de una duración por encima de la media, una alta fiabilidad así como una constante resistencia a oscilaciones extremas de temperatura. Cuentan con una protección doble para protegerlas de chispas y de posibles explosiones prematuras y, pensando en el distribuidor, el diseño de la tapa sellada evita posibles pérdidas de ácido durante el transporte. Línea por línea, las S3 son la alternativa más económica; las S4, la opción más equilibrada además de disponer de la suficiente potencia para poder ser instaladas en el más amplio rango de modelos mientras que las S5 están pensadas para vehículos de alta gama. Las baterías S6, gracias a la tecnología AGM, proporcionan el máximo rendimiento (su elevada tasa de débito de energía garantiza la salida y entrega de una gran cantidad de energía) y una alta resistencia a ciclos y vibraciones y a inclinaciones y movimientos. Bosch cuenta ya con baterías específicas para modelos equipados con el sistema de parada y arranque Start&Stop, son las variantes AGM y EFB. www.bosch.com



RS TURIA cuenta con su propia marca en una oferta de 20 referencias desde 45 a 230Ah para turismo, agrícola, vehículo comercial ligero y vehículo industrial, y una cobertura del 90%, siendo su último lanzamiento un modelo de calcio/calcio sin mantenimiento, con nuevo diseño y sellado para recuperación de energía. www.rsturiam.com

SDR AUTOMOTIVE desde Montcada i Reixach, Barcelona, proponen su gama de baterías SDR para turismo, todo terreno, vehículo industrial y agrícola, las Baterías Silver (con un 30% más de poder de arranque), las baterías de semitracción, de motocicleta y una serie de accesorios. www.sdrautomotive.com

TAB SPAIN el fabricante presenta en el mercado español las baterías TAB, Topla, KBK, Vesna, Diamant, y Booster, constituyendo una gama de más de 500 referencias con amperajes de 3 a 1500Ah en tecnologías Nanotec, calcio/calcio, AGM, Start & Stop y una cobertura del 98%. Su estrella es la TAB MAGIC NANO que mejora todos los parámetros importantes: incrementa la ciclabilidad, reduce la resistencia interna, mejora la conductividad, aumenta el periodo de vida útil. Pero la última lanzada al mercado es la TAB START & STOP AGM que engloba en una sola batería funciones de arranque y servicio. Incorpora los últimos avances en Nanotecnología adaptada al sistema AGM. www.tabspain.com



JOHNSON CONTROLS AUTOBATERIAS-VARTA/OPTIMA es el fabricante de las baterías Varta y Optima cuyo catálogo de este año incluye las VARTA Start-Stop: baterías para vehículos micro-híbridos (10 referencias) en Tecnología EFB y AGM, la VARTA Dynamic Trio: 45 referencias de baterías de automoción/turismos en tecnología PowerFrame en toda la gama y Calcio/calcio, la VARTA Promotive Trio: 24 referencias de baterías para vehículos industriales en tecnología Plomo/calcio en Promotive Black y Calcio/plata en Protive Blue y Promotive Silver. La VARTA Powersports: 65 referencias de baterías para motocicletas en tecnología AGM, Gel y Estándar la VARTA Professional: 28 referencias baterías para embarcaciones, caravanas y aplicaciones solares tecnología AGM y Calcio /Calcio y las OPTIMA: baterías para embarcaciones, caravanas,



automoción, 4x4, generadores eléctricos, maquinas de limpieza, máquinas agrícolas, aplicaciones solares en tecnología AGM y spiracell. Con amperajes de 3 a 260 Ah; la más vendida es la VARTA BLUE dynamic

que incluye la tecnología patentada PowerFrame y que, gracias al diseño de la rejilla positiva, ofrece una clara mejora en la vida útil, seguridad y potencia de arranque en frío de la batería, desde el primer arranque. Pero las recientemente lanzadas son las VARTA Start-Stop siendo líder en primer equipo Start-Stop con baterías AGM con una resistencia a los ciclos aun mayor y una mejor capacidad de recarga, especialmente necesario cuando, además de la función Start-Stop, también se utiliza la recuperación de energía de frenado y otras tecnologías de ahorro de combustible. Las VARTA Start-Stop EFB (Enhanced Flooded Battery) han sido concebida especialmente para vehículos con función Start-Stop básica.

www.varta-automotive.com
www.varta-startstop.com

YUASA BATTERY IBERIA son los fabricantes de las baterías de la marca Yuasa y GS que este año cumplen 10 de presencia en nuestro país como filial. Disponen de una gama que va de 30 a 220 Ah, en aplicaciones para Turismo, 4x4, Vehículo Industrial, Agrícola, Caravanas, Nauticas, Moto y en tecnologías Agm para Start-Stop, EFB, Calcio-Calcio para turismo. Entre su amplia oferta, destacan como estrellas las "096 Professional", una batería de 74ah, Calcio Calcio, sellada y



con ojo Mágico, pero su último lanzamiento es la gama AGM destinada a vehículos con tecnología Start-Stop que se compone de 7 referencias desde 33 ah hasta 95ah.
www.yuasaiberia.com

EL MERCADO, SEGÚN ALGUNOS ACTORES

"El año 2012 fue un año brillante en lo que a nuestras ventas se refiere. La climatología nos resultó de gran ayuda, al haber temperaturas extremas, tanto durante el invierno como durante el verano. También hemos de reconocer que los problemas de suministro de alguno de nuestros competidores contribuyeron a los resultados logrados por nuestra compañía. A estas alturas, somos bastante optimistas respecto a cómo va a acabar 2013. El primer trimestre indujo a pensar en un año estable tirando a flojo pero,afortunadamente, el segundo trimestre y las ventas habidas hasta la fecha, nos hace prever un resultado incluso superior al del 2012, con un fuerte crecimiento." **Miguel Timmermans, DAISA**

"El primer semestre del año está siguiendo una línea de crecimiento parecido al 2012 pero habrá que esperar a la temporada alta que es el último trimestre del año.

Todo apunta a que será mejor que el año anterior. No sabemos cuánto durara esta tendencia porque aunque es cierto que un parque antiguo favorece la tasa de operación ya que estamos en 9,4 años de media cuando hace solo 4 años estábamos en 7,5. Las matriculaciones no dejan de batir records a la baja, estando ya aniveles de los años 80 y el parque total de vehículos no varía y amenaza con decrecer de nuevo. Estos dos últimos datos no auguran un futuro prometedor para nadie en el sector, por lo que el crecimiento se debe en parte a ese parque más antiguo y la desaparición de muchos importadores cuyas ventas no salen reflejadas en estos estudios." **René Calderón, Exide-Tudor**

"En el año 2012 tuvimos un año francamente bueno en lo que se refiere a nuestra compañía. Los meses de verano así como los de invierno que registraron temperaturas muy altas y bajas respectivamente, ayudaron a impulsar las ventas de nuestro producto. Todo apunta a un año, en general, con un mercado estable. Nuestro mercado es muy maduro y la influencia de los vehículos nuevos de hace 3/4 años no facilitan un crecimiento del mismo. Sin embargo nuestra empresa terminará con un importante crecimiento sobre el año 2.012." **Rocío Fernández, Johnson Controls-Varta**

"2013 está resultando, a priori, más complejo de lo que podíamos preveer; si bien es cierto que mantenemos nuestra tendencia a crecer, probablemente cerraremos éste ejercicio con porcentajes de crecimiento más modestos que en años anteriores. La razón fundamental no es otra que la persistente dificultad económica de nuestro país, situación que está provocando una recesión en consumo que termina por afectar a toda la cadena." **Joan Alcaraz, TAB Starter Spain**

"El mercado de la batería seguirá siendo bastante estable como lo ha sido estos años atrás. Pese a la situación económica adversa, estamos ante un producto que si está sujeto a fuerte competitividad en calidad y precio, pero que no tiene grandes variaciones de mercado." **Roberto Beesmans, Yuasa Battery Iberia**



Nos reunimos con directivos de Reynasa y de Tudor para charlar sobre el mercado de baterías y, de paso, sobre aspectos generales de la posventa



Baterías y sector

Las novísimas instalaciones de Reynasa en Alcobendas sirvieron de marco para albergar la puesta en común entre distribuidores y los directivos de Tudor sobre el mercado de baterías y distintos temas sectoriales.

Antonio y Luís Miguel López, directivos de **Reynasa**, **René Calderón**, director de marketing y **Pedro López**, responsable de zona de **Exide Technologies**, responsables de **Tudor**, se reunieron en las instalaciones del distribuidor en Alcobendas para reflexionar sobre los temas más relevantes del mercado de la batería en posventa, desde sus distintas perspectivas, junto con temas globales.

En un momento de reestructuración como es este, ¿cómo se vive la actualidad del mercado de la batería en posventa?

Pedro López: Desde nuestra visión como fabricantes, vemos que se está derivando el interés hacia el precio, con unas ventas muy estables y algo de reticencia hacia un producto novedoso como las AGM o Gel, porque no lo conocen bien; aunque los modelos equipados con start-stop las monten, así que los fabricantes estamos intentando darlas a conocer, porque, además es una gama corta que cubre un parque amplio.

René Calderón: Para nosotros, ese tipo de baterías supone una oportunidad para el mercado. Exigen calidad, y solo los grandes fabricantes pueden darla: si no se equipa una batería correcta en los modelos que necesitan esas tecnologías, no se llega ni a la mitad del periodo de garantía exigido, a veces no llega ni a meses, con lo que se generaría el problema de quién asume esa garantía.

Antonio López: También falta ver cómo te la han pedido, si la referencia es la correcta ya desde el inicio, de ahí la importancia de la actividad de los fabricantes informando sobre las nuevas tecnologías y su correcto uso. Considero que el mayor problema que tienen esas baterías y, en general los artículos con pocas referencias es que es más tentador llevar al mercado productos con mala calidad, ya que con pocas referencias se cubre un 80% del mercado.

R. C.: Pero esto está cambiando; las referencias se van incorporando, así que en 3 o 4 años es posible que lleguemos a 12 disponibles en nuestra oferta. Y sobre los cursos, estamos realizándolos todos los meses entre todos nuestros distribuidores.

En cuanto a precios, es difícil aplicar subidas de precio de la noche a la mañana porque requiere un protocolo (cambiar tarifas, avisar al cliente, que éste lo incorpore en sus sistema y hacerlo efectivo) que puede durar hasta dos meses.

A. L.: Ha habido años con tres y cuatro subidas por año por el plomo. Y como compradores aprovechamos para proveernos.

En cualquier caso, entiendo que la batería es un producto barato, no ha subido tanto de precio: hay mucha marca privada, hay mucha competencia, por lo que el fabricante ha tenido que ajustarse.

R. C.: Antes había dos marcas; Tudor tenía el 75% y FEMSA (hoy Bosch) el 25%, no existían marcas privadas.

A. L.: Está bien comprar barato, pero considero que cuando un recambio tiene más valor, más margen se le puede sacar. Se trata de comprar mejor que tu competidor. Cuando nos quejamos de los precios a los fabricantes no es porque sean caros, sino porque hay quien está vendiendo más barato porque ha comprado con otras condiciones.

