

# 361

octubre 2013

www.mryt.es

mundo recambio y taller

# mryt



**EQUIP AUTO  
2013**



**Resumen  
Equip Auto  
2013**



**Grupo Serca  
Automoción,  
hoy**



**Embragues en  
posventa**

**SUPLEMENTOS**



**Escobillas Limpiaparabrisas Bosch.**  
Ni la lluvia nublará su visión



**Ofrezca una visión segura.** Con la gama de Escobillas Limpiaparabrisas Bosch estará brindando a sus clientes una visión óptima, con un barrido uniforme, duradero y silencioso. Puede optar por las Bosch-Aerotwin, para los clientes más exigentes. Son totalmente planas, aerodinámicas y muy silenciosas. Además, ahora incorporan el nuevo adaptador Multi-Clip: rápido, seguro y compatible con las cuatro fijaciones principales de los brazos limpiaparabrisas más importantes para turismos. Son muy fáciles de montar.  
Equipos, piezas y servicios: sólo es posible con Bosch.




**BOSCH**  
Innovación para tu vida

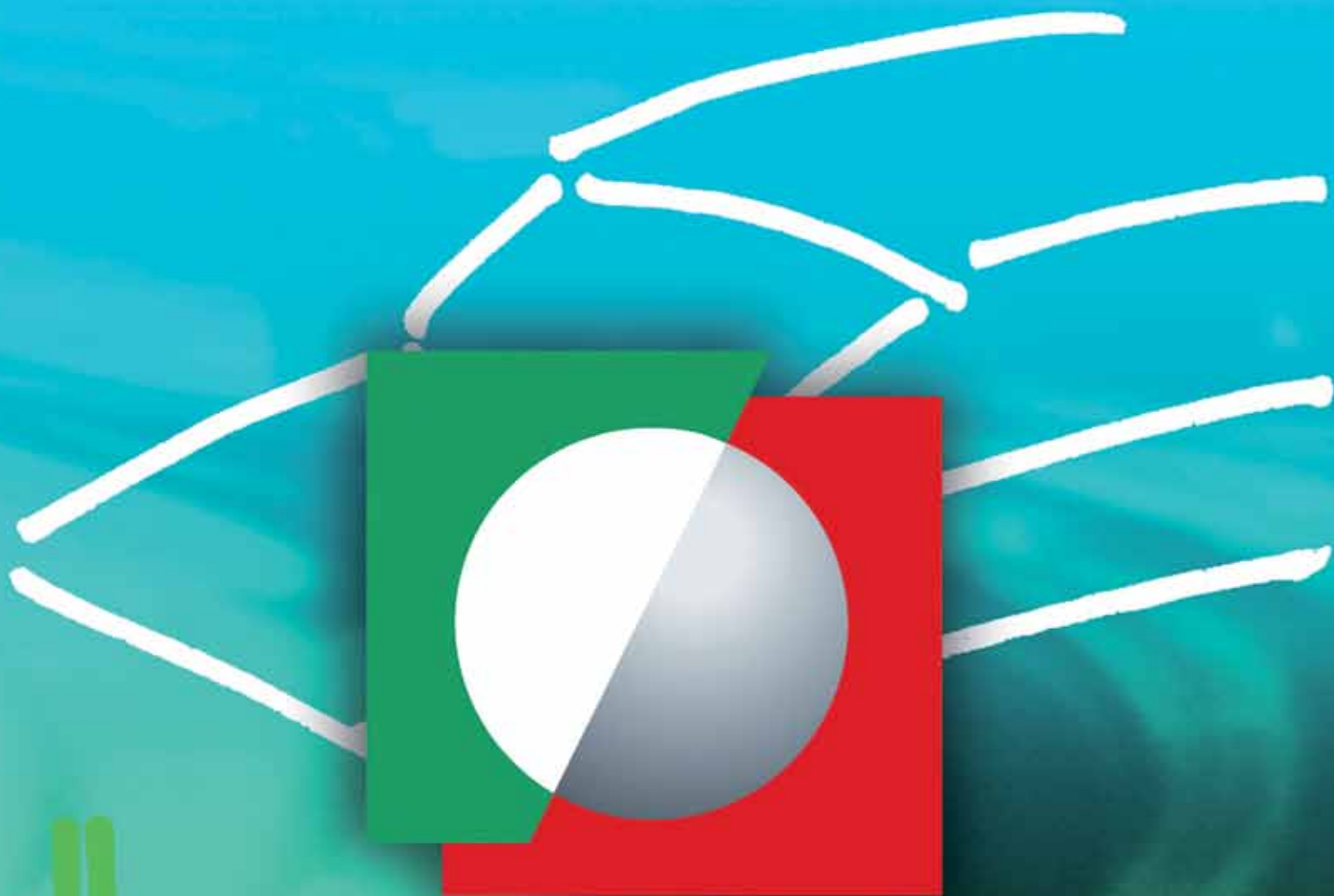
www.bosch-piezas-automovil.es

**ADEMÁS**

- Componentes de dirección y suspensión**
- Lizartronics y TTA-Lizarte se presentan**
- Hella celebra sus 50 años en activo**
- Top Truck se dinamiza**
- Conversaciones con Confianza, nueva fase de la iniciativa de los fabricantes**



**iVisita  
nuestra web!**



***El símbolo de un líder en distribución***



*Cecauto es el primer grupo logístico de distribución de recambios para el automóvil a nivel nacional e Internacional. Ahora puedes pertenecer a una gran estructura que te permita disponer de cualquier pieza antes que nadie y te ayude a ser más competitivo.*



***Cecauto***





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

octubre 2013

## Ajustando(nos)

De lo que más nos habla el sector en estos días es de las cifras, de sus cuentas, de sus cálculos...

El sector se mira el ombligo, y nos parece muy bien.

Estos últimos meses han sido irregulares. Y la feria se cuenta tal como le va a cada cual. Nos ha llegado de todo: inquietud por la marcha de la demanda, satisfacción por los resultados conseguidos, expansión y por tanto esperanzas y contracción de estructuras para redimensionarse y hacerse fuerte.

Ajustes.

Como no puede ser de otra forma.

Lo más sabio, lo que debe hacerse (y, de hecho, nos alegra saber que se hace más cada día, con precisión quirúrgica) es analizar punto por punto las distintas operativas del negocio. Nos consta que ello, en casa de los Fabricantes, es una práctica habitual; el hecho de que muchas de las estructuras sean parte de organizaciones multinacionales supone tener los "números" al día y, las que no lo son (por la cuenta que les trae), por supuesto que también. Los Distribuidores tienen sus estudios del negocio como prioridad; de hecho, nos han hablado (y en este número tenemos una muestra, desde una central de un Grupo y desde un Socio) de los programas logísticos, algunos de los cuales harían palidecer a algunos gestores de flotas, de los estudios de consumos, de los de mercado, de call center, de gestión de stocks, pagos... Verdaderas radiografías de las "tripas" de las empresas, para detectar cualquier anomalía antes de que se convierta en un agujero negro que absorba la posibilidad de generar beneficios.

Y para que, aguas abajo, los clientes reparadores sigan en esa línea, los responsables de las Redes de Talleres crean soportes de todo tipo (en forma de programas, formación, etc.) para que los negocios estén definidos, bien gestionados y puedan tener tiempo, medios y energía suficiente para dinamizar acciones con las que fidelizar al consumidor.

Un consumidor que (según nos cuentan las asociaciones) va menos al taller (aunque, y lo leerán también en este número, hay quien discrepa de ello y nos cuenta que ir, van, pero gastan menos), con lo que la demanda no crece, y hay que ingeniárselas para adaptarse. Ya saben: eficiencia, proacción, creatividad en la localización y explotación de oportunidades. Ajustar el negocio a la situación. Que no es nuevo, pero es vital.

Y precisamente por ello, por determinar un mercado que hoy por hoy se halla en movimiento, les hablamos en este número de un mercado, el de los componentes de dirección y suspensión, que ve cómo aumenta su oferta.

Y les traemos recién salido del horno lo que vimos en París.

Con todo ello les dejamos a la espera de que les resulte interesante.



# sumario 361

Octubre 2013

(a)

## Actualidad

### 06 NOTICIAS

Un mes más, una selección de lo ocurrido en el sector. Mucho más en [www.mryt.es](http://www.mryt.es)

### 9 FABRICANTES

**Nacimiento de Lizartronicos y TTA Lizarte y 50 Aniversario de Hella**

Los fabricantes y sus eventos.

### 10 FABRICANTES

**El sector ya tiene una cartilla para leer**

Una nueva acción de la iniciativa "Elige Calidad, Elige Confianza".

### 12 DISTRIBUIDORES

**Crecer y crecer**

Charlamos con la directiva de Grupo Serca Automoción antes de su XXIV Congreso.

### 16 DISTRIBUIDORES

**Reynasa no para**

Charlamos con Antonio y Luís Miguel López Terrés en su nueva tienda de Alcobendas.

### 18 EVENTOS

**París es siempre París...**

Resumen de Equip Auto 2013.

### 28 TALLERES

**Los truckman tienen más ventajas**

Convención Top Truck la red de los socios de GTruck, división de vehículo industrial de Group Auto Union España.

### 30 INFORME

**Calidad para mayor seguridad**

Componentes de dirección y suspensión en la posventa, un mercado activo.



10



12



16



EQUIP AUTO  
2013

18



30

(E)

## TEMA DEL MES

### 34 MERCADO

**Esperando crecer**

Embragues en la posventa.



28

34



## Suplementos



36

48





The original **power** in motion.



# Kit con correa **HT** High Tenacity

- ✦ La correa con tejido blanco top de gama, exclusiva Dayco
- ✦ Para motores diesel de última generación
- ✦ Utilizada por las principales casas automovilísticas europeas

[www.dayco.com](http://www.dayco.com)

TM

**DAYCO**<sup>®</sup>

Ya son 8 los puntos de venta del distribuidor

## Recambios Lomeña abre un nuevo punto de venta en Málaga



**Recambios Lomeña** socio de Grupo Serca Automoción, sigue con paso firme su política de crecimiento y expansión y abre un nuevo punto de venta ubicado en la ciudad de Málaga en el Polígono Industrial San Luis, calle Paris 26.

El nuevo punto de venta cuenta con una superficie de 1.000 metros cuadrados con la posibilidad de doblar la superficie a 2000 metros cuadrados, dispone de unas modernas salas de formación para realizar cursos a sus clientes y cuenta con 10 trabajadores.

Tras esta apertura, Recambios Lomeña cuenta en la actualidad con 8 puntos de ventas ubicados en Algeciras, San Pedro Alcántara, Estepona, Ronda, La Línea de la Concepción, Málaga y dos en Marbella. ●

www.serca.es



Llega a un acuerdo con Arturo Estévez, conocido profesional del recambio en la zona

## Recalvi abre una nueva delegación en Sevilla

Continuando con su política de expansión en el territorio nacional, **Recalvi** ha anunciado la próxima apertura de un nuevo centro en Andalucía, con sede en Sevilla.

El pasado mes de agosto, **Chema Rodríguez** gerente de Recalvi, SL y **Arturo Estévez**, anterior gerente de Andel Automoción S.A., llegaron a un acuerdo de colaboración para lo cual se constituyó una nueva sociedad con el nombre de **Recalvi Andalucía, S.L.**

Con esta nueva alianza, el Grupo Recalvi pretenden afianzarse como uno de los primeros Distribuidores de Recambio del Automóvil a nivel nacional y mantener su filosofía de ofrecer un servicio completo a sus clientes. ●

www.recalvi.es

## Inauguración del nuevo centro Rodi Motor Services Vic

El nuevo centro dispone de 2.570m<sup>2</sup> divididos en 2 plantas en el que se van a ofrecer, además de los tradicionales servicios relacionados con los neumáticos, servicios integrales de mecánica de turismo, así como servicios de Camión, Agrícola y Moto, tal como comentaba **Josep Esteve** en su intervención en el evento

**Rodi Motor Services Vic**, además, es el pionero en la implementación de la nueva imagen de RODI que ya ha sido implantado en algunos centros más y que, paulatinamente, irá alcanzando todos los puntos de servicio de la red, en Catalunya y Aragón.

Para presentación de dicho evento, tuvieron la colaboración del piloto líder del mundial de MotoGP **Marc Márquez** y el piloto **Alex Márquez**.

Marc Márquez explicaba en su parlamento que para él, natural de Cervera, era un placer estar en la inauguración del centro, inicio de una nueva etapa de una red que, ilerdense como él desde el principio ha sido uno de sus patrocinadores. De hecho, en la nueva imagen de Rodi, Márquez es su embajador.

Para la velada inaugural se invitaron los 400 clientes más influyentes de la zona (Manresa, Vic, Igualada, Granollers y Girona), contándose con la asistencia de directivos de los distribuidores más influyentes de Catalunya, proveedores del centro, situado en el polígono industrial Mas d'en Prat. ●

www.rodi.es



Glòria Vinyals y Marc Márquez, posando con nuestra cabecera especializada en la posventa de las dos ruedas, MotoTaller.

En el programa 2013 resaltan dar a conocer la asociación en el sector dando un valor añadido a los socios en la relaciones comerciales, mediante apoyo, asesoramiento e información

## Nueva junta directiva en ARPO, la Asociación de Recambistas de Pontevedra

El pasado 22 de febrero de 2013 en Asamblea General Ordinaria, la organización empresarial **ARPO**, la asociación de empresarios comerciantes libres de Recambios y accesorios de vehículos de la provincia de Pontevedra, renovó su Junta Directiva quedando compuesta de la siguiente manera:

**Presidente:** Jaime Casas Gómez (Ysdema S.A.)

**Vicepresidente:** Carlos Eguía Louzan (Recambios Quasar S.L.)

**Tesorero:** Eduardo García González (E.D.I. 99 Rec. y Acc. S.L.)

**Secretario:** Benedicto Justo Janeiro (Euro Recambios Juscar)

**Vocales:** Eusebio Ochoa Míguez (Recambios Ochoa S.L.), Kiko Céspedes Santos (Demarka Recambios S.L.), Carlos Ledo Ledo (Repuestos Ledo S.L.)

**Iniciativas que se están impulsando en la actualidad**

Desde su fundación, ARPO ha sido muy activa en el sector organizando jornadas técnicas con talleres y asociados, mesas redondas con otras asociaciones como ATRA y ANCERA, elaboración de la página web donde se vuelca información del relevancia para el sector, formación para los asociados, asesoramiento jurídico, cartelería informativa, cenas de confraternización e incluso un anuncio de televisión para la TVG. La nueva junta directiva trabajará para que los socios se sientan más respaldados e informados por ella y adquieran una ventaja competitiva frente a las no asociadas.

Este año pretenden dar a conocer la asociación en el sector, y mostrarle a los clientes que las empresas que forman ARPO darán un valor añadido en la relaciones comerciales, mediante apoyo, asesoramiento e información. Detrás de las empresas que forman la



asociación hay una larga trayectoria de honesta ética profesional.

Desde ARPO, no solo se informa sobre los distintos servicios que ofrecen, sino que también trabajan para buscar más volumen de negocio para los asociados y que éstos estén protegidos en temas de morosidad, seguros, etc. para que estén más protegidos ante los posibles cambios y problemas que puedan surgir en el sector, y que la asociación trabaja para defender los intereses comunes.