¿Cómo está el tema de las importaciones oportunistas a bajo coste?

R. C.: Está parado porque no hay crédito; eso nos ha ayudado a todos. También el tema de las baterías usadas: estamos obligados por ley a recuperar el 90% de lo que se pone en el mercado. Pero hay importadores de un cierto tamaño que, de haber crédito, realizarían esa práctica. En muchos casos, las importaciones son de calidad, al menos, dudosa: un producto que experimenta distintas temperaturas, oscilaciones en los contenedores durante meses no está en las mejores condiciones aunque haya salido perfecto de fábrica. Las baterías chinas (excepto las de moto) no tienen ni los mismos procesos ni los mismos controles medioambientales. Hay que tener cuidado, porque ha habido actores que han desaparecido por no responder a las garantías.

A. L.: En Asia hay distintos niveles de baterías. Las hay buenas, pero es muy caras traerlas aquí, además existe el coste de la caja que contienen



Luís Miguel López,
director comercial de
Reynasa.



Antonio López,
gerente de Reynasa



René Calderón,
director de marketing de Exide
Technologies.



Pedro López,
delegado de zona de Exide
Technologies.



los electrolitos (hay pocos fabricantes en el mundo) que es fijo...o sea que no compensa traerlas, así es que según qué importaciones hay que mirarlas con lupa para controlar la calidad, que no puede ser la misma.

¿Qué pasa con el tema del reciclaje?

R. C.: Nosotros llevamos toda la vida recogiendo las baterías, porque nos interesa recuperar ese material.

A. L.: Hay desconcierto porque no todos los fabricantes marcan los precios de la misma forma: con el plomo incluido, con el plomo desglosado (como un canon, cosa que me gustaría que los fabricantes, me dierais las razones de esa práctica)...parece que (comparativamente con otras) la batería cuesta menos; además, hay que ser "chatarro" para conseguir el abono de los que facturan con el plomo desglosado; algunos distribuidores juegan con eso para sacarle dinero al plomo (sin ser gestor de residuos, declarando que son garantías, por ejemplo); obliga a tener espacio de almacenaje y medios de mover contenedores para cuando sea el precio adecuado. Nosotros preferimos pagar el importe completo. Otra práctica que se lleva a cabo y con la que no estoy de acuerdo es que, a cambio de una determinada recogida, regalan baterías: si se regalan yo no gano nada, así que no me parece bien.

R. C.: Sobre esa práctica, yo creo que es para tener al cliente más cautivo, porque tiene un saldo a recuperar.

P. L.: Nosotros no lo hacemos, porque es más fácil y transparente cobrar todo.

Hablemos de acciones para dinamizar el mercado, ¿Qué se está haciendo? Y, una vez hecho, ¿sirve para hacer crecer la venta?

P. L.: El mercado de la batería es muy estable, no hay grandes crecimientos.

A. L.: Pero los fabricantes han crecido: por la reducción de las importaciones y por el mercado de vehículos de segunda mano.

R. C.: Siempre se ha dicho que el mercado de segunda mano y un parque más antiguo favorece a la posventa, pero no hay que perder de vista que el kilometraje en el recambio de batería ha aumentado de 51 a 66.000. La tasa de operación ha bajado desde 2001, que estaba en un 24%, a un 12,4%, duran más y se gestionan mejor gracias a los elementos electrónicos.

Si se ha crecido es por la ausencia de las importaciones y porque una parque del parque (en turismos y V.I.) que estaba parado se ha reactivado. Antes se cambiaban más baterías, y pero duraban menos y eran de menor precio.

A. L.: En las grandes superficies se siguen vendiendo, y la venta en mostrador ha crecido algo.

¿Es la batería un mercado de promociones, ofertas?

R. C.: Para el usuario final, no; a lo mejor se le puede convencer para que emplee una gama superior o una primera marca, y a nuestros clientes para que estoken durante un periodo más, pero el volumen general del mercado no varía.

A. L.: La diferencia entre tener o no éxito en una promoción es que el regalo sea atractivo para el cliente.

Luís Miguel López: La batería es un producto que nosotros siempre tenemos en campaña, porque es de los pocos productos que el taller almacena (junto con aceite o anticongelante), el resto se lo llevamos tan rápido que no les merece la pena estocar. Nosotros, el 70% de los pedidos los llevamos entre media hora o 3/4; no conozco gente que tenga nuestra agilidad, por eso nos temen cuando llegamos a las zonas, y eso que hay gente muy competente, competidores a veces pequeños pero con una tasa de fidelidad de los talleres muy alta, que es el competidor más difícil de vencer.

R. C.: Es cierto que la distribución española tarda de media entre un hora u hora y media en llevar un producto al taller, es de las mejores de Europa.

¿Qué factores favorecen a la hora de introducir las nuevas tecnologías?

R. C.: El parque. En la actualidad los vehículos que las montan son unos 200.000 pero eso se va a incrementar, en los próximos 10-15 años, a la mitad del parque mínimo; la introducción de los sistemas start stop las han generalizado porque, de hecho, ya existían para vehículo de alta gama, era un nicho.

¿Qué pasa con los vehículos híbridos y las baterías que necesiten? Porque de los eléctricos mejor ni hablamos...

R. C.: Mi opinión personal es que el híbrido es el futuro, pero las baterías no serán ni de litio ni de plomo. Habrá que buscar otra materia prima.

Los eléctricos se han vendido solo 700 de los previstos inicialmente y porque estaban subvencionados, ya que valen un 30% más. Evidentemente va a avanzar, pero no será nuestro problema profesionalmente, por lo menos en 20 años.

¿Y los talleres, se preocupan de ese futuro que va a llegar?

L. M. L.: Muy pocos; los hay que, aún habiendo asistido a charlas siguen montando baterías incorrectas.

Es verdad que los hay con buen nivel, pero desafortunadamente son más numerosos los que no hacen bien las cosas, porque información y medios tienen, pero no los emplean bien, piden recambios que no son correctos y encima te cuestan garantías comerciales.

A. L.: Quizá cuando se generalice el producto en el parque y haya habido más errores, estarán atentos y serán más conscientes, entre tanto, habremos tenido que conceder garantías comerciales y habremos desarrollado el Call Center como para que en los pedidos se les hagan preguntas que supongan eliminar errores, que es parte de nuestro trabajo y un servicio para el cliente, con el fin de que todo el proceso de reparación se agilice. Para eso sería fantástico que se pudiera acceder al número VIN, y desde ANCERA se está defendiendo.

¿Qué pasa con los mensajes de avería?

R. C.: Pues que es necesario tener un equipo para borrar los mensajes de error (en ocasiones hay que introducir un código) para que el sistema electrónico reconozca la batería no se acumulen los mensajes y se bloquee el arranque.

Lo cual es una estrategia del constructor para controlar la posventa...

R. C.: Totalmente.

A. L.: Pero en el recambio independiente eso también se puede hacer, aunque hay que estar preparados. Es cierto que algún fabricante de baterías ofreció un aparato para ello, pero casi todos los fabricantes de equipos de diagnóstico lo han integrado.

El hecho de que, en un futuro, vayan a generalizarse las nuevas tecnologías en baterías y que no haya muchos fabricantes que puedan ofrecerlas, ¿supondrá que las marcas presentes en el recambio se reduzcan, aunque la situación económica evolucione favorablemente? ¿a quién va a beneficiar?

R. C.: El parque de micro híbrido es reducido, así que aunque fluya el crédito en dos años, no veremos muchas marcas; pero en 10-15 años, la situación podría cambiar y nos afectará negativamente a todos los que fabricamos en Europa.

Creo que cuando se active la economía habrá un boom del mercado de la batería porque se aumentará el uso del vehículo, el kilometraje, tanto en coches que hayan estado parados como en vehículo industrial.

Entre dos y cuatro años después de la reactivación creo que será cuando asistamos a la renovación del parque.

A. L.: Yo creo que hay que ser optimista ante el futuro, porque la situación de los distribuidores (y estoy pensando en socios de mi Grupo, Serca), no es ni mucho menos grave como para temer; incluso se ha crecido.

Quien está saneado, ha invertido y no reducido stocks, quien haga las cosas bien, aunque se tarde seis años en que el crédito fluya, seguirá prosperando; no se van a vender vehículos tan fácilmente. Y nuestro sector no ha sido el que ha sufrido la crisis con más crudeza, y dentro de nuestro sector, hay segmentos más castigados (como vehículo industrial).

¿Y cuántos distribuidores hay en España que estén en esa situación saneada?

R. C.: Creo que la distribución en España ha sabido aprovechar bien las oportunidades que se abrían con las debilidades de los concesionarios y de otros competidores. En general se mantienen con buen nivel.

A. L.: Creo que los distribuidores que estén en la situación que mencionábamos van a hacerse más grandes y otros recambistas más pe-



Antonio López expone sus opiniones y es escuchado con atención por René Calderón.

queños desaparecerán, porque no podrán competir; es posible que los puntos de venta no varíen (una de las ventajas de la distribución española es la capilaridad y la logística impecable), pero los actores sí. En Madrid, por ejemplo, existe una gran distribución que va a resistir y saldrá adelante creciendo.

P. L.: Pero es cierto que existen situaciones que sorprenden, como que una población de 30.000 habitantes tenga 5 tiendas de recambio y 3 de Grupos.

A. L.: Es verdad que en determinadas zonas, con tan pocos habitantes y tanta competencia, la situación no es la misma que aquí en Madrid, y se montan tiendas porque lo ha hecho la competencia; eso no es rentable; no es nuestro caso: hay que pensar cómo se hacen las cosas, qué medios se ponen y qué mercado hay.

¿Cobrar los albaranes?

A. L.: Es difícil ponerse de acuerdo, además de que no es legal. Pero sí estamos implantando, mediante estudios CRM, en tener clientes A, B y C, clientes en los que no podemos invertir el tiempo y el esfuerzo por las compras reducidas que nos hacen.

Otra fórmula es cobrar un porte, pero si hay determinado gasto mensual se hace el abono; se pone en valor nuestro trabajo.

¿Morosidad en el mercado de la batería?

A. L.: Nosotros tenemos muy pocos impagados porque estamos muy encima. Pero sorpresas hay siempre. Dificultades de pago las hay, porque no hay liquidez; creo que mucha gente quiere pagar pero no puede, y nos llaman para pedir un aplazamiento y se negocia; pero para evitar la morosidad trabajamos con las reaseguradoras, que miden el riesgo en base a estudios y clasificaciones, y señalan los que son problemáticos; a esos les cerramos la cuenta y pagan al contado. La solución es más inmediata, no esperas a que la cantidad sea grande.

R. C.: Hay problemas que ves venir y puedes atajar, pero otras veces te llevas sorpresas. Y renunciar a ventas no es fácil.

¿Cómo ha beneficiado al mercado el comercio electrónico en la relación distribuidor-fabricante?

A. L.: Llevamos un proyecto desde hace dos años ya que queremos que el cliente tenga el stock real, sus condiciones, acciones promocionales, etc. es una página muy completa que está funcionando bien porque es una ayuda, no lo dificulta; empezamos en junio con las grandes tiendas y en Julio entraban entre 60 y 80 pedidos diarios. Este mes vamos a abrirlo a más clientes.

L. M. L.: La mitad de las páginas que hay en el mercado son "pidepiezas" y eso no es comercio electrónico. Hay que introducirlo paulatinamente entre los talleres para que funcionen y generen beneficios, porque las licencias cuestan dinero; quizá que de aquí a un año un 15% de los pedidos sean de ahí.

R. C.: Estoy de acuerdo; de hecho el interfaz TecCom tiene mucho tráfico; trabajamos con varias plataformas, entre ellas EDI, pero enfocados a grandes superficies porque sigue teniendo peso el teléfono. ●

EQUIP AUTO

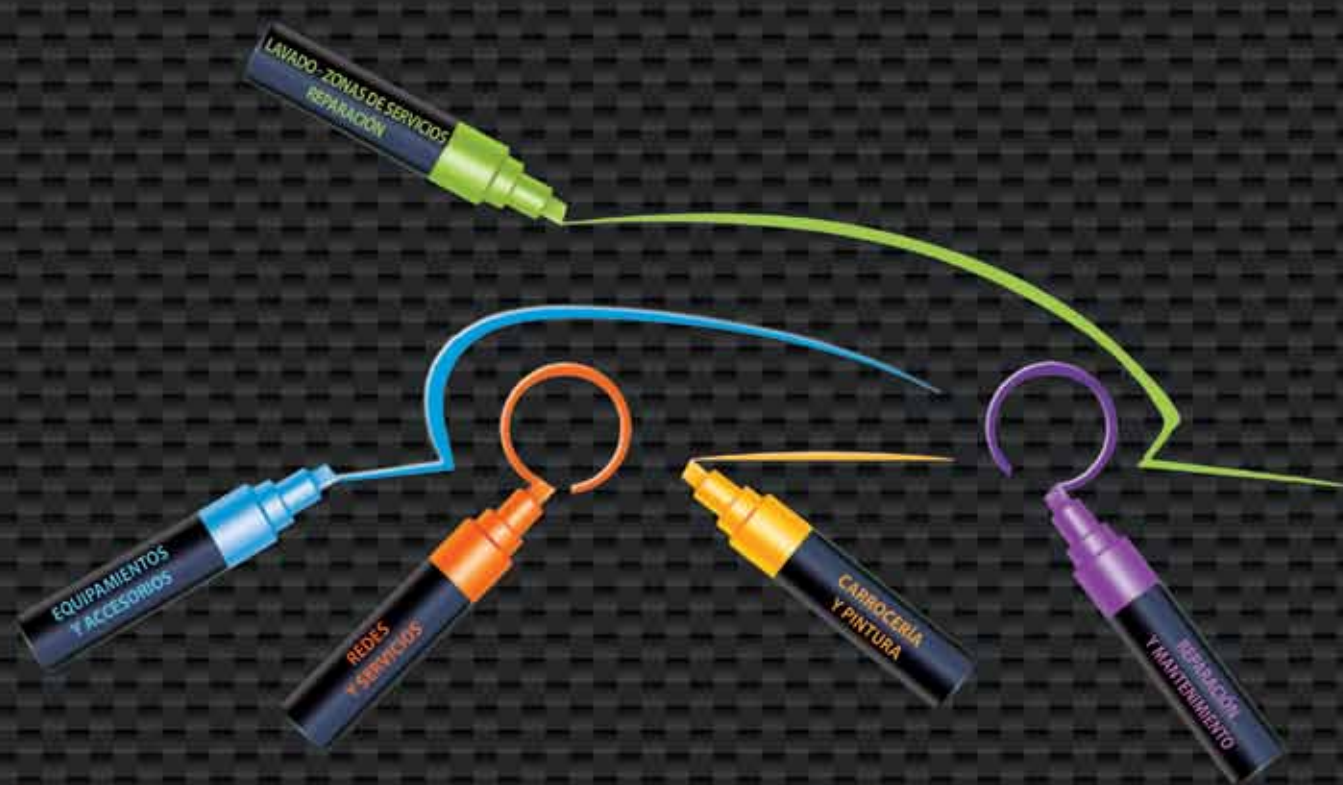
DEL 16 AL 20 DE OCTUBRE

PARC DES EXPOSITIONS • PARIS NORD VILLEPINTE

2013

NEGOCIO, INNOVACIÓN, INTERCAMBIOS
EL SALÓN COMPLETO Y DISTENDIDO

PARA LOS DISTRIBUIDORES Y COMPRADORES DEL POSVENTA



NUEVO EN 2013

- ✓ Recorridos de visita adaptados a sus centros de interés
- ✓ Citas de negocios
- ✓ Foros internacionales y espacios de demostraciones
- ✓ Ofertas para facilitar su venida y aprovechar París

Pida su pase
www.equipauto.com
Código : APMRYT



Del miércoles al domingo de 10h a 19h con horarios nocturnos el viernes y sábado (21h)

Para más información : www.equipauto.com

PROMOSALONS ESPAÑA, S.L.

Tel: +34 932 178 596 - spain@promosalons.com

en colaboración con
comexposium

FPC
Fédération Française
des Professionnels de la
Carrosserie

Fédération des
Industries de
l'Automobile
Equipement pour
véhicule



Un Fabricante y un Taller: Johnson Controls (Varta) y Tecnoinyección Maresme; dos profesionales cara a cara: Carlos Lorente y Xavier Gallèn; y el cielo como escenario...

Baterías de al

Subimos a Carlos en la avioneta pilotada por Xavier, y paseamos por los cielos de Barcelona, en una soleada mañana, en la que, cómo no, se habló de baterías...

Aero Club de Sabadell, 10:00 de la mañana; nuestros héroes se dirigen decididos al hangar, tras comprobar el plan de vuelo; comprueban el aparato, miran el horizonte, se ajustan el equipo, despegan. Su objetivo: el cielo infinito....

Aunque parezca el principio de una novela de acción, lo cierto es que esto fue lo que se hizo ese día, con la inestimable colaboración de **Xavier Gallèn** gerente de **Tecnoinyección Maresme** que es un laboratorio de inyección de Premià de Mar, heredero del negocio de su padre, que estaba en Barcelona desde hacía 50 años y donde se realiza la reparación de bombas de inyección diésel y turbos, siendo servicio autorizado **Bosch** y servicio oficial **Delphi**, aunque también se dedica a la reparación de mecánica general; Xavier pilotaba la avioneta, y **Carlos Lorente**, director general de **Johnson Controls** para España y Portugal, nos prestó su tiempo y se prestó a ser pasajero, acompañado por **Ernest Viñals**, director adjunto de **CEI Arsis**, editorial de **MRyT**, www.mryt.es, **ElectroCar** y **MotoTaller**.

Tras disfrutar de la panorámica aérea, un ratito de charla para poner en común aspectos del mercado de las baterías desde las distintas perspectivas como taller y como fabricante. Y este es el fruto de esa conversación...





tos vuelos



Por fin, le desvelamos a nuestro invitado el lugar de la cita.



En el aeródromo, justo antes de revisar el plan de vuelo...



Revisando el plan de vuelo...

Baterías usadas, baterías nuevas...una visión del mercado

Xavier empieza la conversación afirmando ser cliente de **Varta**, de la mano de su distribuidor **Cecauro** y en seguida Carlos le pregunta por cómo gestiona las baterías usadas, que recoge y entrega a la gestora de residuos que le remuneran. Carlos nos reconoce: "usamos la recogida como arma de venta: cualquier cosa que se pueda utilizar para atraer al cliente a tu casa, bienvenido sea; el importe del plomo aparte lo hacemos por dos razones: para ser justos en el mercado con los precios -por las fluctuaciones de plomo- la transparencia la segunda es la transparencia en el pago; y funciona muy

bien" y Xavier nos cuenta cómo **Radsa**, su distribuidor para las baterías Bosch le cobra un canon por el plomo...pasamos a hacer un chequeo del estado del mercado de la batería y Carlos nos dice: "nosotros fabricamos unos 15 millones de baterías en España -Burgos y Guardamar de Segura- el país que más fabrica en Europa, y debo decir que el mercado de baterías en primer equipo está tocado, pero en reposición pese a los estudios que indican caídas de un 1% respecto a 2012, pero nosotros no lo estamos notando; hemos tenido dos dígitos de incremento, respecto al año pasado que también tuvimos crecimiento en dos d; y más en Portugal que en España, porque allí algunos distribuidores tienen problemas financieros y no se les suministra si no pagan, así que los solventes captan esa cuota de mercado que los otros



Cotilleando el parque móvil...explicando características





↑ **En pista.**



Este es el aparato...



Últimos retoques



La cola, siempre importante...



perden, con lo que este año será nuestro récord de toda la historia: tenemos un 99% de tasa de servicio en todas las referencias, una característica de nuestra compañía en Iberia" cuando le decimos que su competidor directo también refiere buenos resultados se alegra y convenimos en que el mercado de la batería no está tan mal como otros.

¿Vehículos eléctricos?

En un vuelco de la conversación, nos encontramos hablando del vehículo eléctrico, del que Xavier dice no estar convencido "a mí no me gusta porque al usuario le hacen pagar toda la evolución tecnológica; nos lo venden como el futuro, pero estoy convencido que es una transición hacia otra fuente de alimentación: pila de hidrógeno o lo que sea, aunque crecerá". Pero Carlos reflexiona sobre las unidades que se prometieron desde el anterior Gobierno: "fueron perdiendo ceros...el parque español es de 300 unidades y las baterías, además, cuestan 10.000 euros y duran diez años. No creo que yo las vea vender en reposición, aunque las vendamos en primer equipo; las que sí vendemos son las de litio para sistemas 'start stop', que son absolutamente distintas a las convencionales".

La correcta batería

Xavier nos explica sobre la batería: "es un producto que se cambia cuando no queda más remedio y, desde que se añadió calcio -y vosotros los fabricantes



¿Y el indicador de batería? Ah, que no hay...



Distintos modelos...



En el aire, comunicación...



Encendiendo motores...

El plan de vuelo...

veréis lo que hacéis-, no avisa y se muere" Carlos replica: "las necesidades de los sistemas electrónicos requieren una tipología determinada de baterías, y muchas veces se sustituyen baterías que no corresponden a las necesidades de los modelos y las baterías 'mueren por infarto'; el Calcio no tiene nada que ver porque es para evitar la corrosión de las placas". Y Xavier apunta "hay modelos que tienen baterías para el arranque y otras para alimentar la electrónica". Que no son como antes, vaya...y de repente pasan revista a las tropelías que se les hacían a las baterías que no estaban selladas: rellenar con vinagre, con agua del grifo o de mar, poner un tornillo para cortocircuitarlas poco antes de que finalizara el periodo de garantía...