Desde la asociación entienden que existe una necesidad imperiosa de estar unidos, y en estos momentos más que nunca, para que juntos se pueda superar la crisis actual, especialmente en lo que afecta al sector. ARPO se constituye el 12 de Julio de 1993 con un insaciable espíritu emprendedor y de lucha, con la finalidad de defender, apoyar y promover los intereses del colectivo. Su modo de trabajo se basa en reuniones periódicas en la C.E.P. (Confederación de empresarios de Pontevedra), Asambleas Generales Ordinarias y extraordinarias, etc. ●

http://arpo.org.es/



Una versión de vehículo multi propósito (MPV) del Best seller Fiat 500

## NGK Spark Plug suministra bujías, calentadores y sondas Lambda al nuevo Fiat 500L Trekking

Para el reducido, motor turbo TwinAir de dos cilindros (70 kW / 90 CV), NGK diseñó la bujía **ILKR9G8** para ahorro de espacio. Tiene una rosca de M12 y 26,5 mm de largo alcance, como el motor compacto ofrece un espacio limitado. A medida que el motor utiliza el control variable de válvulas para adaptarse a la situación de conducción, la bujía ILKR9G8 se adapta al movimiento de alta carga y presión de cilindro. Para cumplir estos requisitos, cuenta con un electrodo central con punta de iridio soldado con láser. Debido a su alto punto de fusión (2.466°C) y la dureza, este metal precioso es extremadamente resistente a la erosión por chispas, lo que permite




un electrodo central con un diámetro de sólo 0,6 mm. Debido a su diseño delgado, mezcla aire-combustible más inflamable mejora la chispa, lo que garantiza seguridad de encendido y la eficiencia del motor.

Por otra parte, NGK es el único proveedor de sensores lambda para el motor turbo TwinAir. Fiat instala el sensor de banda ancha **UAA0001-FA001** de la marca **NTK**. Este es capaz de detectar la relación aire-combustible en un amplio intervalo de puntos de trabajo - una capacidad vital para el sistema TwinAir variable y sus cambiantes relaciones de aire-combustible. Como sensor de diagnóstico para controlar el rendimiento global de los sensores de regulación del convertidor catalítico, Fiat eligió el sensor binario de NTK de óxido de circonio OZA629-A2.

Para el motor MultiJet2 1.3 litros (62 kW/85 CV), NGK es proveedor exclusivo de los calentadores y los controladores de calentamiento. El motor diésel de cuatro cilindros cuenta con los tipos Y9001AS bujía incandescente y el controlador de calentamiento **R41GK**. Gracias al avanzado sistema de calentamiento rápido de NGK (GCA), el Y9001AS tiene un diámetro de tubo incandescente de sólo 3,5 mm y es capaz de llegar a 1.000 °C en sólo dos segundos, proporcionando encendido fiable de la mezcla de diesel, incluso a temperaturas ambiente muy bajas. Junto con el controlador de calentamiento, que también suministra calentamiento posterior durante varios minutos, de acuerdo con la exigencia de calentamiento del fabricante de automóviles. Las emisiones durante el período de calentamiento del motor se reducen significativamente. Para la regulación Lambda, el MultiJet2 1.3 litros utiliza el tipo de banda ancha **UAA0002-FA001**.

Por último, NGK también está presente en el motor de 16V 1,4 litros (70 kW/90 HP). El especialista de encendido suministra Fiat la bujía referencia **DCPR7E-N-10** en aleación de níquel para este motor. ●

 [www.ngk.de/es/home](http://www.ngk.de/es/home)


Destacan la labor de la compañía al introducir la marca en España  
**Civiparts, nombrada distribuidor del año por la Wolf Oil CORPORATION**



**Civiparts** fue nombrado Distribuidor del Año por la **Wolf Oil Corporation** en el reciente *International Distributor Event 2013*.

Este evento, que se celebraba en Roma, contó con la participación de 75 distribuidores de todo el mundo. Paralelamente, en la oferta *Heavy Duty*, Civiparts se destacó como uno de los cinco casos de implementación exitosa de las mejores prácticas, como resultado de la estrategia desarrollada en la comunicación del cambio de marca.

Representantes de Civiparts tuvieron la oportunidad de hacer una presentación sobre la implementación de la renovada marca en Portugal y España. ●

 [www.cecauto.com](http://www.cecauto.com)

# FEEL

# D-POWER

**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




Premiada por la pionera tecnología de sus baterías

## Johnson Controls recibe el premio FAE Innovación 2013

La Confederación de Asociaciones Empresariales de Burgos (FAE) otorgó a **Johnson Controls** el **Premio FAE a la Innovación**. El proveedor líder en baterías de plomo-ácido recibió este premio por la línea de producción en su fábrica de Burgos, donde se fabrican las baterías Start-Stop con tecnología EFB (Enhanced Flooded Battery).

"Después de la confianza recibida por nuestra empresa y del excelente trabajo realizado por nuestro personal, es una satisfacción y un orgullo que FAE nos haga entrega de este premio a la innovación. Demuestra que adaptamos tecnologías innovadoras de una forma rápida y eficiente para satisfacer las necesidades de nuestros clientes en los mercados globales", comenta **Eduardo Quintanal**, Director de la Fábrica de Burgos. "Nuestras baterías con tecnología EFB están diseñadas para vehículos con sistemas Start-Stop. Con dicha tecnología apoyamos a los fabricantes de automóviles y conductores a reducir las emisiones de CO2 de sus vehículos", añade el Director de Fábrica. La decisión de la compañía de fabricar baterías con tecnología EFB en Burgos fue un hecho importante para el mercado español. Desde su comienzo, en junio de 2011, Johnson Controls ha fabricado aproximadamente medio millón de baterías con tecnología EFB en Burgos. "Esta línea de producción es un compromiso con la fábrica de Burgos. Mantener esta trayectoria genera una visión de futuro más optimista para la industria de la automoción y para nuestra fábrica. La decisión tomada por Johnson Controls demuestra lo importante que es la localización de Burgos para nuestra compañía", dice **Paulo Santos**, Director de Operaciones para Europa, Oriente Medio y África.

El sistema Start-Stop apaga el motor cuando el vehículo se detiene y lo reinicia automáticamente al arrancar. Como resultado, se minimiza el consumo de combustible y de emisiones de CO2. "Los vehículos con sistemas Start-Stop están creciendo en popularidad", explica Quintanal. "Esperamos que para el año 2018, aproximadamente el 80 por ciento de los vehículos nuevos en Europa estarán equipados con sistemas Start-Stop. Por lo tanto, la demanda de baterías con sistema Start-Stop crecerá de forma continua en el mercado de primeros equipos y en el de los recambios, a los cuales suministramos con nuestra marca VARTA". ●

 [www.johnsoncontrols.es](http://www.johnsoncontrols.es)



Nuevos talleres en la Estación de Servicio Bardenas, en Tudela, Navarra y en Cáceres, Extremadura

## La Red Bestdrive del Grupo Continental continúa su expansión nacional


En pasados días de septiembre se inauguró un nuevo taller de la red **BestDrive** en la **Estación de Servicio Bardenas**, situada en el Polígono Industrial La Serna, en Tudela, Navarra, que ya contaba con un gran número de servicios para sus clientes: todo tipo de carburantes, etc.

Ahora, la empresa completa por primera vez esos servicios con el nuevo taller mecánico BestDrive, dirigido a todas las marcas, donde será posible atender y reparar tanto turismos como camiones, y que además está especializado en el cambio de neumáticos. Cambios de aceite y revisiones, electricidad y electrónica, equilibrado de ruedas, y Taller Oficial Continental serán algunas de las nuevas prestaciones que a partir de ahora ofrecerá esta emblemática Estación de Servicio.

Además, la Estación de Servicio Bardenas también forma parte de la red "Conti360" Fleet Services", dedicada a los neumáticos y a la movilidad para el sector del transporte europeo, que incluye todos los servicios relacionados con los neumáticos para las flotas de transporte por carretera. No es el único que punto que se ha abierto ya que se cuenta con una nueva incorporación en Extremadura: **Neumáticos Contiñas** pasa a formar parte de la franquicia, el séptimo punto en la comunidad extremeña.

Cuenta con 70 años de existencia dedicada al mundo de neumático y la mecánica rápida, se convierte en el primer taller de la ciudad de Cáceres en incorporarse a BestDrive. Con motivo de esta incorporación, Neumáticos Contiñas ha renovado completamente sus instalaciones del polígono industrial Las Capellanías de la capital cacereña para adoptar la imagen propia de los talleres Best Drive. A partir de ahora, el usuario encontrará bien diferenciadas la zona para camiones y vehículos agrícolas y la específica para turismos para ofrecer tanto los clientes profesionales de los vehículos pesados como a los particulares una respuesta a sus necesidades. El taller dispone de cinco elevadores, que permiten agilizar los trabajos, así como maquinaria específica de última tecnología. Además, Neumáticos Contiñas, que cuenta con ocho profesionales, proporciona servicios de mecánica rápida, como pre-ITV, cambio de aceite, cambio de filtros, revisión de niveles, revisión de frenos, neumáticos y amortiguadores.

Continental inició en 2011 un importante plan de expansión para la red BestDrive, con el objetivo de acercar la marca a sus clientes finales, poniendo sus servicios Premium de especialistas en neumáticos y mecánica rápida a disposición de los consumidores son ya 65 los talleres que la red tiene en toda España. ●

 [www.bestdrive.es](http://www.bestdrive.es)



Pretende formar a los asistentes para la obtención del título de Técnico de Sistemas Bosch (TSB)


## Bosch arranca con su programa máster para la formación de talleres



El pasado mes de julio y dentro del marco de actividades de formación para talleres de **Bosch**, se realizó el primer **Programa Máster**, un nuevo curso especializado de 20 días de formación para electricistas y mecánicos del automóvil, realizado en el **Centro de Formación del Automóvil**, en Madrid, en el que se impartieron a un reducido grupo de profesionales, de forma intensiva, las enseñanzas más importantes de electrónica y sistemas del automóvil.

Este nuevo curso, dirigido a todos los talleres que quieran formarse en las últimas tecnologías de vehículos actuales, pretende formar a los asistentes para la obtención del título de **Técnico de Sistemas Bosch (TSB)**, el más completo del actual programa formativo de Bosch. El curso, totalmente abierto a los talleres, abunda en la gran importancia que para los especialistas del automóvil tiene el adquirir los conocimientos necesarios en tiempos de avances tecnológicos tan veloces.

Además del curso Máster, Bosch tiene actualmente en marcha un amplio y completo programa formativo que se realiza en sus modernas y bien equipadas instalaciones en Madrid. Estos cursos permiten a los profesionales estar al día en las últimas tecnologías, ayudando a los talleres a enfrentarse a cualquier tipo de problema técnico y haciéndolos más rentables. El programa formativo 2013, actualmente compuesto por cerca de 150 cursos técnicos, programas y certificaciones, ha incorporado este año, como novedad, un programa de cursos de eLearning basados en una nueva arquitectura de aprendizaje descentralizado que incluye contenido multimedia adaptado a las nuevas tecnologías. ●

 [www.robert-bosch-espana.es](http://www.robert-bosch-espana.es)


Retrasos en las reparaciones y los talleres clandestinos, parte de las causas

## Cifras de descenso de la actividad de reparación en torno a un 6% según CETRAA

**CETRAA**, la Confederación Española de Talleres de Reparación de Automóviles y Afines, ha anunciado que, según estimaciones propias, el sector de reparación y mantenimiento de vehículos continua con su clara tendencia a la baja de en torno al 6%, tal y como se ha visto en ejercicios anteriores, llegando a registrar mínimos de hasta un 10% menos en el segundo trimestre. A pesar de que en ese espacio de tiempo está incluida la estación estival, en cuyo periodo se suele incrementar la actividad del sector por las revisiones de antes del verano, esto no ha mejorado los resultados.

Los motivos de la persistente caída siguen siendo los mismos que en otras ocasiones. Por una parte, los usuarios retrasan cada vez más todo tipo de reparaciones y a menudo, se limitan a realizar aquellas que son indispensables para seguir movilizados. Por otra, las operaciones realizadas por los talleres fraudulentos implican que un menor número de automovilistas acuda a los talleres reglamentarios por lo que su actividad mengua cada mes. En este apartado, CETRAA quiere agradecer la ayuda aportada tanto por los propios asociados como por las autoridades competentes en la identificación, denuncia y cierre de esos locales ilegales. Sin embargo la Confederación alerta de que, a fecha de hoy, son todavía demasiado numerosos y sus actividades siguen repercutiendo negativamente en el volumen de trabajo de aquellos que sí entran en el marco legal.

Desde CETRAA se continúa trabajando por mejorar las condiciones de los talleres y se confía en que las leves recuperaciones o estancamientos de las caídas que empiezan a verse en otros colectivos comiencen a notarse en el sector de la reparación de automoción. ●

 [www.cetraa.com](http://www.cetraa.com)





Oscar Huarte durante la presentación.

CON EL OBJETIVO DE DAR SERVICIO Y ASISTENCIA TÉCNICA A TALLERES

## Nacen Lizartronics y TTA-Lizarte



Fina Romero en su intervención.

Lizartronics y TTA-Lizarte surgen con el objetivo de dar servicio y asistencia técnica a talleres de forma más competitiva y ofreciendo un servicio técnico eficaz y profesional, ambas empresas, comparten una nave de 600m<sup>2</sup> y prevén crear 15 empleos en los próximos 3 años.

La presidenta del Gobierno de Navarra **Yolanda Barcina** asistió a la inauguración de las instalaciones de las dos nuevas empresas del sector de la automoción en Pamplona; junto a la presidenta, estuvieron presentes en el acto los gerentes de ambas empresas: **Oscar Huarte**, gerente de Lizartronics, y socio de TTA Lizarte, junto a **Fina Romero**, ambos directivos de esta última empresa. Asimismo, también asistió al acto **Miguel Pérez Schwarz**, director general de ZF España (ya que TTA Lizarte forma parte de su red como taller autorizado ZF).

En su intervención, Barcina recalcó: "Los políticos intentamos gestionar de la mejor manera posible los recursos de los que disponemos, pero sin gente como vosotros, emprendedores, empresarios, personas valientes que miráis al futuro con optimismo y con ideas, no sería posible el crecimiento y la construcción de una sociedad mejor".

**LIZARTRONICS S.L.**, es una empresa-taller centrada en aportar soluciones electrónicas para el vehículo. Ofrecen servicios tales como la reparación de cuadros de instrumentos tanto analógicos como digitales, optimización de gestión de motor o la reparación de unidades de control (ECU). **TTA-LIZARTE**, surge de la asociación de dos empresas Lizarte, y TTA S.L. (Técnicas en transmisiones automáticas) cuya experiencia en el mundo del recambio de 40 y 30 años respectivamente, les han llevado a la creación de un nuevo taller que dará servicio exclusivamente a talleres y profesionales en todo lo relacionado con el cambio automático. Su actividad está centrada en la refabricación y reparación de cajas de cambio automáticas, convertidores de par y conjuntos de válvulas. Siguiendo la estela de su socio TTA S.L., se pretende crear una nueva línea de negocio centrada en la formación técnica para talleres; en palabras de Romero "no tenemos en cuenta la competencia que nos puede crear el formar a la competencia, sino que lo vemos como un pilar fundamental para el desarrollo de cualquier empresa". ●

📍 [www.lizarte.com](http://www.lizarte.com)  
[www.lizartronics.com](http://www.lizartronics.com)



A la jornada de inauguración se invitó a talleres, los principales beneficiarios de las sociedades.

## Fabricantes



Multitudinario el aniversario de Hella.

HOMENAJEA A SU RED DE DISTRIBUCIÓN

## Hella: 50º Aniversario en España

HELLA celebró un homenaje a su red de Distribución con motivo de su 50º Aniversario en España. El Castillo de Viñuelas, próximo a la sede central de la compañía, en Tres Cantos, acogió esta ceremonia convirtiéndose además en un museo improvisado que recreaba algunas conocidas obras pictóricas.