Pero se conviene en que es un elemento que necesita cambiarse y por eso no ha caído ayudado porque el parque de media de edad del 10,1, lo que ocurre en el cambio para esos modelos es como nos cuenta Carlos: "un usuario que cree que en tres años podrá cambiarse del vehículo no quiere invertir en una batería de determinado importe." "Pero los que se quedan sin batería por la mañana y tiene que ir a trabajar no regatean", nos cuenta Xavier, que añade "hay épocas más proclives a que haya cambios de baterías: con los cambios de temperatura de frío a calor o de calor a frío".

Stock o no stock, that is the question...

Le preguntamos a Xavier si estoca: "lo mínimo, un par de las referencias de más rotación, porque mi distribuidor me la suministra en 10 minutos, estoy en una zona urbana". Carlos refiere que muchos distribuidores hacen los mismo. Y Xavier matiza que los distribuidores reducen los productos en stock porque las logísticas de la cadena han evolucionado mucho, sin incrementar mucho el coste, aunque Carlos comenta que ni drásticamente ni en todas las zonas, y Xavier tiene que reconocer que es verdad y que los talleres son muy exigentes y estrechan los márgenes de beneficio del distribuidor.

Valor y precio...

Carlos apunta hacia los valores añadidos: "creo que los talleres en España sois los más exigentes de toda Europa y la distribución tiene unos gastos inmensos; todos los actores de la cadena de distribución debería entender cuál es el valor añadido del otro y cobrar por ello, no por otros conceptos (una batería sigue siendo un buen producto con un margen de 30 o 40); Varta no es la más barata, pero tenemos una calidad excelente, unas fábricas excelentes, un servicio excelente, y debemos ponerlo en valor, puesto que entendemos que el mercado nos pide que seamos los mejores para satisfacer al usuario-taller, que al final no va a cuestionarlo; luego se le premia por la batería usada, o darle un regalo con revisiones gratuitas de la batería, para que vuelva al taller: eso es fidelizar; estamos negociando demasiadas veces con la variable 'precio' y ahí perdemos todos".

Marca privada, marca premium

Preguntamos sobre la proliferación de la marca privada y Carlos explica que no ha crecido y que no es lo que el fabricante quiere, pero se le debe



Aerovistas de lujo desde arriba...



Y desde abajo...



Carlos Lorente (izquierda) y Xavier Gallèn, en un momento de la interesante charla.

dar al cliente; para Xavier hay marcas privadas (cuando se sabe quién la fabrica y es un productor reconocido) y marcas blancas (las que no conocen las procedencias), y se conviene que el tema es luchar las garantías: exigir facturas, y no asumir cualquier cosa para evitar pérdidas a toda la cadena de distribución.

Bricolaje e importaciones

Cambiamos de tercio y pasamos a el bricolaje o la compra en la distribución abierta: "Aproximadamente un 20% de todas las compras del usuario final vienen de los autocentros (un 6%, con tendencia a reducirse) o hipermercados (un 17% y crecen)", nos dice Carlos de lo que ellos denominan el canal 'retail', "y unas veces lo compran para montarlo él, pero ahora acuden al taller para que se la cambien".

Cuando les hablamos de las importaciones, nos explica Carlos "se ha ido minimizando: primero por la falta de crédito y después por la Ley de Residuos de 2008 que obliga a hacerte cargo de lo que colocas en el mercado y es punible", aunque Xavier confiesa: "a mí no me han ofrecido baterías de fuera" aunque Carlos le explica: "hay marcas que creéis que son de fábricas europeas y no lo son, y ha habido que volver a proveerse en Europa por la de problemas que ha habido; en 2007 era una barbaridad la de marcas en el mercado que había y ahora no".

Problemas

Cuando reflexionan sobre las ventajas (márgenes, pocas referencias con mucha cobertura) e inconvenientes de este producto se apunta al cumplimiento de la legislación medioambiental y el peso. Ahí surge el nombre del Gremi de Tallers de Reparació de Barcelona, por el tema de las exigencias al taller como gestor de residuos y los gastos que generan...aunque se conviene que es un residuo con valor.

Formación y Comunicación

Carlos termina la conversación haciendo una llamada a que los talleres demanden a sus distribuidores formación y visita a las fábricas, porque se manifiestan encantados que recibirles; y recuerda su Road Show de 2012, que supuso un plus formativo para el taller. Y Xavier coincide en que el distribuidor debería aportar acercamiento hacia el taller, que es el que está a pie de usuario. Información transversal. ●



Xavier compra Varta para el taller...



Carlos explica su perspectiva sobre el mercado.



Tranquilamente, una puesta en común entre amigos...

39
Noticias42
Noticias CESVIMAP43
Informe:
Barnices 'anti-scratch'

NOTICIAS

AXALTA COATING SYSTEMS LO ANUNCIÓ RECIENTEMENTE EL NUEVO NOMBRE DE DUPONT REFINISH SERÁ CROMAX

Axalta Coating Systems ha anunciado que Cromax será el nuevo nombre de la marca DuPont Refinish, marca global líder de pinturas para la reparación de automóviles. Con un nuevo logotipo que transmite el espíritu de la marca, el lanzamiento de Cromax forma parte del compromiso continuo de Axalta con sus clientes de liderar la fabricación de tecnologías de alto rendimiento.

"El nombre Cromax y su dinámico logotipo proporcionan un aspecto fresco y nuevo a la excelente línea de productos de repintado que goza de gran lealtad entre los miles de clientes de talleres de carrocería, distribuidores e importadores involucrados en el negocio de repintado en todo el mundo", explicó Charles Shaver, Presidente y CEO de Axalta Coating Systems. "Cromax es un

nombre muy bien establecido y conocido en todos nuestros mercados. Lanzamos el nombre de Cromax para englobar una oferta de productos que en conjunto proporcionan a nuestros clientes soluciones desde la recepción del vehículo hasta la entrega del mismo".

Cromax está comprometida con la productividad y el éxito del taller, respaldada por productos diseñados para una aplicación fácil, rápida y precisa. Cromax incluye todas las excelentes líneas de productos que hoy forman parte de la gama DuPont Refinish como Cromax Pro, la base bicapa Cromax, Chroma Premier, ChromaBase y Centari. La tecnología, fórmulas y calidad de los productos se mantienen para seguir proporcionando a los clientes soluciones innovadoras.

La implantación de la nueva identidad corpora-



tiva de Cromax en toda la gama de productos se realizará de forma progresiva. El anuncio es el primer paso en este proceso. Las nuevas etiquetas de Cromax llegarán al mercado a principios de 2014. Mientras tanto, todos los productos, herramientas de color y otros recursos con el nombre de DuPont Refinish pueden seguir siendo usados por importadores, distribuidores y clientes de talleres. ◀

www.cromax.com

LA LIJADORA, PARA PEQUEÑAS REPARACIONES, Y LOS DISCOS, PARA ACABADOS CON SOPORTE DE FILM MIRKA: DISCOS POLARSTAR Y LIJADORA ORBITAL ANGULAR AOS130NV EN LA RED DE PSA PEUGEOT CITROËN



La Serie Polarstar®SR de 32mm (1-1/4") de la mano de **KWH Mirka Ibérica** la conforman discos para acabados con soporte de film, ideales para pequeñas reparaciones de pinturas y barnices. Están diseñados para eliminar rápidamente suciedad

de y otros defectos de la superficie, produciendo un modelo de rayado fácilmente eliminable con el pulido.

Las hendiduras en la superficie del disco eliminan los residuos originados cuando se lija.

Diseñada para su uso con lijadoras para acabados MROS125 y MROS150 Disponibles en granos de 3, 5 y 7 µ, con presentación en paquetes de 100 unidades o en rollos de 500 unidades.

Por otra parte, Mirka ha añadido una nueva lijadora de acabados a su gama de maquinaria. Se trata de una máquina orbital de pequeñas reparaciones con un plato de 32mm, la lijadora orbital angular AOS130NV El sistema de conexión del plato a la máquina se basa en el sistema de "bloqueo rápido", el mismo que se utiliza en la lijadora ROS150NV.

El sistema de conexión del plato de la herramienta también se puede cambiar a vástago de 1/4", que se adapta a los platos con toma hembra.

El plato y los tornillos de recambio para plato con vástago vienen incluidos en el conjunto.

También se incluyen los siguientes platos disponibles, uno de cada:

1 1/4" 32mm Bloqueo rápido NH autoadhesivo blando Código: 8294596311

1 1/4" 32mm Bloqueo rápido NH velcro blando Código: 8294598311

1 1/4" 32mm 1/4" Hembra NH autoadhesivo blando Código: 8294593311

La herramienta puede utilizarse en aplicaciones de matizado en los sectores OEM, ART y Madera en combinación con nuestros discos para acabados Polarstar SR. La lijadora AOS130NV es ÚNICAMENTE OSCILANTE, lo que proporciona un acabado más fino que el que conseguido con la ROS150NV = más fácil de pulir. La velocidad de corte es un poco más baja que la de la ROS150NV. ◀

www.mirka.com/es



NOTICIAS

UN SECADO RÁPIDO SIN CONSUMO ENERGÉTICO AÑADIDO

NUEVO MA380 MACROFAN AIRTECH UHS CLEARCOAT KIT DE LECHLER



El nuevo barniz bicomponente ultra altos sólidos de secado al aire de **Lechler** nace por medio del desarrollo de la tecnología **Airtech**, que permite aprovechar al máximo el potencial de secado derivado de la humedad presente en el aire; ello supone el logro de un secado rápido sin consumo energético añadido: se llama **MA380 MACROFAN AIRTECH UHS CLEARCOAT KIT** un producto que une la facilidad de aplicación y rapidez de secado al aire brillante en solo dos horas. Con un aspecto estético excelente, duradero en el tiempo y con un resultado final inigualable.

La concentración en la formulación del producto debe enfocarse en la moderación de la reacción, y no en la aceleración. Esto es: Los grupos químicos reactivos se agrupan en una especie de "nube" que actúa como escudo de protección e impide el principio de la reacción. Sólo tras la aplicación, el producto entra en contacto con la humedad del aire, que rompe el escudo exponiéndolo al grupo químico que reacciona instantáneamente.

Con bajo contenido en VOC (~350g/lit) no requiere la utilización del horno, permitiendo un notable ahorro energético, especialmente en las pequeñas reparaciones, donde el coste energético incide hasta en un

20% sobre el coste total de las mismas. Esto implica también que se deja libre la cabina para la realización de reparaciones más grandes, e incluso optimizar la gestión del trabajo de pintado, siempre en el contexto de la máxima eficiencia del proceso completo. Además, gracias a la baja viscosidad, el nuevo barniz de Lechler se dilata inmediatamente y de manera homogénea, permitiendo la aplicación del producto a mano única, reduciendo la probabilidad de error en la ejecución del trabajo y disminuyendo un 15% los tiempos de mano de obra. Se incorpora a los procesos de alta eficiencia de los ciclos de pintado de Lechler, y permite aumentar aún más el nivel de eficiencia/productividad de los talleres; y será fácil identificarlo gracias al logo 'HI-Efficiency' incorporado en el envase y el embalaje.

El nuevo barniz nace desde la perspectiva de la conservación medioambiental de Lechler o "eco-responsabilidad": Invertir en el desarrollo tecnológico para poner a disposición de los usuarios productos y servicios innovadores, con respeto por el medioambiente y que protejan a los trabajadores del sector. ◀

www.lechler.eu

PARA LIJADO BASTO DE GRANDES SUPERFICIES

FESTOOL AMPLIA GAMA DE LIJADORAS NEUMÁTICAS LEX 3



Hace un año, **Festool** lanzó su nueva gama de lijadoras neumáticas LEX 3, con lijadoras de diámetro 77mm, 125mm y 150mm. Inicialmente, las lijadoras LEX 3 150mm estaban disponibles con órbita 3mm y 5mm.

A partir de este septiembre de 2013, Festool ha incrementado esta gama con una lijadora LEX 3 150mm de órbita 7mm.

Como las otras lijadoras de la gama LEX 3, la nueva lijadora LEX 3 150/7 destaca por su reducido peso (1,0 kg) y su reducido consumo de aire (310 L/min).

La lijadora LEX 3 150/7 es una máquina perfecta para lijado basto de grandes superficies, bien de pintura vieja o masilla, debido a su rapidez de trabajo. Este alto rendimiento se consigue sin perder capacidad de aspiración de polvo, lo que sigue garantizando un alto nivel de limpieza y protección de la salud de los operarios.

www.festool.es

PARA OBTENER LA MEJOR IGUALACIÓN DEL COLOR EN LA REPARACIÓN DE VEHÍCULOS

RAPIDMATCH, EL ESPECTROFOTÓMETRO DE NEXA AUTOCOLOR

Con el espectrofotómetro **RapidMatch** las búsquedas son más rápidas y precisas, consiguiendo así mejorar la productividad y optimizar el proceso de reparación, garantizando al mismo tiempo una reparación de gran calidad.

Gracias a sus 5 lentes dispuestas en ángulos específicos, este espectrofotómetro consigue una lectura óptima del color y de los efectos de las partículas metálicas. Además está diseñado con una forma ergonómica para una mejor sujeción del dispositivo. Su bajo peso y su tamaño lo convierten en un dispositivo portable que permite utilizarlo tanto en el taller, como en cualquier otro lugar.

Tras la medición del color, el equipo busca en toda la base de datos de fórmulas de **Nexa Autocolor** y proporciona el mejor resultado posible para la igualación del color. La lista de resultados muestra un índice de ajuste indicando de una manera muy clara la proximidad del resultado encontrado al color del vehículo. Además, para colores poco comunes, dispone de una funcionalidad que permite aproximar el mejor resultado disponible en la base de datos de Nexa Autocolor al color del vehículo mediante cálculos matemáticos, permitiendo igualar colores poco populares o vehículos repintados.

RapidMatch es un espectrofotómetro de alta calidad, avalado por más de 1.000 talleres que lo utilizan a diario en toda España. ◀

www.es.nexaautocolor.com



POR LA MEJORA CONTINUA, REUNIONES CON LOS TALLERES DURANTE TODO EL VERANO

REPANET IMPULSA LA CUALIFICACIÓN GERENCIAL

Repanet celebró con sus talleres diversas reuniones en la zona sur, la primera reunión de seguimiento sobre el Proyecto de Mejora Continua era la del pasado 28 de Junio, en Córdoba en la que, con amplia asistencia de talleres y distribuidores **Standex (Axalta Coating Systems)** de la zona, se valoró el grado de implantación de las propuestas de este proyecto y sus resultados positivos en los talleres. Los temas que despertaron más interés entre los asistentes, entre los que se encontraban numerosos talleres interesados en incorporarse a la red, fueron el nuevo Color for Life o garantía de color para toda la vida, el acuerdo exclusivo con TÜV Rheinland para la certificación de la red, los cursos especializados de formación gerencial y los nuevos acuerdos comerciales desarrollados para la red.

Asimismo, a lo largo del mes de Julio y de Septiembre se desarrollaron diferentes reuniones de este tipo para abarcar a los talleres Repanet de las zonas norte, centro y este de la península. Una de las reuniones convocó a 63 propietarios de taller en León. **Lourdes García**, como directora de la marca y en representación de **Standex**, presentó los avances que la red ha realizado desde la convención que se realizó en Valencia en Septiembre del 2012. ◀

www.repanet.es



Reunión en Córdoba

Reunión en León

Curso Superior de Perito de Seguros de Automóviles de CENTRO ZARAGOZA



Cátedra Centro Zaragoza
Universidad Zaragoza



Próxima convocatoria: del 10 de septiembre al 19 de diciembre de 2013.

El **objetivo del Curso Superior de Perito de Seguros de Automóviles de CZ** es formar profesionales que dominen los conceptos teóricos, así como los métodos, herramientas y nuevas tecnologías que son necesarias para dictaminar las causas de un siniestro, la valoración de los daños y las demás circunstancias que influyen en la valoración de la indemnización derivada de un contrato de seguro y formular la propuesta líquida del importe de una indemnización.

El sistema de formación del curso "PS" es **Semipresencial**. Esta metodología docente combina las ventajas que aportan las herramientas de formación online con la eficacia de la formación presencial.

Puedes realizar la **inscripción de curso** directamente a través de nuestra página web:
<http://www.centro-zaragoza.com>



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

Convocatoria del curso condicionada por el número mínimo de plazas.

Información e inscripciones:

Tel. 976 549 690
Fax. 976 615 679
cursos@centro-zaragoza.com
www.centro-zaragoza.com

Dpto. de Formación
Ctra. Nacional, 232, Km 273
50690 Pedrola (Zaragoza)
ESPAÑA



ACTO DE GRADUACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ÁVILA



Titulados 100 alumnos de la Cátedra CESVIMAP

102 alumnos de la **Cátedra CESVIMAP** de la **Universidad Católica de Ávila** se han titulado en **Experto en Posventa de Automoción**, **Curso Superior Universitario de Peritación de Automóviles** y **Curso Técnico Universitario de Reconstrucción de Accidentes de Tráfico**. Con esta promoción, son ya 300 los estudiantes que han finalizado con éxito estos cursos, reconocidos como títulos propios de la universidad.

La ceremonia de graduación tuvo lugar en pasadas fechas, y contó con la asistencia de los alumnos egresados de la Cátedra CESVIMAP de la Universidad Católica de Ávila, familiares y amigos, junto con el resto de alumnos de la UCAV.

Jesús Terciado, padrino de la promoción y presidente de CEPYME, Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa, impartió la última lección del curso. Posteriormente, él, junto con la rectora **María del Rosario Sáez Yuguero**, y el obispo de Ávila, monseñor **Jesús García Burillo**, impusieron las becas a los nuevos graduados. Un concierto cerró esta graduación del curso 2012/2013.

La Cátedra CESVIMAP de la Universidad Católica de Ávila comenzó en 2009 con los estudios de *Experto en Posventa de Automoción*; progresivamente se ha ido ampliando con otros títulos universitarios: el *Curso Superior Universitario de Peritación de Automóviles* y el *Curso Técnico Universitario de Reconstrucción de Accidentes de Tráfico*. Estos estudios se van enriqueciendo con nuevos contenidos, al ritmo que las innovaciones en el mundo del automóvil se aplican, de forma que los alumnos estén siempre formados en las últimas tecnologías.

Cátedra CESVIMAP, títulos propios de la Universidad Católica de Ávila:

- Curso Superior Universitario de Peritación de Automóviles
- Curso Técnico Universitario de Reconstrucción de Accidentes de Tráfico
- Experto en Posventa de Automoción

Las siguientes ediciones de estos títulos universitarios on line comienzan en octubre de 2013.



¿Quieres escuchar opiniones de algunos alumnos?

<http://youtu.be/UdS2481P8Gs>

Más info:

- www.cesvimap.com
 - www.aulacesvimap.com
 - www.aulacesvimap.com/peritacionautomoviles
- Tel. 920.206.300



CESVIMAP

C/ Jorge de Santayana 18, 05004 Ávila
Tel: 920 206 300. Fax: 920 206 316
cesvimap@cesvimap.com www.cesvimap.com

BARNICES RESISTENTES A LOS ARAÑAZOS O 'ANTI-SCRATCH': PRESENTES EN EL REPINTADO DE LA POSVENTA

Brillo diferenciador

Este es un tipo de producto que, como ocurre con muchos, ha pasado de estar reservado a vehículos de alta gama o al canal del constructor, a ofertarse en la posventa multimarca como elemento de valor añadido.



En su gama de productos disponen de un barniz anti-rayado: **Autoclear LV Exclusive** que además de ser un producto avanzado tecnológicamente, destaca por las siguientes características: Propiedades de auto-recuperación (si la superficie se raya, el barniz prácticamente se auto-recupera cuando se expone al calor del sol); Excelente apariencia final; Conservación excepcional del brillo; Fácil aplicación; Cumple con los requisitos y está a la altura de los acabados de los primeros equipos OEM.

www.sikkens.es

BASF COATINGS-GLASURIT

En la oferta de la marca del loro, el producto estrella es el **925-2002**, una laca con alto contenido de sólidos ultrarresistente a los arañazos que es compatible con los fondos base agua de Glasurit (Serie 90), que asegura un acabado excelente y perfecto. El producto cumple la legislación europea sobre VOC. Este producto es de alta calidad especialmente concebida para el acabado original OEM en particular para el modelo LEXUS de TOYOTA. La destacada resistencia del producto a los arañazos se debe a sus buenas propiedades y a sus características de durabilidad; resulta fácil de aplicar usando el procedimiento estándar y se puede utilizar con los endurecedores y diluyentes VOC estándar.

Además, disponen de la **923-447**, una laca adicional, muy resistente a los arañazos compatible con los fondos de color base agua de Glasurit (Serie 90), así como con la Serie 55. El producto cumple la legislación Europea de VOC.

www.glasurit.com/es

Los barnices resistentes a los arañazos o 'anti scratch' están adquiriendo popularidad. Son productos que suelen estar compuestos de elementos cerámicos o de resinas de alto espesor, de alto brillo, muy resistentes a la abrasión que matiza el acabado brillante (y que, por ejemplo, se produce frecuentemente en los túneles de lavado); algunos de ellos, incluso, presentan propiedades de refluir y recuperarse al exponerse al calor.