Ismael Carmena, destacó que HELLA es una empresa forjada en la confianza de sus Distribuidores.

A lo largo de la velada, que contó con distintas personalidades del ámbito político y del sector de la posventa, se pusieron de relieve los valores que conforman HELLA apoyados por la proyección del conocido vídeo Technology with vision. **Ismael Carmena**, explicaba el secreto del éxito de HELLA: "trabajo, trabajo y trabajo" insistiendo en que "El futuro no es un regalo, es una conquista y HELLA apuesta por conquistar sus Clientes con una gama de productos y servicios adecuados a sus necesidades actuales. Soluciones comerciales flexibles y que aporten valor añadido al negocio, en definitiva, una oferta competitiva que garantice un negocio rentable al distribuidor". En el evento se recordó que la compañía ha sido

pionera con distintos desarrollos, sobre todo en Iluminación, como por ejemplo la tecnología LED, dejando claro que HELLA ha sabido diversificar y atender todas las demandas de los profesionales de la posventa llevando incluso su saber hacer y conocimiento más allá de la industria del automóvil, mencionándose sus joint ventures con BEHR HELLA SERVICE, en el área de Termocontrol, HELLA GUTMANN SOLUTIONS en diagnóstico, o recientemente, HELLA PAGID BRAKE SYSTEMS en frenos.

El director general de HELLA España, destacaba que HELLA es una empresa forjada en la confianza de sus Distribuidores que en todos estos años le han brindado su apoyo incondicional.

Para dar su especial reconocimiento a todos aquellos que han hecho posible HELLA a lo largo de toda su historia en España, el vicepresidente de Aftermarket de HELLA, **Michael Hilmerich**, presente en el evento, destacaba el ejemplo de HELLA España dentro del grupo alemán para otras filiales de la compañía.

Uno de los momentos más emotivos de la ceremonia fue el cálido homenaje que el grupo rindió al anterior director general de HELLA, **Luis Carmena**, quien supo asentar sobre pilares firmes las bases de lo que la compañía es hoy, llegando incluso a multiplicar por ocho su facturación en apenas dos décadas.

Finalmente, y como broche final a esta celebración para los Distribuidores, el acto se cerró con un espectáculo de magia donde los invitados participaron activamente, interiorizando algunos de los valores con sello HELLA. ●

📍 [www.hella.es](http://www.hella.es)



Michael Hilmerich, destacó el ejemplo de HELLA España dentro del grupo alemán para otras filiales de la compañía.



El grupo rindió homenaje al anterior director general de HELLA, Luis Carmena.



**CONVERSACIONES DE CALIDAD,  
CONVERSACIONES DE  
CONFIANZA, UNA JORNADA  
PENSADA PARA HACER  
NETWORKING Y BUSCAR RETOS  
QUE SUPERAR EN EL FUTURO**

# El sector ya tiene una cartilla para leer

Una nueva acción como parte de la iniciativa "Elige Calidad, Elige Confianza" liderada por los ya 16 fabricantes de componentes proveedores OE e IAM, y con el apoyo de cada vez más miembros de la distribución, y patronales del sector.

En la sala, una cincuentena de profesionales entre fabricantes, distribuidores y patronales del sector.



Alex Rovira, durante su intervención.



La jornada suponía activar un foro abierto para el networking y el debate.



Los asistentes posan al final del encuentro.

Presentó una fórmula: "Transformación = actitud x conocimiento x habilidad x compromiso". Como ilustración de este tema, presentó la historia de Ricky Hoyt, que supuso un momento muy emotivo, con la aparición de lágrimas entre algunos miembros de la audiencia. ●

[www.recambiosdeconfianza.com](http://www.recambiosdeconfianza.com)

El pasado 10 de octubre en Madrid se celebraba el encuentro "Conversaciones de calidad, conversaciones de confianza", que reunió a los miembros del sector posventa pretendiendo crear un foro abierto de diálogo y presentar una nueva acción: la **Cartilla Lecciones de Confianza**.

## Un proyecto que sigue adelante

**Juan Sologuren** de **Philips**, (el último fabricante en incorporarse a la campaña), daba la bienvenida a los asistentes entre los que se encontraban una cincuentena de profesionales entre fabricantes, distribución y miembros de las patronales **CONEPA** y **ANCERA**, y presentaba la jornada como una reunión pensada para hacer networking y buscar retos con los que superar en el futuro.

**David Galán**, director general de Prisma, la agencia que materializa la iniciativa, mencionaba los resultados de la campaña, que han supuesto más de 35.000 impactos cerca del taller. Explicaba que se trata de concienciar al reparador de la importancia de instalar piezas de marcas de primera línea concienciar al consumidor de pedir estas piezas, y contribuir al conocimiento de los valores de confianza, seguridad y fiabilidad. De hecho, forman parte de campaña las marcas **ATE**, **Bosch**, **Brembo**, **Dayco**, **Gates**, **Hella**, **KYB**, **MANN-FILTER**, **NTN-SNR**, **SKF**, **Textar**, **TRW**, **Valeo**, **VARTA** y **VDO**.

La iniciativa cuenta además con el apoyo de los grupos de distribución **AD Parts**, **Gecorusa** (y su red **Star**), **Groupauto** **Unión Ibérica** y **URVI**.

## Una cartilla para informar al conductor

En la jornada se presentaba una nueva acción fruto de las conversaciones con talleres quienes, a lo largo de la vida de la iniciativa, manifestaron la necesidad de crear un argumentario de razones para comprar piezas de primeras marcas. Respondiendo a ello, se creó la Cartilla de Lecciones de Confianza, un compendio de todas las razones de la campaña, que está planteada con clara continuidad en el tiempo, en la que el taller recibe una herramienta para poder explicarle al conductor por qué es importante apostar por profesionales responsables, ofreciendo determinadas recomendaciones sobre el correcto mantenimiento del vehículo, como la importancia de apostar por recambios de primeras marcas en él. Estas cartillas podrán personalizarse con el nombre del grupo de distribución que apoye la iniciativa, o del propio centro de reparación.

## Emotivo y entusiasta

Como colofón, se contó con Alex Rovira, conferenciante español de reparación internacional que compartió con los asistentes reflexiones como Creer, Crear, Lograr, Motivarse, Colaborar, Unirse, es decir la importancia de la calidad y la confianza en el día a día, como valores con los que dar un paso al frente hacia la excelencia, proyectándolo hacia el ámbito profesional de la posventa ya que la crisis es momento de aprovechar oportunidades, a partir de cuestionarse lo que está establecido para evolucionar, motivándose para ver dónde está el límite.



Juan Sologuren, de Philips, el último fabricante que se ha incorporado a la iniciativa, presentando el acto.



# MANN FILTER

## Somos uno



**Miguel**  
Departamento de desarrollo  
de MANN-FILTER

**Ángel**  
Jefe de Taller Multimarca



Porque no nos la jugamos y elegimos la calidad como única alternativa. Tú, como nosotros, conoces la importancia de utilizar filtros que ayuden a cuidar la vida del motor. Por eso, en los trabajos de mantenimiento dile a tus clientes que confíen en productos de garantía, como MANN-FILTER. Porque llevamos más de 70 años siendo líderes mundiales en preocuparnos por tu negocio, **somos uno.**

[www.mann-filter.com](http://www.mann-filter.com)

MANN-FILTER – Perfect parts. Perfect service.

**CHARLAMOS CON LA DIRECTIVA DE SERCA PARA QUE NOS CUENTE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN EN EL GRUPO, JUSTO ANTES DE LA CELEBRACIÓN DE SU YA XXIV CONGRESO.**



# Creecer y crecer

**Crecimientos a perímetro constante en cuanto a socios, expansión de algunos de ellos a otras zonas, documentación exhaustiva para los socios, programas de élite y de futuro para los talleres, además de más presencia en las redes sociales; éstas son algunas de las claves de su posición actual.**



Carmelo Pinto habla de crecimiento: y quieren seguir así; parece que las cifras les dan la razón.

Quisimos que la directiva de **Grupo Serca Automoción** nos hablara de su actual posición y de las acciones y estrategias que pretenden llevar a cabo. Estas son sus respuestas.

**¿Cuál es el estado actual del Grupo en unas circunstancias complejas como las actuales y cuáles los principales proyectos?**

**Carmelo Pinto:** Nuestro principal proyecto es la coordinación de nuestro Grupo europeo **Serca S'Energie Aftermarket**. En una próxima reunión en Francia vamos a seguir tratando los aspectos organizativos, con mi homólogo; veremos también a algunos proveedores y mantendremos encuentros con algunas personas más; todo ello para poder exponerlo a los consejos de ambas asociaciones. Posteriormente, en Equip Auto volveremos a tener una reunión (al igual que hace dos años, cuando formalizamos la creación del grupo) y esperamos poder empezar con alguna actividad que acordemos.

Queremos ir canalizando lo que queremos desarrollar como el quinto grupo a nivel europeo, y ya tenemos candidatos con interés en formar parte de él; a pesar de que parece que hace tiempo que anunciamos la creación, el proceso a nivel internacional implica una burocracia:

traducciones de estatutos, conformidades, etc. Hay asignada una persona en S'Energie que va a asistir a determinadas reuniones, igual que lo haré yo pero, para el resto, habrá asignado un profesional experto que se va a ocupar de todas estas gestiones. El ritmo es el que debe ser, tampoco estamos presionando para acelerarlo, porque entendemos (y los fabricantes nos lo refrendan) que no es la panacea: hay que comprar bien en cada país, aunque sea interesante tener un plus.

**Y, ¿Cómo se compra en Serca?**

**C.P.:** Tenemos unos estudios muy bien hechos sobre nuestras compras, nuestras ventas, etc. desde el departamento de informática, y por eso sabemos que compramos bien y a quién tenemos que comprar. Tenemos "cocina propia"; creamos lo que necesitamos a partir de los departamentos de Informática, Marketing, Redes de Talleres, Recepción-Administración, etc. nuestro equipo está muy definido y coordinado y así ajustamos muy bien lo que queremos y cómo lo queremos.

**¿Cuáles son las expectativas del Grupo?**

**C.P.:** Vender. Enseñar a todos nuestros socios a vender, no todos avanzan a la misma velocidad.





Juan Carlos Rico habla de SPG y Professional Plus como una forma de atraer al taller al "universo Serca" y hacerle evolucionar.

Nuestra meta es ser un Grupo de Ventas en su totalidad, que todos los socios aprovechen las ventajas que les ofrecemos para ello, que es una cuestión de cada uno de los empresarios.

### ¿Hay perspectivas de aumentar la estructura de socios?

**C.P.:** En todos los sitios donde un socio no cumpla con una media estadística que tenemos, y en Lugo o Santander, aunque Aravi (Bilbao y Vitoria) está preparado para ir a Santander. Hemos tenido entrevistas con determinadas empresas, aunque no hay nada concreto. La prioridad es que todos los socios vayan, si no a la misma velocidad que los más activos, sí a una mayor velocidad para llegar a explotar las posibilidades de su zona que están bien acotadas por nuestros estudios; y si no, habrá que buscar otro que lo haga. El problema es que no quedan muchos distribuidores con posibilidad de entrar, entonces habrá que facilitar que otro socio se expanda y desarrolle el consumo de la zona en cuestión, que está previsto. Menos en 2008 que bajamos 0,08, todos los años hemos crecido. En abril estábamos en el 4,5 en compras del grupo (porque nadie compra para estocar, sino para vender) Julio ha sido excepcionalmente bueno (un socio me confesó que había crecido un 20% con respecto a 2012) y es raro que la cifra varíe a final de año; nuestras previsiones son de llegar a un 4,5-5% de crecimiento a finales de año, teniendo en cuenta que, según dicen los datos que se manejan en el sector, el mercado ha caído un 8-9%, no está nada mal.

### ¿Acusan las menores intervenciones en el taller?

**C.P.:** Hay contradicción en las cifras; conocemos las que tiene **CONPEA**, pero no tienen datos de toda España; **CETRAA** o no los tiene o no los quiere hacer públicos; lo que está claro es que de Madrid hacia el sur han cerrado más talleres (un 15% aproximadamente) que de Madrid hacia el Norte. SE han hecho muchos

talleres que no daban de sí. **Juan Carlos Rico:** Según me cuentan los talleres que visito (y son **SPG** o candidatos a **SPG** o **Professional Plus**), hay más intervenciones, aunque las facturas son de menor importe, porque se cambian menos elementos; lo importante es que haya continuidad.

**C.P.:** Lo que está claro es que se vende menos; el mercado ha decrecido y si crecemos (y nosotros nos preocupamos nuestros socios) será porque nuestros socios están haciendo las cosas muy bien y hay otros que no tanto y otros más que no funcionan.

Llevo dos años visitando socios y estoy dándome cuenta que algunos de ellos han perdido la perspectiva global del mercado: a veces, no se puede ganar tanto margen como se desearía en una operación, y hay que ajustar muy bien los gastos y los beneficios de las rutas, por ejemplo. Esos ajustes, ese control de todas las facetas del negocio, la rentabilidad en base a los estudios que hacemos es lo que intento hacer ver en mis visitas.

Enviamos las cifras fijadas cuatrimestralmente (aunque las vigilamos cada mes) para mandar la información a los socios. Habrá pocos grupos con los estudios tan en detalle para que puedan ser manejados como indicador del negocio y las acciones a realizar (y no es que lo diga yo, es que nos lo dicen los proveedores); es del socio con respecto al grupo (si un producto representa para el Grupo un determinado porcentaje, el socio no puede estar por debajo) si hay desviaciones, habrá que analizar qué pasa (el mercado, la competencia, la gestión interna del producto, etc.) y corregir... Desde mediados de 2010 todas las informaciones, promociones etc., están almacenados informáticamente, se pueden consultar en cualquier momento.

También tenemos un estudio de mercado, y sé que otro grupo (y no es de los grandes) tiene sus estudios en Excel, y bien que hace..., tenemos condiciones, etc.

### El departamento de informática es el que lo gestiona...

**Pere Colomé:** El equipo del departamento está formado por tres personas, que conjuntamente nos dedicamos a varios tipos de desarrollo: **Aplicaciones verticales para el Socio**, orientadas al Socio la mayoría como lo son las aplicaciones ya conocidas Serca Tarifas, Serca Condiciones, Serca Infos, Serca Consumos y Serca Redes. Algunas de las necesidades pasan por crear novedades en estas aplicaciones, y a veces es necesario crear un software distinto. Pero el objetivo es siempre el mismo: Aportar soluciones al Socio.

**Serca Gestión**, Respecto a los talleres ocurre algo parecido. Cada uno de ellos, al final, trabaja de una forma distinta, dentro del marco establecido. Esto supone tener la aplicación parametriza-

da de tal forma que sea sencillo adaptarla al taller. Como consecuencia, este sistema crea una mayor dificultad para gestionar internamente todos los cambios, y siempre hay que ir con más cuidado. Esto significa tiempo y especialización. De nuevo se pone en evidencia la máxima: Hacerlo fácil, es complicado. Continuamente estamos, además, adaptando nuevas integraciones de aplicaciones complementarias de otros fabricantes que nos permiten crecer y establecer nuevos horizontes para las actualizaciones que realizamos de forma cíclica. La aplicación no puede quedarse nunca estática. Debe evolucionar, como lo hacen los talleres. Una de esas evoluciones, nos ha llevado a realizar un cambio de tecnología, por imperativo técnico, y debido a ello hemos creado la nueva aplicación, ya establecida en nuestros clientes. El cambio de aplicación en el 2012, ha sido profundo porque se ha escrito de nuevo, pero suave a la vez porque se ha pensado en el programa antiguo, que centenares de personas estaban utilizando. De esta forma, hemos conseguido mejorar la interface, manteniendo la forma de trabajar de los talleres, aprovechando al máximo los 15 años de experiencia de que constaba la aplicación antigua.