También son productos que, de encontrarse inicialmente en las cadenas de montaje de los constructores y de ahí a los concesionarios, el hecho que los coches repintados de gama alta suelen estar fuera de garantía del fabricante, lleva a que se emplee barniz 'anti scratch' en su reparación en talleres multimarca independientes de cierto prestigio. Por ello, han pasado a incorporarse como oferta en estos talleres, puesto que los gerentes que pretenden diferenciarse con elementos de valor añadido para proporcionar unos acabados iguales a los de los vehículos nuevos, de alta calidad para que, tras una reparación, tengan el flamante aspecto del primer día, a sabiendas de que los costes diferenciales de emplear este barniz no llegan al 1% (según afirman algunos encuestados) pero hacen que la fidelización de los clientes y la satisfacción final de los mismos aumenten.

A pesar de ello, nuestros encuestados nos comentan en cuanto al mercado que las ventas han ido paulatinamente estancándose en los últimos años matizando que, haciendo un análisis más detallado, han ido en aumento en el sector del consumidor privado ya que, ante la dificultad de cambiar un vehículo de gama media-alta, se opta por el repintado.

Nos explican algunos fabricantes de pintura que, al principio, los talleres eran reacios a utilizar este producto, porque aunque su durabilidad es loable, el volver a repintar una pieza con un barniz anti-rayado

era muy complicado y trabajoso con la tecnología inicial que lanzaron algunas marcas. El desarrollo de nuevos componentes y de herramientas más adecuadas, ha aligerado sustancialmente este escollo, hasta el punto que la reparación es ciertamente bastante "sencilla", extendiéndose su utilización.

Un aspecto que marca la venta de estos productos es que las aseguradoras contemplan (y paguen) su utilización en las reparaciones: en teoría, se debe pagar la reparación en función de las características del modelo salido de fábrica, que es lo que el conductor o propietario asegura; si el modelo de fábrica no lleva este producto, pero el cliente lo quiere poner o ya lo ha puesto, puede crearse controversia, aunque los ahorros que se derivan de un producto más sólido y duradero son notablemente altos.

En relación al nivel de ventas, no llega a los dos dígitos en el porcentaje del global de Barnices de una marca de pintura.

Seguidamente, encontrarán una selección de los productos de los fabricantes presentes en nuestro mercado.

AKZO NOBEL CAR REFINISHES



DUPONT REFINISH ESPAÑA



El último barniz anti-rayado que este fabricante ha lanzado al mercado es **Protect VOC CC6300**, un barniz de dos componentes, basado en una tecnología de resinas de bajo peso molecular y alto espesor, que proporciona gran resistencia al rayado reduciendo a menos de la mitad el desgaste producido por ejemplo en un tren de lavado, ofreciendo un acabado duradero y de brillo intenso, al tiempo que cumple la normativa y reduce las emisiones de VOC. La gama de barnices cerámicos o anti rayado de los fabricantes permite un amplio abanico de posibilidades: puede utilizarse sobre las bases bicapa **Cromax®**, **Cromax® Pro**, se pueden aplicar en paneles, reparaciones globales, en 1,5 o en 2 manos y, además de ser muy fáciles de aplicar, proporcionan el mejor acabado con un brillo intenso. Cumplen con la legislación COV establecida.

i www.dupontrefinish.es

ICR IBÉRICA

Desde Sant Pere de Ribes, Barcelona, los fabricantes de la marca **Sprint** ofrecen al mercado su oferta que incluye también los barnices resistentes al rayado.

Su propuesta se denomina **H64 Barniz anti-rayado**, un producto altos sólidos acrílico de acabado para ciclos bicapa, resistente a los rayados y movimientos mecánicos que presenta una buena adhesión sobre ases mates acuosas o disolventes; de rápido secado y fácil de aplicar, es un producto conforme a los límites de categoría impuestos por la directiva 2004/42/CE. Complementan la oferta con los barnices **H69 VANTIX UHS 2K**, con propiedades reológicas que le proporcionan una notable resistencia al desdoblado garantizando una óptima distensión y el **H67 GT UHS Clear 2K 2:1**, un barniz acrílico ultra alto sólido para procesos que requieren un gran acabado de calidad con alto brillo y resistencia.

i www.icriberica.com

LECHLER COATINGS IBÉRICA

La propuesta del fabricante de pinturas de origen



italiano es el **MC450Macrofan AUTOGARD® UHS Clearcoat** un verdadero barniz anti-arañazos de fácil aplicación, acabado excelente y de una dureza excepcional. Destaca por su forma de aplicación y resultado final, y por la facilidad de realizar reparaciones posteriores.

i www.lechler.eu

NEXA AUTOCOLOR

La marca ofrece su **Barniz Cerámico Nexa Autocolor® P190-6512**. Se trata de un barniz 2K de altos sólidos resistente al rayado para la reparación y el repintado de vehículos acabados en origen con barniz cerámico o resistente al rayado; proporciona un óptimo equilibrio en aplicación, apariencia final, secado, difuminado y pulido y dispone de un endurecedor específico que le complementa.

Ha sido diseñado para usarlo sobre sistemas bicapa de base agua. Este barniz está basado en la tecnología CeramiClear que proporciona una excelente resistencia al rayado, dando dureza y durabilidad en el acabado con excelente brillo para todo tipo de reparaciones.

Ha sido diseñado para aplicaciones con pistolas de última tecnología. Puede ser usado de dos maneras, aplicando 2 capas normales o una aplicación continua dando 1 capa ligera / media seguida de una completa sin tiempo de evaporación entre capas.

i www.nexaautocolor.com



Built for performance.



Los grandes éxitos exigen mantener un enfoque claro. Por eso en Axalta Coating Systems, antes DuPont Performance Coatings, nos dedicamos 100% a la ciencia de las pinturas y a las tecnologías que permiten materializarlas. Los 145 años de trayectoria comprometida con la innovación nos inspiran para ser cada día los mejores en todos los campos, diseñando sistemas eficaces que ofrecen rendimientos cada vez mayores. Movidos por la pasión y la experiencia, hoy elevamos el listón para ofrecer a nuestros clientes un futuro aún más brillante.

Para más información, visitar axaltacoatingsystems.com

Ceramiclear® Deltron D8105 de PPG
El barniz cerámico que cumple con los requisitos de los más exigentes



Resultados de la prueba de arañazos producida por un lavado automático:
A: BARNIZ CONVENCIONAL B: CERAMICLEAR D8105



A todos nos gusta que el coche luzca impecable como el primer día, a pesar de que es algo realmente complicado sobre todo si realizamos trayectos diarios o bien si aparcamos en la calle ya que el vehículo sufre todo tipo de riesgos, suciedad y arañazos que son difíciles de evitar.

En el mundo del repintado, existen numerosos tipos de barnices, con diferentes propiedades y prestaciones todos ellos; intensidades de brillo, dureza, efectos, tiempos de secado, etc. Pero si lo que queremos es proteger nuestro vehículo de los arañazos producidos por los trenes de lavado automático, o de los arañazos que se producen cotidianamente, la mejor solución es repintar nuestro coche con **CeramiClear de PPG**.

Como primer proveedor de nanotecnología de los fabricantes de automóviles, PPG ofrece al mercado CeramiClear, un barniz duradero, resistente a los arañazos, que mantiene el brillo durante mucho más tiempo. En 2001, Mercedes-Benz fue el primero en utilizar este barniz en algunos de sus modelos. Cada vez más, otros fabricantes de vehículos que se están interesando por estos barnices de alta resistencia para utilizar en sus modelos.

Con la introducción de su nueva nanotecnología, PPG se sitúa a la vanguardia de la más avanzada tecnología de barnices. CeramiClear® contiene nanopartículas de sílice que se acumulan en la superficie del barniz, y le proporcionan un acabado brillante duradero, resistente a las

rayaduras, que ha sido probado en rigurosos ensayos en laboratorio y en carretera.

Los barnices convencionales no son adecuados para la reparación de acabados resistentes a arañazos, porque no tienen el mismo nivel de resistencia y durabilidad. Sin embargo, CeramiClear está basado en la misma tecnología que se aplica en fábrica y, por lo tanto, garantiza que el resultado de la reparación estará al nivel del acabado original.

De cara al taller es un barniz fácil de aplicar, con una simple proporción de mezcla de 2:1, y de secado rápido. CeramiClear —que cumple toda la legislación VOC de la UE—, puede usarse del mismo modo que un barniz convencional. Y además, viene acompañado de su propio disolvente para difuminados y un sistema de pulido, que le permitirá realizar reparaciones puntuales.

Comparativa con un barniz convencional

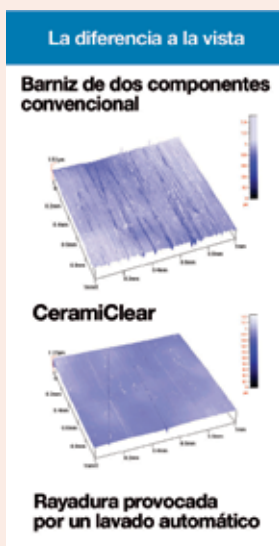
Como se puede apreciar en la imagen, tras exponer a una misma prueba de arañazos producidos por un lavado automático a un barniz convencional o bien a CeramiClear, se aprecia como el barniz

convencional sufre arañazos mientras que el barniz cerámico consigue mantenerse intacto.

Los beneficios de este barniz son claros para el usuario, ya que la mayor parte de las reparaciones por pequeños arañazos no se producirían.

Con el aumento de usuarios de estos productos los talleres se están viendo obligados a incorporar a su lista de materiales de reparación todos los productos que puedan mantener las propiedades de igual modo que cuando salen de origen.

Mar Lagoma, Collision Brand Manager (PPG, Nexa Autocolor, MaxMeyer) . ◀



PPG AUTOMOTIVE REFINISH



La oferta de la marca se conforma por el **Barniz Ceramiclear Deltron D8105** desarrollado bajo la tecnología de nanopartículas de sílice galardonado en Detroit por el premio PACE a la innovación; este producto ha sido diseñado para resistir los arañazos y desarrollado por especificación expresa de los fabricantes de automóviles. Tiene excelentes propiedades sobre el sustrato y, a diferencia de los barnices convencionales, protege el acabado de las rayas que suelen producirse en los túneles de lavado, lo que permite conservar el brillo del acabado durante mucho tiempo. Mercedes Benz fue el primero en utilizar este barniz en algunos de sus modelos.

Por otra parte, ofrecen el **Barniz Ceramiclear Deltron D8122** que contiene tecnología cerámica y ofrece resistencia al rayado. Permite una aplicación sencilla proporcionando brillo y dureza excelente. Ha sido diseñado para obtener un equilibrio perfecto entre la facilidad de uso y la resistencia a los arañazos. Proporciona un mayor nivel de resistencia que los barnices estándar del mercado sin perder sus buenas características de difuminado y pulido.