Y otro de los desarrollos es el **Mantenimiento de las oficinas centrales**: estamos en el mismo despacho que los demás integrantes de Serca, de manera que cualquier pregunta, cualquier problema que surja, o cualquier necesidad en el despacho, también está sujeta a nuestra labor para facilitar el soporte y que sea lo más rápido posible. Las necesidades de los usuarios son variopintas, y van evolucionando con las obligaciones del mercado, de manera que intentamos por todos los medios aportar la tecnología necesaria a todo el despacho para su funcionamiento óptimo.

Quizás parezca una obviedad, pero todas las aplicaciones Serca de las que dispone el Socio se basan en la constante alimentación de datos que realizamos desde las oficinas centrales, y por tanto se requiere de unos programas de back office especializados en cada caso en nuestras oficinas, para que todos los Socios puedan disponer de la información de forma adecuada.

**C.P.:** Nuestras directrices son: comprar bien, informarles de lo que está pasando en el mercado (ir a su casa, enseñarles todos los elementos que tenemos: los estudios, las redes, etc. e insistir en que aprovechen los datos que les damos cada cuatro meses) y si no o quieren hacer, ver qué medidas se aplican.

### ¿Podría ser un socio invitado a abandonar el Grupo?

**C.P.:** En Serca se expulsa a nadie, porque es una SA, pero eso no quiere decir que otro socio no pueda ampliar su zona de influencia hacia otra que no está desarrollándose como debería: no hay nada firmado como para parapetar zonas. De hecho, nuestros socios se expanden: **Aicrag, Colón, Reynasa, Lomeña, Segorbe, Aravi, Ochoa...** todos han ampliado zonas; esos movimientos son para crecer. Si hay socios que no crecen, sino que decrecen, pues otros lo harán, y no necesariamente los más grandes: hay socios pequeños o medianos que han entrado recientemente y



Las redes sociales, internet, lo que se puede hacer en este campo, una de las claves del Congreso de este año, tal como nos informaba Eduardo Gutierrez.

que han experimentado un tirón al emplear esa información (**Reymo**, por ejemplo).

### Con esos elementos, ¿se experimenta automáticamente el crecimiento?

**C.P.:** Hay acciones que son de gestión interna, propias de su estatus como empresarios: si tienen un Call Center, determinar las llamadas que se pueden y deben atender, optimización de rutas, etc. para que haya eficiencia y el Estudio de Mercado con Proveedores que les ofrecemos (que es el elemento quizá más importante de todos los datos que tienen) pueda ser aprovechado al máximo.

En mis visitas sé quien toma nota de esas cuestiones (y quien no y, entonces, lo anoto yo) quien lo tiene todo en cuenta, crece seguro.

Hay algunos que no esperan tener continuidad en el negocio, y están tan activos, pero para nuestra suerte son los menos y lo que es mayoritario es que la siguiente generación esté preparada y activa para continuar el desarrollo, por descontado, los 15 socios del Consejo Consultivo tienen esa generación, si no dispuesta, ya operativa.

### Hemos hablado de los beneficios de la documentación que el Grupo pone a disposición del socio para su evolución, ¿Qué hay respecto a los apoyos para que se les transmitan a los clientes, los talleres? ¿Son aprovechadas por los socios en toda su extensión?

**J.C.R.:** No todos en igual medida; lo que ocurre es que, en el caso de **SPG** y **Professional Plus** que son cosas distintas, son empleadas con buenos resultados por socios que no tienen una dimensión tan grande.

Luchamos para que se involucren más en la red SPG, porque al Grupo tener una red como la nuestra, manteniendo el nivel de excelencia y exigencia que tenemos, le cuesta mucho dinero, al igual que al socio (mis desplazamientos, el pack de bienvenida, pintado y rotulación del taller -donde el taller pretende que colabore-).

Hay quien todas estas acciones las aprovechan para cerrar un acuerdo comercial y vender recambios, que es lo que se pretende, pero aún así hay que estar activo; y hay que pensar que un socio grande tiene más gastos que uno pequeño, porque tiene más talleres de la red que pretenden que el distribuidor les apoye.

**C.P.:** La red se lanzó en 1999, pero hasta que no llegó Juan Carlos en 2001, no despegó por completo, al igual que el Professional Plus, que se relanzó hace dos años. Ya estamos en casi 600 puntos entre las dos redes.

### ¿Es más asequible apoyarse en el programa Professional Plus?

**J.C.R.:** **Professional Plus** tiene en estos momentos la envergadura que debería haber tenido tiempo atrás: más de 400 talleres. Se lanzó en 2005, en el Congreso de Burgos, pero ahora es una realidad a explotar, y, de hecho ya hay talleres completamente identificados en cuanto a imagen. El objetivo de ofrecer a ese taller que quizá no pueda ser un taller de la red (por estructura, proximidad, porque no quieren estar en una red con un alto nivel de exigencia, aunque quieren contar con herramientas de evolución...), acercándole la realidad de los socios, y atrayéndole al "Universo Serca", aportando las herramientas de evolución, se ha cumplido.

### ¿Cuántos talleres han hecho el paso de Professional Plus a SPG?

**J.C.R.:** Varios. En algún caso es el salto previo. 6 o 7 que yo recuerde.

**C.P.:** La ventaja de SPG es que nadie tiene todo lo que se le ofrece, y eso según un estudio de **GiPA**, en el que se ponía de manifiesto que todos los talleres de la red eran 3 estrellas excepto 2 o 3. Eso supone un nivel de exigencia elevado: no tenemos todos los puntos que quisiéramos, pero tampoco están en la red todos los que quieren estar, los seleccionamos.

### Desde el departamento de marketing, ¿cuáles son los apoyos que se le ofrecen al socio?

**Eduardo Gutiérrez:** Las promociones que ya son un clásico en el Grupo, pero este año nuevos proveedores se han aliado con nosotros para realizar muchas más, con más gamas de productos.

Y, desde enero, estamos presentes en las redes sociales para dar información directamente al taller (**Facebook**), en este tiempo hemos duplicado la comunidad, hemos realizado campañas que han tenido buenos resultados; hemos conseguido que socios y clientes se involucren más en ella, compartiendo las noticias que nosotros colgamos, lo que aumenta la repercusión.

**C.P.:** También estamos desarrollando una nueva página web, que quizá ya esté lista para presentarla en el **XXIV Congreso de Serca** en Canarias.

### ¿Han conseguido posicionar el Grupo, respecto al resto de estructuras presentes en el mercado, en el lugar que querían?

**C.P.:** Sabemos que crecemos porque la cifra de crecimiento es a perímetro constante. Otros incorporan socios con lo que en realidad no se sabe si se crece o no.

Consideramos que estamos en cuarta posición respecto a los Grupos en España: AD Parts, CGA, Grupauto Union Ibérica, y nosotros; y detrás otras formaciones como Dipart, o grupos que operan a nivel más local tipo Grupauto, o Andel Automoción, por ejemplo.



Pere Colomé habla de la profusa documentación y apoyo desde el departamento de informática para el socio de Serca. Análisis en detalle con el que realizar la gestión del negocio del recambista.



El caso es que nos sentimos satisfechos y nuestros socios también, y tenemos perspectivas de seguir creciendo; hay plazas en las que somos los que más cuota tienen (de 5 a 8 provincias donde somos los nº1); en las otras provincias es donde queremos impulsar al socio para conseguir esa posición.

Y estamos muy unidos; en la última asamblea se aprobó todo el orden del día por unanimidad, algo que llevamos haciendo durante años, concretamente desde 2001. Otros ejemplos de estabilidad y fortaleza son que, por unanimidad, llevamos 18 años con el mismo presidente, **Agustín García** de **Aicrag**, que el Consejo Consultivo es el mismo desde hace unos 8 años, son los que más consumos tienen y eligen a los proveedores, después de un Estudio de Mercado sobre ese producto... Eso supone la continuidad de una estrategia y el apoyo de nuestra estructura; si no estuviera esta coherencia, se hubieran visto problemas como se han visto en otros grupos.

### ¿Dónde quieren llevar al Grupo?

**C.P.:** A seguir creciendo al mismo ritmo (4-5%) cada año. Dije en 2009, en Córdoba, que en 2014 teníamos que haber crecido un 40% y vamos por ese camino; iclaro que me gustaría crecer más!, pero es que la competencia está en el mercado y tiene también sus armas...

Ahora que conozco Francia y algún que otro país más, creo que estamos en el más competitivo a nivel de recambios, y los que más servicio estamos proporcionando. Algunos miembros de la distribución de fuera de nuestras fronteras nos dicen, incluso, que hemos creado un monstruo y algunas redes de talleres con las que tenemos acuerdos nos confiesan que les hemos acostumbrado demasiado bien.

### ¿Qué vamos a ver en el Congreso?

**E.G.:** Vamos a reflexionar sobre un tema muy de actualidad: las nuevas tecnologías, a partir de una experta internacional, que fue una de las personas más influyentes a nivel de comunicación y marketing y está entre las 50 personas más influyentes a nivel mundial: **Gaby Castellanos**; además **Joan Alcaraz** de **TAB Batteries** va a ofrecernos una ponencia que se orientará sobre el papel de la posventa como "pluriespecialista".

**C.P.:** De hecho, son los responsables de que el Congreso funcione o no, ya que deben captar la atención de los asistentes y a provocar debate, cosa que es hasta más difícil, a veces, que en los congresos de los talleres. Si bien es verdad que con el paso de los años los asistentes (y estos pensando en nuestros socios) han ido siendo más activos en cuanto a su participación.

### ¿Qué objetivo se busca con el Congreso?

**C.P.:** Pensamos que, independientemente de los contenidos que se les proporcionen a los socios, y de las conclusiones que del debate se extraigan para poder aplicarlas a los negocios y al sector en general, es un momento en el que los socios pueden ver a los directivos a mayor nivel de las marcas de recambio que venden, y se pueden intercam-

## XXIV CONGRESO DE SERCA: "MARCANDO EL CAMINO"

Los próximos 24 y 25 de este mes va a celebrarse el **XV Congreso de Grupo Serca Automoción** en el Hotel Santa Catalina, Las Palmas de Gran Canaria. El lema de este año es "**Marcando el camino**" para el que se ha previsto la asistencia de casi 300 profesionales del sector entre los miembros del grupo, proveedores, asociaciones vinculadas al sector y, como viene siendo habitual, la prensa especializada.

Como viene siendo habitual, tras la inauguración a cargo del alcalde de la isla, **Juan José Cardona** y del presidente del grupo, **Agustín García**, se contará con la presentación de los responsables de los diferentes departamentos de la central del Grupo para dar a conocer las novedades de interés para los socios, siendo la intervención del gerente, **Carmelo Pinto** la que cierre la primera de las sesiones.

Posteriormente, se contará con la intervención de **Joan Alcaraz**, director general de **TAB Batteries Spain** bajo el título genérico de "*Especialistas en todo*", tras lo que se abrirá el primer espacio para el debate, junto con las conclusiones de la puesta en común.

**Gaby Castellanos**, CEO de SocialPhilia realizará una ponencia titulada "*Cómo aumentar las ventas en el mundo de la automoción a través del social media*" seguido a lo cual se abrirá un debate y, a posteriori, se marcarán unas conclusiones. Una vez Agustín García clausure el Congreso, la cena de gala cerrará el evento. Al día siguiente, en el mismo hotel, los socios celebrarán la ya habitual **reunión interna**.

Los acompañantes dispondrán, como siempre de un atractivo programa alternativo que les llevará a visitar el barrio de la Vegueta, la iglesia de Arucas y el casco antiguo, el pueblo de Teror y la basílica de Ntra. Sra. del Pinto, con una parada para recoger gráficamente los parajes del mirador Pico de las Nieves, almorzando en el hotel parador Cruz de Tejada.



biar opiniones con ellos, más allá de los delegados, representantes de zona o los agentes, hacer networking.

### A nivel de distribución y teniendo una persona dentro del Comité Ejecutivo ¿Qué valoración hacen de ANCERA?

**C.P.:** No lo acabo de tener claro: hay una gente estupenda, pero no se acaba de llegar a unir el sector, aunque se esfuercen, involucrar a TODOS los grupos para que tiren del carro con la misma intensidad, porque hay grupos grandes que no están directamente implicados; y eso no es bueno. Nosotros hicimos mucho por el sector, apoyando a **ANCERA**, en ocasión de la publicación del Nuevo Reglamento, ya que

nuestro documento se ofreció a Holy Auto, a GECORUSA, EuroTyre, etc.

Al sector multimarca le falta un acuerdo global en las líneas maestras que nos afectan a todos; si lo hubiéramos hecho todos a la vez, nuestro status actual sería mejor. Es lo que falta: involucrar AD Parts y Groupauto Unión Ibérica. Dicho esto, es la mejor ANCERA que hemos tenido; antes era una asociación solo de nombre.

**J.C.R.:** Personalmente, veo que en sus congresos faltan recambistas; hay más fabricantes, pero es verdad que se puede mejorar, se debería atraer a las bases y a algunos Grupos en su directiva, lo que implicaría involucrar a sus socios.●

📍 [www.serca.es](http://www.serca.es)

REYNASA: NUMEROSOS PLANES EMPRESARIALES ADEMÁS DE EXPANDIRSE A MÁS ZONAS DE MADRID

# REYNASA no para



Quisimos charlar con Antonio y Luís Miguel López para que nos cuenten la realidad de una empresa que está llevando a cabo multitud de acciones en unos momentos en los que éste hecho es realmente diferencial.

Antonio y Luís Miguel López, dos de los cuatro hermanos que conforman el equipo directivo de Reynasa, nos comentan los proyectos que tienen previstos a corto plazo.

**Reynasa**, miembro de **Grupo Serca Automoción**, parece seguir una tendencia inversa a la que estamos asistiendo en el mercado: acciones sin cesar. Con un núcleo familiar perfectamente avenido, en el que cada miembro lleva adelante lo que mejor se le da, y con una solvencia que le permite afrontar proyectos con tranquilidad, se plantean multitud de mejoras que le han adquirido una velocidad de crucero envidiable.

**Entre las acciones más novedosas están la de su plataforma de comercio electrónico, presentada recientemente...**

**Antonio López**- Efectivamente, una de las bazas importantes para Reynasa es el comercio electrónico; veíamos que otros competidores lo tenían y queríamos implementarlo, así que, tras analizar con minuciosidad lo que queríamos, lo hemos lanzado y estamos muy satisfechos. Esperamos que este otoño tenga aún más eco.

Estas instalaciones de Alcobendas suponen otro paso adelante en la expansión de la compañía...

**A.L.-** Es curioso cómo fue todo...en realidad queríamos abrir un punto en Parla, pero aún no estaba operativa la nave que queríamos y los mismos propietarios nos enseñaron estas instalaciones y nos gustaron mucho. Habíamos pensado en duplicar esta nave con otro piso pero, aunque está preparado para ello, no lo hemos llevado a cabo aún, será una segunda fase. Antes de abrirla (el día 3 de junio), estuvimos estudiando con mucho detenimiento cómo tienen que ser las tiendas, para crear una "tienda tipo" basándonos en el almacén central de Chiloeches, que está funcionando como un reloj y abastece a las tiendas; están todas las referencias que se necesitan y, las que no están, las podemos hacer llegar en tan poco tiempo

po que el cliente no lo va a notar; además, lo que no tengamos nosotros aquí no lo tendrá la competencia.

**Luís Miguel López**- La idea inicial es crecer en la zona de influencia de Alcobendas y San Sebastián de los Reyes, de forma circular, que es mucho mejor logísticamente; aunque es un plan flexible que se adaptaría a las necesidades. Empezamos por estas dos poblaciones, y esperamos que se puedan ir incorporando Fuencarral, Colmenar, Tres Cantos...etc.; empezamos con una persona en almacén, cuatro en reparto, tres de call center y mostrador y un comercial.

**A.L.-** Las facturaciones de estos dos meses han sido sorprendentes, hemos sido muy bien acogidos; tenemos clientes que están comprándonos prácticamente todo y es que somos muy ágiles en el suministro. Es cierto que nos cuesta mucho dinero, porque ponemos toda la carne en el asador, pero estamos muy satisfechos.

Hemos abierto rutas que quizá ahora habrá que modificar, pero nuestra idea es ir abriendo nuevas rutas, incorporando nuevos vehículos, y crecer sin prisas porque, de seguir a este mismo ritmo, la sucursal será rentable en seguida.

**Se ha establecido una sistemática en logística que funciona muy bien...**

**A.L.-** Informáticamente, para localizar piezas, estamos muy adelantados; también a la hora de saber qué se necesita en cada tienda, a la hora de procesar los pedidos y repartir los materiales, la logística...

Lo que estamos desarrollando ahora es un programa de estudio de los clientes, un CRM. Estas mejoras estarán operativas en 2014.

**L.M.L.-** La base ya está hecha, a partir de una herramienta disponible en el mercado, y ahora desarrollaremos los detalles.

**No paran de desarrollar e implementar soluciones, incluso en estos tiempos complejos...**

**L.M.L.-** Lo importante es tener ganas de hacerlo, teniendo claro qué se quiere y buscando entre lo que se puede encontrar en el mercado que se ajuste al presupuesto.

**A.L.-** Y teniendo la persona adecuada: hay que hacer seguimientos de lo que se implementa para ver que funcione y poder ajustarlo todo y eso requiere tiempo. Tenemos suerte de que el núcleo directivo e incluso la siguiente generación (con David, nuestro sobrino, que empezó desde abajo y fue demostrando su valía) estamos todos muy implicados, hacemos cada uno lo que más nos gusta y podemos buscar apoyos; no todo nos sale, que también metemos la pata, pero es más viable llevar adelante proyectos.

**L.M.L.-** Ha sido muy importante la labor de asesoramiento que hemos llevado a cabo con Antonio López-Migallón (que realizó una intervención en el Congreso de Serca en Ávila); somos una empresa familiar que hemos venido realizando las cosas más con el corazón que con la cabeza y, ahora, esto es de otra forma. Nos ha enseñado a ser más racionales y a la vez a implicar a nuestro equipo, haciéndoles participar antes de llevar adelante un proyecto, y poniendo su experiencia al servicio del mismo; y todo sale mucho mejor: a este call center de Alcobendas ha llegado gente proveniente de otras importantes empresas del sector y nos han dicho que nuestro sistema de trabajo es muy completo y eficiente.

Y lo vamos a mejorar con la trazabilidad del reparto (desde que un cliente llama hasta que recibe su pedido) que permite reflejar una serie de datos de medición que son muy útiles a la hora de estudiar





internamente la eficiencia de los operadores de call center, las rutas, atender cualquier reclamación de los clientes y editar informes de servicio sobre cada uno de ellos.

Las mejoras implementadas, que hemos ido anunciando a nuestro personal, y que también han incluido algunas de sus propuestas, han supuesto un incremento de la eficiencia y la eficacia de nuestro servicio; cuando nuestra media de llamadas ha pasado de 2.800 a 4.800 en estos dos meses, hay que serlo por fuerza.

#### ¿Porqué la estrategia de expansión?

**A.L.-** Nuestro problema era el almacén central. No podíamos seguir creciendo en Alcalá. Una vez puesto en marcha Chiloeches, con cuatro personas para atenderlo, que nos evita operaciones de estocaje y desestocaje para enviarlo a las tiendas, puesto que se hace directamente, teniendo perfectamente delimitado el nivel de máximos y mínimos necesarios, con la estructura del Call Center ya definido, solo se trata de buscar un local, montar y abrir.

De ahí la rapidez en abrir Alcobendas, y de ahí que sea inminente la apertura del próximo centro de Parla que será para noviembre-diciembre.

#### ¿Porqué se ha pensado en Parla?

**A.L.-** Queríamos un punto con buena comunicación para acercar el producto al cliente. Preveo que habrá que incorporar solo dos personas, porque los comerciales ya están; trasladaremos rutas y vehículos desde Alcorcón. Seremos más operativos y creceremos en esta zona.

En cuanto llegamos a una nueva ubicación, tengo que decir que se nota en las facturaciones. Y es que damos una atención muy buena al cliente, un equipo eficiente y en logística (que es muy importante) somos de los mejores.

#### ¿No da un poco de vértigo crecer así?

**A.L.-** No tenemos problema. Hemos ido creciendo y hemos sido capaces de sanear la empresa. Y lo tenemos todo consolidado y estructurado, así que es más fácil.

#### ¿Hay más proyectos?

**A.L.-** En cuanto a aperturas, no, pero hay un proyecto que se va a poner en marcha este mes: [www.masquerecambios.com](http://www.masquerecambios.com) un portal para incentivar tanto en interno como en externo el trabajar con nosotros, asequible a todo tipo de producto.

**L.M.L.-** Básicamente (porque hay más cosas) es un portal por el cual se va a tener un valor añadido de puntos por compra de distintos productos, más promociones específicas (que se publicitarán), se acumularán y se podrán elegir los regalos. Y sirve tanto para las compras de los clientes (que así podrá saber de dónde viene los puntos) como para las ventas que nuestro equipo haga, de la mano de nuestros proveedores.

Están definidos en base a los acuerdos con nuestros clientes y desde ahí podremos gestionar mejor los viajes de incentivos.

**Pertenecen a Grupo Serca Automoción desde 1988 y son parte de su Consejo de Administración, ¿No ha habido otras "novias" que les ronden?**

**A.L.-** Estamos muy cómodos y contentos en Serca; no ha habido problemas en el Consejo de Administración y vamos creciendo (cada uno a su nivel). Sí ha habido propuestas, pero en ningún momento hemos tenido la iniciativa de buscar nada. Escuchamos, porque creemos que debemos hacerlo, pero nada más. Tiene que ser algo muy escandaloso para cambiar.

Valoro no solo comprar bien (que tiene que estar), sino la relación entre los miembros del Consejo y con los mismos miembros del Grupo; aprendemos todos de todos (y no siempre se aprende de los más grandes); se trata de tener la mente abierta. Y nos visitamos, nos explicamos las cosas abiertamente, nos implicamos. Y adaptamos lo aprendido, porque clonar metodologías es imposible.

**Esas diferentes velocidades, ¿No ha supuesto un freno para sus necesidades?**

**A.L.-** No vamos a dejar de hacer cosas. Si lo que se propone es interesante para la mayoría el Consejo lo aprueba. Ya entendemos que nuestro peso no es el mismo para todos, pero el camino no puede cerrarse por eso. Y no se hacen más cosas porque el Consejo no da la aprobación.

#### ¿Cómo ven el futuro de los Grupos españoles?

**A.L.-** Creo que se ha estabilizado bastante en cuanto al panorama interno. Ahora todo el mundo está pendiente de las alianzas internacionales por el tema del volumen y los bonus, porque supone dinero extra.

Lo que si entiendo es que los proveedores no deberían establecer tantas diferencias en las condiciones a los socios de un mismo nivel por que estén en un grupo u otro. En Serca se compra bien, pero sé que hay diferencias no por volumen, sino por el ser de un Grupo u otro.

#### ¿Hacia dónde va Reynasa?

**A.L.-** Queremos seguir creciendo de forma ordenada, siempre y cuando veamos una oportunidad. Más adelante, con los relevos generacionales, veremos; de momento, Laura y David, nuestros sobrinos, hijos de Jesús, ya están incorporados y en sus posiciones actuales por derecho propio, por su evolución.

**L.M.L.-** Somos inquietos por naturaleza y nos gusta lo que hacemos. ●

**www.reynasa.com**

## UNA HISTORIA DE ÉXITOS



En 1970, **Fructuoso López Solera** abre la primera de las sucursales de Alcalá de Henares (la Puerta del Vado), con una superficie de almacenaje de 500 metros cuadrados y 2 de sus hijos al frente de ella. Actualmente esta tienda sigue funcionando y, convenientemente actualizada, es uno de los actuales puntos de venta. En **1988** entran a formar parte de Grupo Serca Automoción. En **1991** se inaugura la nueva tienda de Alcalá de Henares, que hoy día es la central y que se amplió en 2005. En **1997** Reynasa abre su delegación de Guadalajara. Una tienda que dispone de más de 1100 metros cuadrados de almacenaje y 23 empleados. En **2002** se abre el cuarto punto de venta en Coslada, con una capacidad de almacenaje de 750 metros cuadrados, 23 personas, con 13 vehículos de reparto y un departamento comercial y aula de formación. En este año fallece el fundador, quedándose sus hijos Luis Miguel (ventas), Antonio (compras) y Alicia (contabilidad) al frente de la empresa. En **2006** se abre la primera instalación en Alcorcón. En **2008** se incorpora Jesús (recursos humanos). En **2010** se abre un nuevo almacén logístico en Chiloeches (Guadalajara). Las instalaciones cuentan con 1500 m<sup>2</sup>, ampliables otros 1500 metros más, con una altura de 8 metros, lo que hace que tenga una gran capacidad de almacenaje para cualquier tipo de producto y esta pensado y diseñado para la expectativa de crecimiento que la empresa tiene para el futuro. Cuenta con las más avanzadas tecnologías en proceso de datos y verificación de entradas y salidas, diseño del propio departamento de Informática de la empresa. En **2011** ponen en marcha el Call Center, herramienta desarrollada por su equipo informático, unido al programa de Contac Center. En **2012** trasladan sus instalaciones de Alcorcón a un nuevo emplazamiento. En **2013** abren la nueva tienda de Alcobendas de 550 m<sup>2</sup> duplicables, en función de las necesidades, y se procederá a la apertura de una nueva tienda en Parla. En **2014** se prevé la puesta en marcha de su programa CRM. Son 130 empleados (parte de su equipo de logística es autónomo, su total sería unos 160).



RESUMEN DE  
EQUIP AUTO,  
PARÍS, 16 AL 20 DE  
NOVIEMBRE



Asistimos a la vigesimoprimer edición de la feria de posventa de la capital gala, y que ha tenido lugar en el recinto ferial de Paris Nord, Villepinte, una edición con diversos cambios en su estructura.

# 'Tranquillité'

En el momento de escribir estas líneas, de hecho, aún está teniendo lugar la muestra y falta por descubrir cómo se van a desarrollar algunas de esas nuevas propuestas, como es el concepto "nocturnos Equip Auto" que se han previsto para el viernes y sábado, y que supone un horario ampliado que va de las 10 a las 21h...Dejando el domingo la celebración de la feria hasta las 17h.

Este año han sido finalmente cuatro los pabellones en los que se desarrollaba la feria (dos más de los

que se había previsto en un principio, aunque algunos con las inefables mamparas, y espacios para el "descanso" junto con pasillos centrales que eran verdaderas avenidas con una sectorización realmente más IAM que en pasadas ediciones y que traía dos nuevos sectores: "Trade & Sourcing" (Hall 2) que estaba dedicado a pabellones internacionales y, en particular (por su número) a los países de Asia, y "Redes de posventa" (Hall 4), que ha movilizó a las redes de mantenimiento, como **Norauto**, **Midas**, **Speedy**, **PointS**, **Motaquip** (la red multimarca de **Peugeot**), etc.

En total, 120.000 m2 con más de 1.300 expositores (un 75% de fuera de Francia, con ausencias notables, como la de **Valeo** o **Brembo**, por citar algunas, pero con regresos importantes como los de Tenneco) y un programa intenso de citas de negocios (de miércoles a viernes, en el espacio Mezzanine, del Hall 3), planeado mediante una plataforma para la comunicación ofrecida de forma gratuita con 5.000 compradores, muchas áreas de demostraciones de materiales, productos y servicios destinados a los talleres de reparación y mantenimiento profesional de vehículos, talleres y formación (en espacios previstos, además de en los stands de los expositores) conferencias (en el ya conocido *Espace Conférence*, situado en el Hall 4), fóruns, etc. promovido gracias al apoyo de las entidades profesionales que apoyan a los promotores, y que salpicaban los diferentes sectores, junto con reuniones profesionales como los de **KOTRA** (la oficina comercial coreana) en los servicios oficiales en la **CEGAA**, los agentes **Citroën**, los socios de

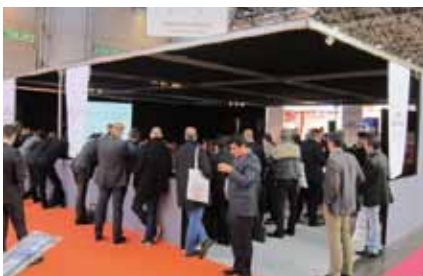


**CNPA** (consejo nacional de profesiones del automóvil), los distribuidores franceses de la **FEDA** (que lanzaron una nueva campaña junto con la **FNAA**, los artesanos del automóvil, por la que presentan películas que se lanzarán en las redes sociales y la web, en una campaña de marketing viral y de las que se hizo la *première*)...

En cuanto a los visitantes (la organización espera a unos 125.000 (30% de fuera de Francia), y tras un arranque muy tranquilo, en el decurso de los días los pasillos iban mostrándose más nutridos, aunque la coincidencia de fechas con la celebración musulmana de la *Fiesta del Cordero*, no iba a ser un apoyo para captar a los países tradicionalmente en el universo de Equip Auto...

Comentando con algunos de los visitantes que nos fuimos encontrando por allí, lo cierto es que la percepción era de una redimensión a la baja (nada nuevo, si tenemos en cuenta otras opciones feriales en nuestro continente) y de un cierto cariz de negocio "local", pese a la presencia de expositores y visitantes internacionales.

En este reportaje les mostraremos una selección de lo que allí pudimos ver. Esperamos que les sea de utilidad. ●







**AutoDistribution**, los socios de **ADI** mostraban un stand a lo grande, lanzando la nueva identidad corporativa del Grupo y de la red de reparadores **AD**, junto con los conceptos **ID Garages** (reparación en línea), la apertura de un nuevo almacén de sus socios **CORA**, y diversas novedades como interfaces online para climatización, un catálogo de piezas de recambio para vehículos start stop, sus acuerdos con localizador de vehículos de proximidad, y el **EureCar**, el programa de formación de todos los socios de la red internacional...

**DOGA Parts** acudía a la feria con novedades: ampliación de las escobillas **Duravision** (gamas flex y escobillas posteriores), **catálogos de elevelunas 2013-2014**, con 300 referencias nuevas (la gama llega ya a 1900 con más de 1200 aplicaciones), el catálogo que aparecerá en enero de 2014 de **electroventiladores 2014-2015** y las **cadena de nieve textiles**; **Jordi Llobet**, su director, nos explicaba que se ha asimilado todo el producto a la marca **DOGA**.



**Meyle**, la marca de **Wulf Gaertner Autoparts AG**, presentaron en la feria nuevas piezas HD: rótula de dirección la bieleta de barra estabilizadora, el brazo de suspensión para los nuevos modelos de las Series 5, 6 y 7 de BMW, así como la rótula de barra de acoplamiento HD reforzada para DAF, Iveco, MAN, Mercedes Benz, R.V.I. y Scania.