El fabricante afirma que la generación de barnices CeramiClear proporciona un gran resistencia al rayado y una muy buena retención del brillo comparado con los barnices convencionales ya que contienen nanopartículas de sílice que se acumulan en la superficie del barniz, y les proporcionan un acabado brillante y duradero, resistente a las rayaduras.

www.ppgrefinish.com

SPIES HECKER

La oferta de la marca se basa en su Permasolid HS Diamond Clear Coat 8450. Se trata de un barniz de altísimo brillo, anti-rayado que reproduce el acabado OEM y está homologado por los principales fabricantes de automóviles como Nissan, PSA o Mercedes-Benz (desde 2007, el código de color de los modelos viene precedido de una C que indica el barniz cerámico). Es de fácil aplicación (rato de mezcla con endurecedor Permasolid VHS 3240), eficiente en 1,5 manos, excelente secado IR (en estas condiciones seca en aproximadamente 5 a 10 minutos) y cumple con las directivas 1999/13/EC y 2004/42/EC, siendo un producto de la línea GreenTec. Este producto es capaz de fluir con la exposición al sol y al calor. Se presenta en distintos envases, de litro y 5 litros.

www.spieshecker.es



STANDOX

Su propuesta para los talleres es el Barniz VOC Platinum adecuado para aplicar sobre barnices de OEM. Excelente resistencia mecánica y química para una máxima resistencia a los arañazos leves y las marcas de lijado, como las que producen los cepillos de los túneles de

lavado, que desaparecen fácilmente gracias a sus características plásticas. Brillo intenso y duradero para pinturas de dos capas, que se puede secar mediante infrarrojos. Se aplica de forma convencional (con una mezcla 3:1 con Endurecedor HighPro 40) y se puede secar en IR (10-15 min).

www.standex.es



!!! VISITA NUESTRA WEB !!!

La mejor manera de estar informado sobre lo que pasa en el sector posventa en las secciones de Actualidad, De Cerca: Fabricantes, Distribución, Talleres, Eventos, Entidades... Además de lo más interesante recogido en las secciones El Maletero, El Desengrasante, El Parabrisas.



Y los suplementos especializados:
Constructores
Carrocería

!!! Actualización diaria!!!



www.concdecoche.com

LA CAMPAÑA DE CAMBIO DE ACEITE Y FILTRO REGALA A LOS CLIENTES DE CITROËN BONOS CANJEABLES POR ACTIVIDADES DE OCIO Y DEPORTE

“EXPERIENCIAS CITROËN” PARA AFRONTAR EL SÍNDROME POSTVACACIONAL

➔ Tras las vacaciones comienza el regreso al ritmo frenético del día a día. Para hacerlo en las mejores condiciones Citroën ha unido a su ya tradicional campaña de cambio de aceite en colaboración con Total un nuevo concepto de ‘puesta a punto’. Desde este 10 de septiembre y hasta el 15 de noviembre, quienes acudan a renovar el aceite y filtro de su vehículo, además de beneficiarse de unos precios muy competitivos que se sitúan entre los 59 y 79 euros, obtendrán un bono canjeable por experiencias deportivas y de ocio. Cido indoor, golf, pilates, senderismo, kayak... numerosos planes que ayudarán a que la vuelta a la rutina se haga con las pilas bien cargadas y en las mejores condiciones para el vehículo.

FORFAIT* CAMBIO DE ACEITE Y FILTRO

59 euros cambio de aceite y filtro con lubricante QUARTZ 7000 10W40.

69 euros cambio de aceite y filtro con lubricante QUARTZ 9000 5W40.

79 euros cambio de aceite y filtro con lubricante QUARTZ INEO ECS 5W30 r. **C**

www.tuexperienciacitroen.com

49 Actualidad: Nace la Red de concesionarios ALEA

50 Contacto: BMW, Audi, Skoda, Opel



MÁS DE 40.000 RECAMBIOS ORIGINALES PARA VEHÍCULOS CLÁSICOS DE LAS MARCAS VOLKSWAGEN Y VOLKSWAGEN VEHÍCULOS COMERCIALES

VOLKSWAGEN LANZA SU NUEVA GAMA DE RECAMBIOS ORIGINALES CLÁSICOS

➔ Para la preservación de vehículos de más de 15 años, la marca cuenta con **Volkswagen Classic Parts**, una inestimable gama de recambios originales para modelos clásicos que **Volkswagen** y **Volkswagen Vehículos Comerciales** no dejan de ampliar para mantener de forma fiel el aspecto y equipamiento original de cualquier modelo de las marcas.

La nueva gama de Volkswagen Classic Parts se amplía a más de 40.000 piezas originales de modelos de todas las épocas, rescatando todo tipo de recambios que ya se encuentran descatalogados o fuera de uso. Con esta oferta, Volkswagen y Volkswagen Vehículos Comerciales garantizan a los aficionados a los vehículos clásicos la disposición de forma fácil de una extensa lista de piezas para sus pequeños tesoros, contando con toda la garantía oficial de la marca.

Los recambios de Volkswagen Classic Parts permiten hacer un exhaustivo mantenimiento de los vehículos clásicos de Volkswagen y permite alcanzar la máxima fidelidad a su equipamiento original, no solo en el aspecto exterior e interior, sino también conservando la mecánica de la época en la que se produjo cada modelo.

Volkswagen Classic Parts ofrece desde la A de amortiguadores hasta la Z de zapatas y no sólo de los vehículos clásicos como el Escarabajo, el Bulli y el Karmann-Chia, sino también los “Youngtimers” como el Golf, el Scirocco y el T3 de las décadas de 1970 y 1980.

Los Recambios Originales Classic Parts complementan la gama actual de Recambios Originales que se caracterizan por estar fabricados con materiales de la más alta calidad, y que al estar diseñados como parte integral de cada vehículo, presentan la máxima durabilidad y fiabilidad, lo que repercute en una prolongación de la vida del vehículo, por muchos años.

Con esta gama ampliada de Recambios Originales Clásicos, la Red Oficial de Concesionarios Volkswagen y Volkswagen Vehículos Comerciales está totalmente preparada para revisar y reparar cualquier vehículo de las marcas, por más años que tenga. **C**

www.volkswagen.es

UN PROGRAMA QUE OFRECE A LOS PROPIETARIOS DE UN SAAB UNA SERIE DE BENEFICIOS Y DESCUENTOS EXCLUSIVOS

ESPAÑA, PRIMER MERCADO MUNDIAL EN LANZAR EL SAAB SERVICE CLUB

➔ **Saab Service Club** es un programa global de fidelización para propietarios de Saab con ofertas personalizadas y un enfoque diferenciado para cada mercado. El programa ha estado operativo en el Reino Unido durante muchos años con gran éxito y esta nueva versión se pone en marcha ahora en España y posteriormente lo hará en un gran número de mercados a nivel mundial. “Dado que ahora estamos especialmente enfocados en el área de Postventa, podemos concentrarnos en dar el mejor servicio a nuestros clientes y alargar la vida de sus vehículos. Los propietarios de un Saab son los clientes más fieles del mercado, y con el Saab Service Club vamos a recompensarles aún más por su fidelidad”, ha declarado **Manuel Alcázar**, Director General de Saab Automobile Spain.

El programa es gestionado conjuntamente con la red de Concesionarios Oficiales Saab, ofreciendo a los propietarios de Saab la seguridad adicional de contar con los mejores especialistas en la marca y con repuestos originales respaldados por la garantía de fábrica. **C**

www.saabparts.com



Y AMPLÍA PUNTOS DE SERVICIO COMO TALLERS LLOP EN SABADELL, BARCELONA

IVECO ESPAÑA REORDENA SU RED DE DISTRIBUCIÓN



➔ **Iveco España** ha cerrado la reordenación de su red de concesionarios y servicios de posventa y recambios con el objetivo de potenciar la especialización, incrementar la calidad de servicio y mejorar la cobertura geográfica para prestar la mejor atención al parque de vehículos de la marca. La nueva red de distribución de Iveco España está formada por 85 puntos de venta y 231 puntos de servicio. La red de posventa asciende ahora a 43 concesionarios de reparación y venta de recambios, que dan asistencia a todas las gamas de vehículos. A esto se suman las 28 sucursales que dependen de los concesionarios y otros 160 talleres autorizados.

En Catalunya, Iveco, de la mano del concesionario oficial **Zona Franca Alari Sepauto**, ha puesto marcha un nuevo taller autorizado, **Tallers A. Llop**. Ubicado en Sabadell, se trata de unas instalaciones recientemente inauguradas que cuentan con una superficie de 2.160 metros cuadrados, 1.600 de los cuales están dedicados al taller, un almacén de recambios de 130 metros cuadrados –todos ellos originales Iveco–, el cual se procesa con un moderno software de gestión para las distintas piezas con las que cuenta.

Entre los servicios que presta, destaca los de mecánica, electricidad y carrocería, a lo que hay que sumar la disponibilidad de equipos de diagnóstico de última generación, como banco de frenada, línea pre ITV o montaje de equipos auxiliares.

También existe la posibilidad de reparar semi-rremolques, completándose los servicios que el taller dedica con la asistencia en carretera. Iveco España busca garantizar la homogenización de todos sus talleres, asegurando que cumplan los máximos estándares de calidad en sus instalaciones como disponer del más amplio y moderno equipamiento para las reparaciones mecánicas y de chapa, herramientas de diagnóstico y sistemas de recogida de residuos y protección medioambiental, servicio preventivo previo a la ITV, servicio de tacógrafo, control de emisiones y un departamento de recambios con personal especializado en esta actividad y atención 24 horas al día.

Iveco España cuenta actualmente con 38 concesionarios. **C**

www.iveco.com/spain

EN LA PRESENTACIÓN SE DIO A CONOCER SU PROPUESTA: CUIDADO, MANTENIMIENTO Y SERVICIOS PARA EL AUTOMÓVIL A UN PRECIO MÁS AJUSTADO

Nace la Red de Concesionarios Alea



Un momento de la presentación en Sant Joan Despí, Barcelona.

Pretenden recuperar la autonomía de los concesionarios respecto a las marcas y ofrecer servicios de mantenimiento a un precio ajustado pero con los más altos estándares de calidad y servicio.

➔ En pasados días de junio se presentó en Sant Joan Despí (Barcelona) ante una treintena de concesionarios, servicios oficiales y talleres independientes la nueva red **ALEA (Agrupación Libre de Automoción)**, un abanderamiento ofrecido como alternativa de viabilidad para el profesional del automóvil y está enfocada para ser explotada por todos los concesionarios, ex concesionarios y servicios oficiales de todas las marcas que buscan más rentabilidad, profesionalidad y mejores precios para sus clientes. Fue la primera de una serie de reuniones por toda la geografía. El director general, **Juan Carlos Matesanz** explicó cuál es la misión de esta nueva red: ofrecer el cuidado y mantenimiento especializado de marcas concretas a un precio más ajustado, acorde con la actual coyuntura económica. También recordó que ALEA nace bajo el amparo del *Real Decreto Ley 461/2010* que regula la actividad industrial y la prestación de servicios en los talleres de reparación de vehículos, sus equipos y componentes. Matesanz también mostró la voluntad de esta iniciativa por recuperar la autonomía de los concesionarios, demasiado dependientes de la marca. *"Necesitamos recuperar la iniciativa empresarial y salir al mercado a defender los productos de la distribución de automóviles. Parece mentira que el sector de la alimentación pueda tener su marca blanca y el de la distribución de automóviles no tenga suficiente fuerza para presentar su propuesta propia al mercado"* afirmó Matesanz. Y es que, como indicó **Víctor de la Oliva**, representante de una concesión Jaguar Land Rover, en la presentación: *"ALEA nace de la libertad y de la independencia, donde los concesionarios pueden volver a ser empresarios. Hay trabajo pero se lo están quedando otros y éste debe quedarse en el canal marquista"*.