## SE PRESENTÓ LA IMAGEN DE IDAP-INTERNATIONAL DISTRIBUTION AFTERMARKET PARTS

Así de sonrientes posaban los miembros de **Grupo Serca Automoción** y su socio francés de S'Energie. Tras la creación, hace algo más de dos años de **Serca S'Energie Europe Aftermarket Parts** (de hecho, en la anterior edición de la feria francesa asistíamos a la firma oficial) en esta ocasión se presentaba el nombre comercial de la nueva sociedad, **IDAP (International Distribution Aftermarket Parts)**, en la que ya se está valorando la incorporación de socios de otros países. Muy ocupados se hallaban con reuniones, para trazar ya el plan de acción para llevarlo adelante.



## Bombas de última tecnología, Hechas en España,

por el mejor equipo humano.

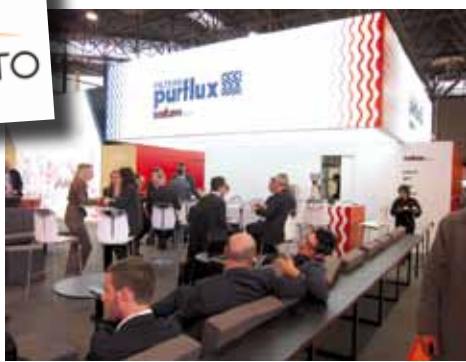
Hoy más que nunca, en **DOLZ** nos sentimos todos responsables de nuestro trabajo y de la calidad de nuestra entrega, ese es nuestro compromiso. Compromiso de futuro, pues es nuestra obligación dar continuidad a casi ochenta años de historia como fabricantes de bombas de agua.

Porque entre todos hemos conseguido ser algo más que simplemente 150 empleados. Unidos formamos una gran empresa líder en el mundo, con experiencia, capacidad tecnológica y calidad humana. **Hoy más que nunca nos comprometemos contigo.**





**ICER** acudieron con novedades: lanzaron los **kits traseros premontados** (disponibles en el mercado el mes que viene) con 150 referencias y una cobertura del 95%. También dieron a conocer el **nuevo embalaje**, con los colores corporativos y una especial relevancia de la 'marca España' que está muy bien vista en el exterior en cuanto a fabricación de componentes; de hecho, su actividad ferial a lo largo de este año les ha llevado por todo el mundo en ocho ferias de las cuales la siguiente será Shanghai en diciembre, y el año que viene seguirán en esa línea de internacionalización.



**Sogefi** dio a conocer el nuevo **embalaje de filtros de habitáculo** totalmente en plástico, reciclable con referencias clave en etiqueta extraíble y código QR que da acceso a las instrucciones del montaje. También se lanzaba el nuevo catálogo Purflux actualizado con 118 nuevas referencias y se anunciaba la designación de **Damien Martin** como nuevo director de ventas de Sogefi Posventa en Francia, Benelux, España y Portugal.



**AS** nos tienen acostumbrados a stands muy elegantes. Francia es un mercado muy importante para el fabricante español, así que no se pierden la feria.



**MANN-FILTER** es una marca que no puede faltar en evento alguno que se precie de serio. La compañía presentaba a los Grands Prix su filtro **Frecious Plus** que, además de su función de filtración del aire y absorción de olores, han incorporado elementos antibacterianos y antialérgicos que reducen el crecimiento microbiano. Además 'regaron' el salón con sus carritos.

## POR LOS PASILLOS Y LOS STANDS

En el recinto ferial fuimos encontrándonos con profesionales españoles, que visitaban la muestra. Algunos, nos comentaron "lo suyo".



El presidente de **Andel Automoción**, **Francisco Márquez** (izquierda) y **Enrique Junquera**, su gerente, nos explicaban que sus

socios no se inquietan por el anuncio de desembarco de Recalvi Andalucía, al frente de la cual estará el ex-gerente de la sociedad: "nuestros socios están muy involucrados con Andel, no creo que pueda haber repercusiones de compras 'fugadas' entre ellos...quizá entre los mayoristas", decían...Contentos con sus resultados, ya que crecen respecto al año anterior, siendo el mes de julio de este año el mejor en la historia de la sociedad. Con proyectos el año que viene, quizá nuevos productos (viendo opciones andaban por París) y reuniones de sus talleres.



De izquierda a derecha, **Lluís Tarragó** y **Josep Bosch**. Fueron ellos quienes nos vieron, de hecho, ocupados como estábamos haciendo fotos; la cúpula directiva de **AD Parts** y **ADI**, de visita en Equip Auto y tras su paso, (por el camino que llevaban) del stand de sus homólogos **Auto Distribution**.



En el stand de **Filtros Cartés**, **Miguel Ángel Cuerno**, Presidente de **ANCERA** nos comentaba el acuerdo de **AFIBA** (en el paraguas de ANCERA) asociación con **ACTIA** (y que el presidente de los fabricantes sea el presidente

de la asociación internacional de entidades Inspectoras ha tenido algo que ver) por el que los 12 socios van a disponer durante tres meses y de forma gratuita determinados equipos para realizar revisiones Pre-ITV. Anunciaba también la ubicación del **Congreso de ANCERA 2014**: Mallorca.

## PABELLONES

Los pabellones internacionales, una parte importante de la feria, en especial aquellos que provenían de países asiáticos.





# El futuro es presente

EQUIP AUTO  
2013  
HALL 3 - STAND B063



Investigación, Desarrollo e Innovación: tres palabras clave en el día a día de UFI FILTERS. El futuro es presente en los laboratorios de UFI FILTERS. Nuestros ingenieros simulan y proyectan sistemas de filtración de última generación con la tecnología más avanzada. La reducción de consumo de carburante y emisiones contaminantes, el aumento de prestaciones y seguridad, es la exigencia y tendencia del sector automovilístico a la que UFI FILTERS ha sabido avanzar y proponer al constructor soluciones tecnológicamente vanguardistas. UFI FILTERS, la experiencia del primer equipo al servicio del aftermarket que elige para el automovilista, la calidad total del filtro original. Avanzate al futuro con UFI FILTERS y nuestra gama completa de filtración de aceite, carburante, aire, habitáculo, GPL y metano.

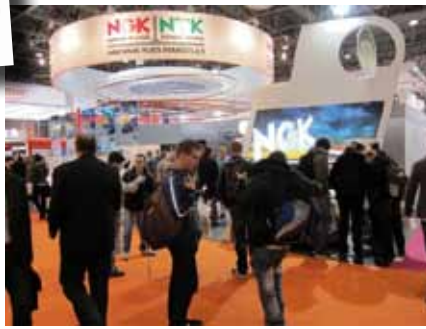


**INNOVATOR**

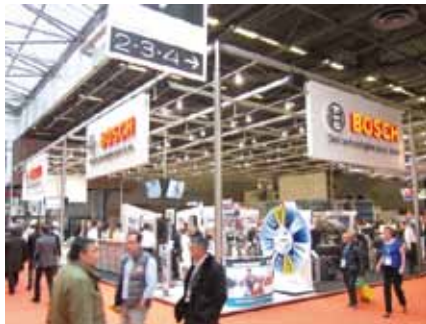
**UFI FILTERS IBÉRICA sl**

Av. Corts Catalanes 9 - 11/5D Edificio Trade Center - 08173 Sant Cugat del Vallés (BCN), España  
T. +34 93 553 08 78 - F. +34 93 553 08 79 - comercial@es.uffilters.com - www.uffilters.com





El stand de **NGK-NTK** estuvo muy concurrido durante todo el salón. Los visitantes pudieron conocer sus últimas novedades: la nueva app que permite acceder a su catálogo de productos vía smartphone o tablet, nuevos calentadores y sondas lambda para el Fiat 500L o bujías de última generación para modelos como los Audi Q7 y S3 o el Maserati Ghibli.



Destacada presencia la de **Bosch** en París donde promovía sus redes de talleres y, en cuanto a producto, los **equipos de diagnóstico KTS** fueron protagonistas ya que celebraban su 25 aniversario con la llegada de nuevas variantes modulares así como un nuevo banco de pruebas para bombas diésel o las flamantes gamas de filtros de habitáculo y escobillas **Aerotwin Plus** y la (premiada) aplicación **Fun2drive** que informa, vía e-mail o SMS, también dio a conocer.



Los fabricantes italianos de bombas de agua **Industria Saleri Italo**, llevan 63 años en el mercado y han abierto una nueva fábrica de 12.000 me2 al lado de las dos que tenían ya en Lumezzale (Brescia); presentes en IAM, han crecido en OE gracias a su capacidad de I+D+i siendo ganadores del trofeo de oro de los Grand Prix 2011 en la categoría de OEM & Green Tech. En la feria mostraban ha desarrollado una nueva solución para optimizar la refrigeración del motor: su "bomba inteligente" una **bomba de agua progresiva con válvula cilíndrica**, que incorpora un actuador con motor eléctrico y una válvula cilíndrica. Con el que lograr una corriente y refrigeración progresiva del motos. También se mostraban los nuevos embalajes para el recambio (con catálogo 2013-2014, con 1000 referencias) con instrucciones de montaje en 8 idiomas.

**GRANDS PRIX DE LA CREATION TECHNIQUE**

De entre los 27 seleccionados entre los 100 dossiers candidatos recibidos por la organización, tras la primera jornada de exposición se entregaron los **Premios a la Creación Técnica** (oro y plata) de las cuatro categorías.

Se trata de unos premios creados en 1985 para promover la tecnología entre los fabricantes de equipos, componentes y servicios con el fin de dotar al sector de mayor nivel y eficiencia.

**PRIMER EQUIPO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS**

**Oro:** *Monopol pinturas*, por su barniz Solar Monopol hightech de mayor brillo y menor temperatura.

**Plata:** *Hutchinson*, por su BATIF, que reduce las vibraciones del motor.

**RECAMBIO**

**Oro:** *Federal Mogul Corporation-Ferodo*, por su pastilla Eco-Friction

**Plata:** *BV Corporation-Recore* por su kit de reparación de válvulas de TPMS (neumáticos con control de presión).

**SERVICIOS, REDES POSVENTA**

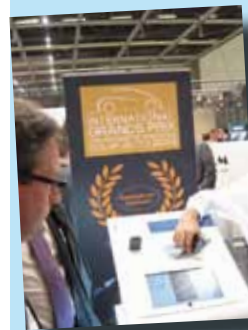
**Oro:** *Robert Bosch* por su Fun2drive, la aplicación para Smartphone que permite leer de una forma lúdica los datos del vehículo y algunos parámetros del OBD.

**Plata (exaequo):** *FEDA* por su enfoque Eco-Entretien que analiza las emisiones de los vehículos. *SNA Europe* por su Bahco Ergo Tool Management System-BETMS un mueble de herramientas personalizable y customizable.

**EQUIPOS DE TALLER**

**Oro:** *Fillon Technologies* por su Daisy Wheel, una máquina opera preparación de colores como una rueda compacta que contiene 160 botes de tintes.

**Plata:** *SAM Outillage* por su aire comprimido autónomo P.E.A.



Este año, los **Grands Prix** tenían una zona de exposición con una presentación algo austera, si bien en los stands de los expositores donde se presentaban productos candidatos disponían de visuales llamativos.



**ZF Services** se trajo a su plana mayor, con **Alois Ludwig** el presidente del Consejo, al frente para anunciar que asumen la responsabilidad internacional del negocio de cajas, bombas y columnas de dirección (fruto del acuerdo con Robert Bosch) a partir del año que viene bajo la marca **ZF Lenksysteme**; también anunciaban el catálogo de kits de cambio de aceite para transmisiones automáticas bajo la marca **ZF Parts**.



**Federal-Mogul** expuso la (premiada) pastilla de freno ecológica **Ferodo Eco-Friction**, las escobillas limpiaparabrisas **Champion Easyvision**, las bobinas de encendido **Beru**, los componentes de chasis **Moog** o la formación on-line **Federal-Mogul Campus**.



**Tenneco** realizaron un despliegue con un espacio amplio a la manera de su **Tenneco On Tour**; presentaban su nueva web [www.monroe.com](http://www.monroe.com), sus filtros de partículas **Walker**, su nuevo catálogo de sistemas de escape Walker la **aplicación para móviles** que le permite conocer el amortiguador correcto para cada vehículo junto con sus características.





Jose Luis Ávila

Técnico Industrial

Le gusta el mus  
y cuidar su huerto

Trabaja en ICER  
desde hace más  
de 30 años

## Tu seguridad también pasa por sus manos

Cada día, desde hace más de 50 años, se despiertan en Navarra más de 300 personas con el objetivo de velar por tu seguridad. Ingenieros, químicos, transportistas, investigadores, técnicos..... todos dedican gran parte de su vida a ti.

Cada día, más de 42 millones de conductores de todo el mundo, confían su seguridad a ICER.

Este es el resultado del trabajo de nuestra gente.



*por tu seguridad*

**ICER**  
ICER BRAKES S.A.  
www.icerbrakes.com





El fabricante valenciano **Istobal** expuso el equipo de secado **Smartflow** que destaca por su silencioso funcionamiento. También mostraban el equipo de lavado **M'Start**, con gran acogida por ser muy asequible en precio.



**Lizarte** acudían a París y celebraban con sus clientes del mercad francés su 40 aniversario. También tenían presencia los nuevos proyectos de **Lizartronics**, y de **TTA-Lizarte**.



Tal como bromeaba un relevante profesional del sector posventa español con quien nos encontramos, **QH** puso su "oficina de reclamaciones" en París...



En la feria se contaba con la presencia de **bilstein group** que hacía la presentación oficial del paraguas que engloba las tres marcas **febi**, **Blue Print** y **swag**, junto a los conceptos desarrollados para atender a los talleres, el concepto **febiplus** para piezas cautivas.



**Launch**, la marca china de equipos de diagnosis y equipamiento para taller, no faltó a la cita a través de su delegación francesa. Esta fue una buena oportunidad para que los talleres pudiesen conocer soluciones tan reconocidas como los **X-431 Diagun, Pad y IV**, el **CRReader VII** o el **DBS car**.



**Hella** mostró su potencial fruto de las operaciones empresariales realizadas en los últimos años. Por ejemplo, las últimas soluciones de diagnosis de diagnosis a través de los equipos **mega macs 42 SE** o **mega macs PC** de Hella Gutmann o la gama de frenado Hella Pagid Brake Systems que supera las 7.400 referencias. Así mismo, los nuevos pilotos LED traseros para el Citroën C4 Picasso y el portal técnico Hella Tech World se clasificaron para la final de los Grand Prix.



**Cojali** presentó la última evolución de su conocido equipo de diagnosis multimarca para vehículo industrial ligero y pesado el **Jaltest Soft 13.3**.

**PLANETA C&P**



Equip Auto recibe el apoyo de la FFC (La Federación Francesa de la Carrocería), y eso siempre es un punto. Organizaban un espacio particular en el Hall 5 (aunque podíamos encontrar algún que otro expositor en el Hall 4), donde también había charlas, demos, etc...

Entre lo que en la feria se pudo ver, dentro del universo de **C&P**, presencia en la feria **Acoat Selected** la red de talleres de Akzo Nobel en el mercado francés se mostraba en París, mostrando **Packs de Servicio** para los talleres de la red, la presentación de su **Sikkens Autowave MM 2.0** y con su Congreso, que se celebró el viernes 18 En los centros de reuniones que incidía en los packs, un **networking** de **Best Practices** entre socios, unos nuevos tótems promocionales y hubo una entrega de 11 premios.

**Sika** también acudió presentando sus productos químicos de protección: **SikaGard 6470** y **6470 S, 6250** y **6250 S**, la gama completa para reparación como las masillas MRP (Ultrasoft, Ultrasoft light, Glass Fiber, Plastic, Aluminium) y el limpiador de las superficies a pulir **Power Clean Aid**.

**Car Repair System**

en Equip Auto mostraba sus productos **Chrome Effect, Star Lack Express**, los burletes **Protect**, la **Pistola de Abrasión**, el termómetro **infrarrojo**, los **discos Gold+Line** y las masillas **Easy Filler** o las pinzas imantadas.



**Anest Iwata** mostraba su gama de pistolas **LS-400 entech**, la **WS-400 evo-tech** y la edición limitada **WS-400 Caterham**.

**Henkel** en su stand de la feria mostró sus productos de reparación de carrocerías **Teroson**.



**Lagos** acudieron a la feria y tenía especial repercusión su **Paint Trotter** un elemento creado hace un par de años que supone una solución portátil para reparación de pequeñas superficies.



# MUCHO MÁS QUE UN FILTRO



[www.clean.it](http://www.clean.it)  
[www.italians-doitbetter.com](http://www.italians-doitbetter.com)



- Fabricando filtros desde 1951, más de 60 años de experiencia.
- Cada filtro es fruto del trabajo de todo un equipo, que garantiza un producto de alta calidad.
- Nuestro compromiso constante nos permite ofrecer un producto fiable y garantizado, que satisface las exigencias del primer equipo, del recambio original y de los profesionales del recambio multimarca del automóvil.



Engineered & Made in Italy

 **clean**  
filters®

Value for Your Business

CHARLAMOS CON NICOLAS DE GAUDEMONT, NUEVO RESPONSABLE DE LA DIVISIÓN IAM DE UFI FILTERS Y CON EDUARDO MARTÍ, DIRECTOR GENERAL DE UFI FILTERS IBÉRICA SOBRE LOS CAMBIOS EN LA COMPAÑÍA



# Siguen creciendo

Los grupos industriales que trabajan en primer equipo y posventa están obligados a la reestructuración; UFI no ha sido ajena, ha vivido ese proceso y ahora tiene una nueva cabeza visible para posventa.

## ¿A qué obedecen los cambios en UFI?

**Eduard Martí:** La compañía se está preparando para los próximos 10 años en un plan que arrancó en 2012, reestructurando recursos y producciones (a finales de este año se cerrará una fábrica en Italia y se pasa la producción a Túnez, China y a la nueva fábrica de la República Checa –específicamente para dar servicio a VW-); también se rediseñó la unidad de negocio de posventa, que tiene independencia de la de primer equipo: a principios de año se crearon tres regiones: Asia-Pacífico, India y EMEA; en esta última asumí, temporalmente, el papel de director de posventa, junto con mi posición de director general de UFI Ibérica que incluye la responsabilidad de Portugal.

En Julio, con la vuelta de Giroldi (actual presidente, CEO y propietario) y la ordenación de la compañía, se revisaron estas áreas disponiéndolas en dos: Asia-Pacífico, America, India, por un lado y EMEA por el otro. Para esta última unidad de negocio con responsabilidad a nivel mundial se cuenta con Nicolas de Gaudemont quien reportará directamente al Presidente / CEO del Grupo UFI Spa y quien tiene una larga experiencia en el mercado. Entonces he vuelto a mi posición de director posventa del mercado ibérico.

## ¿Cómo va el mercado ibérico?

**E. M.:** Seguimos creciendo en volumen de negocio y cuota de mercado, a pesar de los momentos difíciles que está atravesando nuestra economía, según nuestro plan estratégico para los próximos 5 años en el que, obviamente, además de mantener el fondo de comercio actual, queremos incrementar el volumen de negocio y presencia en el mercado Ibérico, siempre estratégico para el Grupo UFI. Nuestra estrategia de distribución es selectiva, y nuestros clientes, a los que buscamos no tanto por capacidad de compra sino por calidad de partenariatio; son muy solventes en financiación, estrategia, pero queremos seguir potenciando el crecimiento de esa la red de distribución actual e incrementar cuotas ofreciendo la mejor gama, calidad y servicio al mercado posventa con la tecnología e innovación más avanzada, fruto de nuestra colaboración y presencia en la industria del primer equipo a nivel mundial.

## ¿Y Portugal?

**E. M.:** La idea es la misma que en España, aunque los mercados son muy distintos: el Portugal no hay tanta fragmentación de mercado; heredamos una situación que este año hemos ido modificando y esperamos que empiece a tener frutos a finales de este año principios del siguiente. Creo que será muy positivo y, como en España, estamos creciendo (y ello paralelamente al crecimiento de nuestros distribuidores oficiales).

## ¿Sigue siendo Europa importante?

**Nicolas de Gaudemont:** Lo sigue siendo, sobretudo porque nuestra cuota es muy alta en primer equipo, en Francia, Italia, Alemania (y hemos abierto la fábrica checa para estar cerca del constructor, seguimos creciendo en Gran Bretaña), pero queremos seguir en posventa ese recorrido de éxito de primer equipo, aunque de forma independiente, para ser más flexibles y más potentes.

## ¿Ya se ha sedimentado el cambio IAM?

**N. d G.:** UFI ha doblado en poco tiempo su capacidad en facturación en OE e IAM pese a ser una compañía pequeña si se compara con el origen de otras multinacionales. Estamos creando compañías, como es UFI



## AUTOPROMOTEC

A tan solo cinco meses del cierre de la edición de este año de **Autopromotec**, la feria internacional de equipos y posventa que se celebra en Bolonia, ya se halla de nuevo en marcha para gestionar la organización de la próxima edición del **20 al 24 de mayo de 2015**. Muy interesados en ampliar la internacionalización (39% de expositores extranjeros este año, un 7,5% más que en la anterior edición) el año que viene van a realizar reuniones con las asociaciones, prensa y actores de mercado de países target con gran dinamismo y muy estratégicos en el negocio de la automoción. En el salón se promovía la imagen corporativa de la edición 2015.



## MÁS ESPAÑOLES

La presencia española en la feria, realmente notable. **Filtros Cartés** promovían sus soluciones **Aldair** para filtración de cabinas, y se hallaban a la búsqueda de un representante en Francia, para potenciar más su presencia en este país, **3RG Industrial Auto**, daban a conocer sus productos y sus nuevos fabricantes, **Ryme** mostraban el **aparato de comprobación de taxímetro GPS** y el **sistema de elevación para VI para simular la carga en pruebas ITV**. **Dolz**, también presentes en la feria.

Ibérica que conozcan el mercado y sean capaces de ser ágiles viendo las oportunidades que se crean en estos tiempos de crisis. Este es un mundo en movimiento, y hay que ser muy ágiles para dar respuestas; seguimos creciendo, basados en una distribución selectiva que suponga que tanto el taller, como el distribuidor, como nosotros crezcamos, alimentando nuestra capacidad tecnológica y de innovación en primer equipo (junto con fábricas y nuevos proyectos que veremos dentro de poco).

**E. M.:** Este crecimiento ni es normal ni gusta a la competencia (por ello se crean rumores) pero la estrategia está diseñada para los próximos 10 años.

## Volviendo a España, ¿Veremos clientes SOFIMA?

**E. M.:** Nacimos en 2007 y nuestra prioridad era desarrollar UFI. SOFIMA es otra de las marcas del Grupo (no una segunda marca) con características distintas y clientes distintos (en Portugal es la marca líder del mercado); estamos estudiando el tipo cliente adecuado para desarrollarla en España; es posible que en 2014 veamos algún movimiento al respecto. Hay muchas oportunidades, pero no queremos quemarlas; queremos hacer crecer al Grupo, sin disminuir cuotas de marca, sino sumando. Solo llevamos seis años de historia; hay tiempo.

**N. d G.:** La dificultad de un grupo con dos marcas de esta fortaleza que han crecido a la vez, es pensar una estrategia Global pero saber actuar de forma local, adecuando los tiempos a cada mercado, viendo cuál es la percepción del cliente español al respecto, buscando oportunidades en España pero sin crear problemas al cliente portugués. Hemos pensado con Eduardo en ese tema, pero sin prisas. ●





*Todos ellos confían en nuestras piezas metálicas y correas. ¿y usted?*

Suministramos piezas metálicas y correas de calidad equivalente al equipo original de los principales fabricantes de automóviles. Para sus recambios, confíe en Gates.

Más información sobre nuestros productos para el mercado de recambios en [Gates.com/europe/ar](http://Gates.com/europe/ar)



**El especialista en transmisiones**

VI CONVENCIÓN TOP TRUCK

# Los Truckman tienen más ventajas



La red de talleres especialistas en vehículo industrial de diez socios de Groupauto Unión Ibérica celebró su convención, en la que se dieron a conocer las nuevas herramientas.

La práctica totalidad de los ya 90 miembros de la red **Top Truck**, se reunían en Pozuelo de Alarcón, Madrid, procedentes de las diferentes zonas de España para celebrar su VI Convención. La red especialista, auspiciada por **Civiparts, Establiments Coll, Frenos Hnos. Martínez, Grupo Garmo, Grupo Peña Automoción, Lausan, Provein, Recambios Barreiro, Recambios Meres** y **Rimosa**, socios de **Group Auto Union Ibérica**, y coordinada por su responsable, José Moreno, escogía en esta ocasión como tema los héroes de película y la presenta así: "todos vosotros sois unos héroes en la vida real, todos sois Truckman".

Por ello, se presentaba en un atractivo formato con carteles cinematográficos, celebrándose en el complejo cinematográfico Kinépolis, que figura en el Guinness por ser el que mayor número de butacas tiene (9.200) en sus 25 salas equipadas con las últimas innovaciones tecnológicas en imagen y sonido, como si de una première de cine se tratara.

El evento, que combinó trabajo y ocio, estaba patrocinado por las marcas **Aspöck, Corteco, Dayco, Dinex, Ferodo, Gates, Goodyear, ICER, Mahle, MANN-FILTER, Philips, Sabo, Sachs** y **Lemförder, SKF, Timken, TRW-Proequip** y **Valeo**.

## Contenido de la Convención

Tras reunir a los talleres haciéndoles pasar por la alfombra roja hacia la sala de proyección (habiéndoles invitado a las inefables palomitas), Moreno analizaba distintos aspectos

• **Formación:** se ha dado respuesta a lo requerido en la anterior reunión, dando unos cursos



Xavi Velasco, presentando la telediagnos, para lo que mostraba las conexiones que los talleres necesitan instalarse.



Carlos Calleja dando a conocer todas las ventajas tecnológicas de Armin, Armin Gest etc. la gestión del recambio y de la concreción de las piezas más ágil y eficiente para el taller de la red.



José Moreno, en plena presentación del GNM, un software de gestión para el taller, con acceso al Armin.



Illana Automoción, de Guadalajara, y Servicios Integrales Comín, de Zaragoza, recibieron su estatuilla TruckMan.





más dirigidos a los intereses mostrados por la red, como refrigeración, habilidades comerciales o gestión.

- **Asistencia Técnica e Información:** **Xavi Velasco** explicaba (con demo en directo en una Iveco Daily) la implantación de la tele-diagnóstico, facilitándoles a los talleres claves de acceso esa misma tarde (se especificaba que "no se dará soporte a equipos pseudo originales") y el nuevo correo para solicitar la información técnica (más de 3000 asistencias realizadas hasta agosto), que va a ser [toptruck@purviatecnica.com](mailto:toptruck@purviatecnica.com) pasando a ser la forma de disponer de ese material a partir del año que viene, con el compromiso de dar respuesta en menos de una hora.

- **Armin:** **Carlos Calleja** presentó la plataforma para el taller, integrando catálogo on-line, unificando información multimarca y marquista con una navegación gráfica e intuitiva, con *Web shop* en la que se aprecia la visibilidad y la disponibilidad, precios y pedidos al distribuidor en un solo click, que estará implantada en toda Europa. Presentaba el *ArminGest*, el software de gestión de taller 100% online que, basado en 3 etapas (antes de recepcionar el vehículo, durante el mismo y después) analiza y controla parámetros como presencia y producción, contabilidad, etc. integrado con Armin.

- **GNMsoft:** Moreno presentaba el software de gestión de redes en el que todos los talleres de la red disponen de acceso privado a un correo electrónico con más capacidad, creación de ofertas para sus clientes, agenda privada, formación, personal, acuerdos (como el que se anunciaba con Correos, aunque la suscripción a los mismos es con carácter voluntario, ya que hay que cumplir con las condiciones pactadas), datos de cada taller, acceso a *Fleetmaster* que dará servicio a las flotas y auditorías. La red ya está en las redes sociales (Facebook y Twitter).

Tras el pase del esperado estreno del vídeo corporativo, se realizó un reconocimiento a los dos talleres de la red involucrados en el desarrollo del mismo: **Illana Automoción**, de Guadalajara, y **Servicios Integrales Comín**, de Zaragoza, quienes recibieron su estatuilla TruckMan.

## El programa de ocio

Mientras los Truckman asistía a la convención, los acompañantes (las "sufridoras mujeres de los mecánicos de TopTruck", tal como rezaba el cartel y tan "heroínas" como los congresistas) tuvieron a su disposición un desplazamiento al *Centro Comercial Gran Plaza 2*, con dos guías profesionales y una tarjeta VISA (40 Euros) para cubrir sus gastos.

Una vez finalizada la convención, héroes y heroínas se reunieron en la para asistir a la cena de



Juan Carlos Pérez Castellanos, director general de Groupauto Union Ibérica y Fernando Pardo, responsable de expansión internacional de Group Auto Unión, durante la cena de Gala.



Los talleres, en plena première. La Convención se planteó como un estreno cinematográfico, con cartel, proyección de película y superhéroe.



En las carreras del GP Camión de España 2013, celebradas en el Circuito del Jarama



En la cena de gala se brindó por los éxitos de la red.



El televisivo Agustín Jiménez, durante su actuación

gala tras la que se pudo disfrutar del monólogo del televisivo cómico **Agustín Jiménez**, tras lo que se ofrecía la posibilidad de seguir la velada.

## Las carreras

Al día siguiente, los congresistas asistían a las carreras de camiones: se trasladarán al circuito del Jarama para visitar, en grupos reducidos y con dos azafatas, el paddock y el camión patrocinado por la red. Se asistió a los entrenamientos oficiales, super pole, desfile, carreras de camiones (Gran Premio Camión de España 2013, válido para el Campeonato Europeo de Camiones), y a

las dos carreras de turismos del Trofeo RACE. A destacar el gesto que obtuvo el actual líder del campeonato, Antonio Albacete: el camión MAN del **CEPSA Truck Team** había acabado con la cabina destruida e inservible, y la única solución fue aceptar el ofrecimiento de **Markus Ostreich**, que cedía su camión para que pudiera seguir defendiendo sus opciones al título ya que, pese que su ventaja en la clasificación provisional se reducía, sigue siendo el líder; el campeonato se resuelve el 12 y 13 de octubre, en el circuito de Le Mans. ●

www.toptruck.es



## Componentes de dirección y suspensión en el mercado posventa

# CALIDAD PARA MAYOR SEGURIDAD



**El actual parque español, uno de los de media de edad más elevada de Europa, supone las necesidades de reparación de una tipología de vehículo que presenta incidencias y necesidades de sustitución particulares en elementos más allá de los de puro mantenimiento. Pero no todo debe valer.**

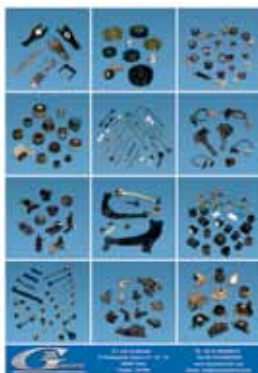
Los **componentes de dirección y suspensión** entran dentro de esta tipología y, de un tiempo a esta parte, es una familia de productos que ha ido sumando actores en el mercado; eso es bueno ya que, en un contexto económico marcado aún por la complejidad económica, la tentación de apelar a productos de desguace (con el consabido debate de la garantía de su calidad) es alta, si bien muy otra cosa es la reconstrucción.