Juan Carlos Matesanz, director general de ALEA.




Carlos Sánchez, de Miac.

En la reunión se insistió en que la red de concesionarios ALEA cumple con los más exigentes estándares de calidad y servicio, ofrece personal cualificado, instalaciones adecuadas y accesibles, recambios homologados a precios muy competitivos y operaciones y servicios de reparación garantizados. En su primer año ALEA prevé salvar más de 6.000 puestos de trabajo ya que se presenta como una alternativa de viabilidad para muchas empresas del canal marquista. Decenas de empresarios ya se han interesado por esta iniciativa y en septiembre se pondrá en marcha el primer concesionario ALEA y la red tiene previsto abrir centros en toda España y estiman que en el primer semestre de vida lleguen a los 50 miembros.

Multiservicios: recambios, VO y comunicación

Además de los servicios de reparación y mantenimiento del automóvil, ALEA propone otros muchos servicios. Uno de ellos es **ALEAParts**, una plataforma para la distribución de recambios que inicialmente opera en Madrid (y han pensado en crear su propia marca de recambios). Además de comprar recambios para las necesidades de la red, también distribuirán recambios a terceros por lo que se erige en una vía de negocio. Otra de las iniciativas es la creación de un gestor de flotas, un sistema propio de seguros y un departamento de asesoramiento (teniendo en cuenta las dificultades que entraña cerrar el contrato con un fabricante una vez que uno deja de ser distribuidor). A través del servicio **ALEAutocasión** ofrecerá vehículos seminuevos y de ocasión, mientras que **ALEANews** es un servicio de comunicación creado para servir de altavoz para dar a conocer las actividades y servicios que ofrece ALEA a los automovilistas.

Proveedores

En la presentación también se subrayó que ALEA ha seleccionado a los mejores proveedores en asistencia técnica y que ofrece los servicios de asesoría legal permanente a través del Espacio **Jurídico Jaso**. Algunos de los proveedores de ALEA son **Miac** (suministrará las soluciones de diagnóstico *Autocom* y *Autologic*) o **Cepsa**. Así mismo, contará con los servicios de **Ecosigg-Automotive Logistic Recycling** para la recogida de residuos o de **Kastor**, una plataforma de compra de pequeño material y consumibles.  www.redalea.com



EN CONSUMO Y HABITABILIDAD
CON EL ESPECTACULAR SERIE 520D GT

BMW hace magia

➔ ¿Cómo puede ser que la variante Gran Turismo sea la carrocería más habitable del Serie 5? Y más difícil todavía, ¿cómo conseguir que un "mastodonte" de, como mínimo, 1.990 kilos, y más de 5 metros de largo consuma solo 5,5 l/100 km en ciclo combinado? ambas cuadraturas del círculo las consigue **BMW** con el **520d GT**. Pura magia.

Respecto a la primera pregunta, de largo y ancho el Serie 5 GT está más próximo al Serie 7 y es mucho más alto que el Serie 5 convencional. Este incremento de cotas se traduce en mayor habitabilidad, sobre todo en centímetros para las pier-

nas detrás, y en una gran sensación de amplitud, derivada de la altura y la mayor superficie acristalada. Además, es mucho más polivalente que la berlina convencional gracias a soluciones como los asientos traseros reclinables y desplazables longitudinalmente (permiten ampliar el maletero o el espacio para las piernas según convenga) o la doble apertura del maletero: todo el portón, luneta incluida o solo de cintura para abajo como si fuera un tres volúmenes convencional. Esta solución permite mantener el habitáculo aislado del frío, el ruido o la lluvia mientras cargamos o descargamos el maletero.



Vayamos a la cuestión del consumo. Las soluciones Efficient Dynamics de BMW permiten que el motor diésel de 184 CV solo consuma, de media, 5,5 l/100 km. Esta cifra es espectacular si tenemos en cuenta que el 520d GT pesa casi dos toneladas. Algunas de estas soluciones son el sistema Stop&Start, el indicador de cambio de velocidad, retoques aerodinámicos o el modo de conducción EcoPro, seleccionable mediante un conmutador al lado del joystick del cambio, y que engrana el punto muerto en determinadas circunstancias para que el coche no pierda velocidad y no se tenga que apretar el acelerador. **C**

www.bmw.es

A3 SPORTBACK, LA VERSIÓN FAMILIAR DEL COMPACTO DE AUDI Plus de habitabilidad



➔ En la nueva generación del **A3**, **Audi** diferencia claramente las versiones de tres y cinco puertas. La de tres, con 4,23 metros de largo (cifra contenida para un compacto), se presenta como una alternativa a un público más juvenil, para solteros o parejas sin hijos. La de cinco puertas, denominada Sportback, crece hasta los 4,31 metros a la vez que el maletero tiene 380 litros de capacidad por los de 365 de su hermano de tres puertas. Con esta amplitud de cotas, el Sportback está mucho más capacitado para acoger pasajeros y carga. Tras pasar el Sportback por nuestras manos, constatamos que es un modelo más que suficiente para una familia con un solo hijo y que puede cumplir en caso de que

sean dos los vástagos, siempre y cuando no sean de largos viajes y días de vacaciones. En habitabilidad interior, no hay problemas para acoger a cuatro pasajeros. Las plazas delanteras son amplias y las traseras han mejorado en espacio para las piernas aunque sigue siendo algo estrecho. La capacidad de maletero se sitúa en la parte media alta de la clasificación de su categoría y la boca de carga es amplia para una mejor versatilidad. Si sus cualidades "familiares" son notables, en comportamiento, motor y acabados muestra la tradicional excelencia de Audi. La versión básica diésel de 105 CV ya es un prodigio de rendimiento, especialmente, en la relación prestaciones-consumos. No es excesivamente rápida pero



recupera bastante bien en cuarta y quinta y su consumo es muy aquilatado, 3,8 l/100 km en ciclo combinado. Las bondades de su chasis hace que su comportamiento sea muy noble mientras que la suspensión prima el confort pero sin llegar a ser blanda (recuerden que es un Audi). La calidad interior se sitúa claramente por encima de la media aunque también el precio. La versión probada, el A3 Sportback TDI 105 CV en acabado intermedio Ambition se va hasta los 28.000 euros. **C**

www.audi.es

LA NUEVA GENERACIÓN MEJORA LAS VIRTUDES DE LAS ANTERIORES



Puro ADN Octavia

➔ Mucho espacio por poco precio, practicidad y fiabilidad han sido las credenciales que han hecho del **Škoda Octavia** una de las berlinas más valoradas del mercado. Las cabezas pensantes de la marca checa lo han tenido en cuenta a la hora de lanzar la nueva generación, que potencia todas las virtudes comentadas anteriormente. Puesta a la venta en la primera mitad de 2013, la tercera generación del Octavia es más grande que la segunda y la marca checa ha seguido aprovechando al máximo el espacio ya que la nueva saga también es más amplia, si cabe. De hecho, es la berlina del segmento D de referencia en espacio por las buenas cifras que obtiene en anchura, espacio para las piernas y altura. Por si fuera poco, el espacio interior no sacrifica maletero, que es muy amplio, con 590 litros (ver imagen) y se beneficia de un amplio portón para que la carga, además de caer, puede entrar. No hay ningún coche del mercado de 4,66 metros como este Octavia que goce de un maletero de estas dimensiones. Siguiendo con el interior, la estéti-

ca y los acabados son típicos de Škoda: los materiales son austeros pero parecen duraderos y el tono general es discreto. El salpicadero es conservador mientras que el tacto de los mandos es bueno y dan sensación de solidez.

Probamos la versión con el motor TDI de 105 CV, poco gastón, fiable pero que con el coche cargado hasta los topes puede resultar algo justo. El cambio de cinco velocidades que monta es preciso aunque con excesivo recorrido y el tarado de las suspensiones da prioridad al confort por lo que su hábitat natural son las vías de amplio radio ya que no es muy ágil en carreteras ratoneras.

Škoda propone una versión básica de precio muy asequible, desde poco más de 17.000 euros. Asimismo, ha ampliado el equipamiento de seguridad de toda la gama con la introducción del sistema de alerta de cambio de carril o el programador de velocidad activo. El Octavia, por tanto, es uno de los modelos más asequibles de su categoría. **C**

www.skoda.es



CONTACTO



EL ADAM, OTRO PEQUEÑO PARA NO PASAR DESAPERCIBIDO

Chic and cool by Opel

➔ La terna de vehículos urbanitas de aspecto llamativo, calidad en los acabados, amplio equipamiento y aire exclusivo es cada vez más amplia. Enseñó el camino el MINI pero le han seguido el Fiat 500, el Citroën DS3 o el **Adam** que nos ocupa.

Este bomboncito de **Opel** es un utilitario de tres puertas, cuatro plazas y solo 3,70 metros cuyo hábitat es la jungla urbana. Dentro de ella se presenta como una llamativa opción por diseño, gama de colores y calidad de su interior. En nada se parece a su hermano, el cuadrado y currante Agila. La clase y la distinción es cosa del Adam, que nos parece muy atractivo estéticamente y que en ciudad va francamente bien. Sus reducidas dimensiones, los ágiles motores gasolina de 69, 87 y 101 CV, una dirección de lo más suave si pulsamos el botón City y una excelente visibilidad en todos los ángulos permite callejear con una facilidad pasmosa. Eso sí, su uso se limita al entorno urbano, para llevar los niños al "cole" y poco más, porque el espacio de las plazas traseras es muy exiguo y el maletero de 170 litros es de los más pequeños de entre su competencia. El conductor y el acompañante delantero, al menos, irán cómodos y disfrutarán de unos materiales de buena calidad propios de segmentos superiores. El comprador podrá adquirir un Adam único ya que Opel ofrece muchas opciones de personalización: una amplia y espectacular gama de colores, llantas y acabados para el techo, pegatinas para la carrocería y tres paquetes decorativos que ofrecen múltiples posibilidades de equipamientos y acabado interiores y exteriores. **C**

www.opel.es



La tecnología en los automóviles
más fiables del mundo. **Who started it?**



Las baterías VARTA® están diseñadas para ofrecer la máxima potencia y fiabilidad. Además, la tecnología de rejilla PowerFrame® también garantiza una potencia de arranque superior, una gran rapidez de recarga y una vida útil más larga. Por ello la mayoría de los principales fabricantes de automóviles confían en VARTA. Y, con nuestra experiencia, servicio técnico y apoyo inigualables, usted también puede hacerlo.

Más información en www.varta-automotive.com

It all starts with  **VARTA®**

Johnson
Controls 