Pensando en el parque de modelos nuevos, y teniendo en cuenta la composición de los nuevos sistemas de suspensión, donde se ha pasado de turismos con un solo brazo de suspensión por eje, a vehículos que montan de serie hasta cuatro brazos por eje, al igual que el incremento en la utilización de silenblocks en los componentes de los brazos y rotulas (los constructores buscan un aumento en el confort de la conducción) y dado que la ubicación de estas piezas en la parte inferior de los turismos y están expuestas a las inclemencias del tiempo y a las irregularidades del terreno, supone (a priori) una nueva ventaja para trabajar este producto dado que su desgaste es intenso.

De la mayor competencia en el mercado (y, por tanto, la posibilidad de acceder a piezas que antes solo se hallaban como recambios cautivos en el canal constructor gracias a la presencia de actores que los incorporan en catálogo) nace la posibilidad de elección la pieza correcta, con la calidad adecuada y a un precio ajustado a cada necesidad, para tranquilidad del instalador, mayoritariamente el canal multimarca independiente (si bien algunos actores comentan la intensificación del canal marquista que abre sus puertas para atender todas las marcas, con lo que la gestión de la información de la oferta multimarca para que llegue al taller y pueda competir en igualdad de condiciones se hace cada vez más importante) y, finalmente, del usuario, que debería ser informado sin descanso de la importancia de los componentes de suspensión y dirección como elementos de seguridad unos elementos que deberían ser mucho mejor controlados en las ITV.

En el presente reportaje pasaremos revista a algunos de los intervinientes de este mercado.

### 3RG INDUSTRIAL AUTO



Son, desde hace 13 años (aunque la empresa nació como fabricante de moldes) fabricantes y comercializadores de piezas para automóvil, con su marca **3RG** en cuyo catálogo se han ido añadiendo distintas familias.

Su presencia exportadora abarca 50 países y, desde 2008, tras haberse trasladado tres años antes a otro emplazamiento, han apostado por el mercado español, incorporando más personal y reparto propio en la zona de Madrid, con entrega el mismo día. Su participación en este mercado se ha ido intensificando en todo este tiempo con la progresiva incorporación de Bieletas de Suspensión (2001), creando para algunas referencias el distintivo **LD** (Long Durability), y Brazos y Rótulas (2004). En 2011 y con el fin de poder mejorar el servicio, ampliaron las instalaciones de 2.500 m<sup>2</sup> a 3.300 m<sup>2</sup> de superficie- entre almacenes y oficinas-, para una mayor capacidad de recepción y almacenaje.

Su catálogo en vigor es de 2011 (están preparando la actualización para ser lanzado en 2014) incluyendo 8.000 referencias para turismo, que cuentan con la misma garantía que las marcas constructoras.

[www.3rgindustrial.com](http://www.3rgindustrial.com)

### AUTOCOMERCIAL MONEDERO

Desde Motilla del Palancar, Cuenca, son especialistas en la introducción de elementos nuevos y reconstruidos de intercambio para vehículo industrial y autobús, y los importadores y distribuidores oficiales de **Meritor** en España de los que presentan en el mercado los productos de suspensión y frenos. Su catálogo general abarca más de 82.000 referencias que se incrementan a medida que el parque incorpora nuevos modelos.

**ACM**  
auto comercial monedero  
Comprometidos con la calidad  
Cuidamos la salud de tu vehículo  
Conjuntos reconstruidos y nuevos  
Recambio de Vehículo Industrial y Bus

[www.acmonedero.com](http://www.acmonedero.com)

### EXCLUSIVAS BCN

Desde Moià, Barcelona, son los importadores y distribuidores de la marca **MDR**, especializada en recambios para vehículos asiáticos; su catálogo (que empezaron a trabajar en 2012) con una buena relación calidad/precio, solo está disponible en la web, donde se halla permanentemente actualizado,





e incorpora 2.400 referencias para turismos, todo-terrenos y vehículos industriales ligeros, cubriendo entre un 80-85% del parque de procedencia asiática. [www.exclusivasbcn.com](http://www.exclusivasbcn.com)

## FEBI BILSTEIN



Desde Zaragoza, **febi bilstein**, la filial española de bilstein group (fabricantes alemanes desde 1844 con calidad original) es la responsable en nuestro mercado de las piezas de las marcas **febi** y **Blue Print**; presentan al mercado un programa completo (47.000 referencias) que en esta familia de productos está aglutinado en dos catálogos: Dirección y Suspensión (2012), del que remarcan que es el más amplio de Europa, y el que han lanzado este año, Piezas de Caucho-Metal para Chasis. Son 10.000 referencias (un programa que se ha incrementado con más de 2.500 referencias febi) con más de un 99% de cobertura del parque, para todo tipo de vehículos, incluidos los asiáticos, introducidas en el mercado con criterios basados en calidad, servicio, programa y distribución, y apoyadas con campañas enfocadas a dar a conocer el programa a talleres y distribuidores a través de su Departamento de Consultoría de Talleres.

[www.febi.com](http://www.febi.com)  
[www.febi-parts.com](http://www.febi-parts.com)

## FEDERAL-MOGUL

Desde su sede de Coslada, Madrid, la filial de la multinacional de origen americano ofrece **MOOG**, marca norteamericana fundada en 1919 en St. Louis-Missouri, cuenta con una larga experiencia en la fabricación de componentes de seguridad de dirección y suspensión, cumpliendo con las exigencias y parámetros técnicos establecidos por el Equipo Original. Con más 5.500 referencias disponibles en gama



que cubren el 98% del parque, y ofrece dentro de su gama productos para turismos elementos tales como: rótulas de dirección, suspensión y axiales; trapecios; barras de acoplamiento; bieletas; brazos y tirantes de suspensión; silent-blocks; fueles guardapolvos y también, como aspecto diferencial, la comercialización de todos los elementos necesarios para una correcta reparación en kits, como por ejemplo: el kit multibrazo para los sistemas de suspensión del grupo VAG; esta gama de productos cuenta con la oferta muy competitiva adaptada a las necesidades actuales del mercado, con el compromiso de la rápida incorporación de nuevas referencias para los vehículos de progresiva aparición en el mercado.

Para dar a conocer la gama, la compañía ha desarrollado de nuevo este año su **Road Show Necto-Moog** en dos periodos: el primero 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, y el segundo, iniciado en septiembre rueda por Catalunya, Madrid, Asturias, Guipúzcoa, Navarra, Levante, Extremadura, Andalucía y Tenerife. Se han planteado un total de 750 visitas a talleres.

[www.federalmogul.com](http://www.federalmogul.com)

## FIRST LINE

Actualmente, los representantes en España, Portugal y Rusia de los distribuidores británicos con almacenes centrales de más de 13.000 m<sup>2</sup>, Bambury (Oxfordshire, Inglaterra), propietarios (desde 2006) de la marca **Borg & Beck** y con más de 30 años de experiencia y cuentan con cuatro delegaciones desde las que abastecen sus clientes en España: Carcaixent, (Valencia), Málaga, Coruña y, recientemente, en L'Hospitalet

(Barcelona). El catálogo de Componentes de Dirección y Suspensión (7f) para turismos y vehículos comerciales fue presentado en el mes de enero del presente año incluye más de 1.100 nuevas referencias y comprende brazos oscilantes, brazos de suspensión, rótulas de dirección, axiales y suspensión, barras estabilizadoras, soportes de amortiguador, pivotes y casquillos; es una de las nuevas líneas de producto (12 en total que suman 35.000 referencias).

[www.borgandbeck.com](http://www.borgandbeck.com)



## LIZARTE



Los fabricantes con sede central en Pamplona (y delegación en Francia y Alemania) disponen de un catálogo con direcciones y bombas y esferas de suspensión, que se actualiza constantemente en la web, aunque en papel su edición es del pasado año. Son 4.000 referencias con aplicaciones para todos los modelos de turismo del parque.

[www.lizarte.com](http://www.lizarte.com)

## MEYCAR AUTOMOTIVE

Son la filial de los fabricantes Wulf Gaertner Autoparts, propietarios de las marcas **Meyle** y **Meyle HD** que son las piezas mejoradas a las uti-



**Nuevo catalogo 2013**  
**Pida su pendrive**

[www.zhirex.com](http://www.zhirex.com)

**REPUESTOS ZHIREX, RECAMBIOS DE AUTOMOVIL DE ÚLTIMA GENERACIÓN**  
**CON LA TECNOLOGÍA MAS AVANZADA, ALMACENES EN TODAS LAS PROVINCIAS.**

**MADRID-BARCELONA-VALENCIA-SEVILLA-ALICANTE-MALAGA-MURCIA-CADIZ-BILBAO-LA CORUÑA-ASTURIAS-GRAN CANARIA-VIGO-GERONA-ZARAGOZA-GRANADA-CORDOBA-BADAJOS-JAEN-CASTELLÓN-VALLADOLID-LEON-HUELVA-CIUDAD REAL-LERIDA-ALBACETE-SALAMANCA-ORENSE-LOGROÑO-PALENCIA**

ITALIA-PORTUGAL-INGLATERRA-FRANCIA-ESPAÑA-RUMANIA-RUSIA-MARRUECOS-ARGELIA-REP. DOMINICANA-CHILE-ECUADOR

# Informe Componentes de dirección y suspensión

lizadas por los fabricantes de vehículos en el primer equipo en estructura más robusta y acabadas con materiales de mejor calidad (piezas de caucho-metal con mejoras constructivas, pernos de cabeza esférica de mayor diámetro –casi un 50%, 22mm por término medio-, soportes de goma maciza, asientos de plástico con polímeros de mayor resistencia, diseños clip-on en los apoyos pendulares –supone un millón de ciclos sin holguras-, grasa de alta calidad de Fuchs Lubritech, etc.); ello supone que los talleres no tengan que efectuar reparaciones costosas por reclamaciones o repeticiones, pues su calidad supera a las piezas originales en cuanto a durabilidad y fiabilidad. Su programa al completo son 17.000 referencias en 8 familias de producto; su sede central está en Colmenar, Madrid, y cuentan con tres delegaciones: Catalunya, Levante y Murcia. Su catálogo, editado en marzo de este año, incluye 4.000 referencias (con una gran ampliación del programa MEYLE-HD para los vehículos asiáticos) con un 98% de cobertura y cuentan con 4 años de garantía.



[www.meyle.com](http://www.meyle.com)

## RTS

Son fabricantes y distribuidores de toda la gama de productos de suspensión (rótulas, brazos, trapacios, varillas estabilizadoras) y dirección (barras, conjuntos) destacando sus rótulas, constituyendo un catálogo actualizado constantemente que llega a las 3.500 referencias y una cobertura del 90%. Su sede está en Mendaró, Guipúzcoa, y este año celebran los 30 que llevan en activo.

[www.rts-sa.es](http://www.rts-sa.es)

## TALOSA

Son los fabricantes y distribuidores de Brazos de Suspensión, Silentblocks, Bieletas estabilizadoras, Rótulas, Esferas de Suspensión situados en Egüés, Navarra, y que cuentan con una gama de más de 4.000 referencias disponibles para más de 1.200 modelos de vehículos, turismo, 4x4 y furgonetas, con una cobertura de casi el 100% del parque español en un catálogo editado en junio de este año y en el que se incluyen más de 100 nuevas referencias cada año de componentes de dirección y suspensión, todas ellas supervisadas bajo estrictos procesos y controles de fabricación (disponen de certificaciones de calidad ISO 9001, ISO 14001 de medioambiente e ISO/TS 16949) para ofrecer un diseño y calidad equivalente al equipo original.



[www.talosa.com](http://www.talosa.com)

## TENNECO AUTOMOTIVE IBERICA

Aprovechando su experiencia en primer equipo, en 2012 añadieron a su cartera de productos componentes de dirección y suspensión **Monroe** que incluye más de 3.200 referencias y que en el semestre de 2013, han ampliado con 205 nuevas. Ofrecen una cobertura casi completa del parque de vehículos de turismos, 4x4 y comerciales ligeros. Esta gama se distribuye desde su almacén central de Madrid.

Están liderando el desarrollo de la oferta de "packs completos" de recambios –incluyendo brazos de dirección, rótulas de suspensión, rótulas axiales, terminales de dirección, estabilizadores y amortiguadores– para algunos de los vehículos del top 100 disponibles en Europa. Este enfoque es especialmente importante a la vista de la interrelación de cada una de esos componentes que afectan a la dirección y manejabilidad del vehículo en general. No solo ofertan el producto; realizan acciones para apoyar al distribuidor, como la que llevaron a cabo hasta el 30 de septiembre, ofreciendo portes gratis en todos los pedidos que superen los 150 euros de compra, o para el taller, ya que suministran material para el punto de venta que ayuda a los talleres a identificar y abordar una amplia serie de problemas relacionados con la dirección y la suspensión. Este tipo de material ayuda a los talleres a argumentar sus recomendaciones al cliente. Por otra parte, ofrecen su programa "4T", una plataforma de formación técnica con información detallada de diagnóstico y reparación del vehículo y acceso adicional vía web a esa información técnica actualizada 365 días al año. Hay una sección que incluye los componentes de dirección y suspensión y otra sección en la que se pueden ver multitud de vídeos sobre el funcionamiento de los distintos productos, instrucciones de montaje, pruebas de seguridad, etc. Además, también ofrecen herramientas que ayuden al instalador a realizar las verificaciones: en el caso del sistema de dirección y suspensión tienen un útil específico fácil de utilizar.



[www.monroe.com](http://www.monroe.com)

## TRANSMISIONES ASCACIBAR

Importadores y refabricadores miembros del grupo multinacional Zhirex, con marcas **Zhirex** y **Teknovam**; disponen de rótulas transformadas adaptándolas a vehículos específicos (clásicos, kart cross, quads, etc.); comercializan rótulas con superficie endurecida, tratamiento anticorrosivo y guardapolvos de neopreno para prevenir la entrada de agentes contaminantes y erosionantes, como agua, polvo y grava. Ofrecen tres tipos de rótula dependiendo del modo de lubricación: con lubricación externa por medio de engrasadores, con lubricación interna por medio de cámara estanca

lubricada, con autolubricación a base de nylon recubierto de Sulfuro de Molibdeno. Actualmente, dedican el 40% de su producción a la exportación hacia 17 países; realizan acciones formativas para concienciar al mecánico de la importancia de cambiar las rótulas por parejas, lógicamente, el uso de componentes con distintos niveles de desgaste, provoca diferencias de eficacia, lo que conduce a una disminución del rendimiento.



[www.ascacibar.com](http://www.ascacibar.com)

## ZF SERVICES ESPAÑA

Con Sede Central en Sant Cugat del Vallés (Barcelona), Centro Logístico en Vitoria (Álava) y Centro Técnico en Coslada (Madrid) disponen de un programa de suspensión y dirección con marca **Lemförder**, fabricante y proveedor de primer equipo desde hace más de 50 años, suministrando al recambio el mismo producto que el que se dirige a las cadenas de montaje de los constructores. Su catálogo de Turismo consta de 2.878 referencias el de Caucho-Metal 2.504 referencias y para Vehículo Industrial 1.141 referencias. A pesar de lanzar su catálogo hacia el mes de Septiembre del 2012, antes de final de año su gama se amplió en otras 91 nuevas referencias. En lo que va de 2013, ya han incorporado otras 278 nuevas y la previsión es que antes de final de año se incorporen otras 150 más. Todo este producto corresponde a vehículos muy modernos, con la característica directriz de productos de calidad.

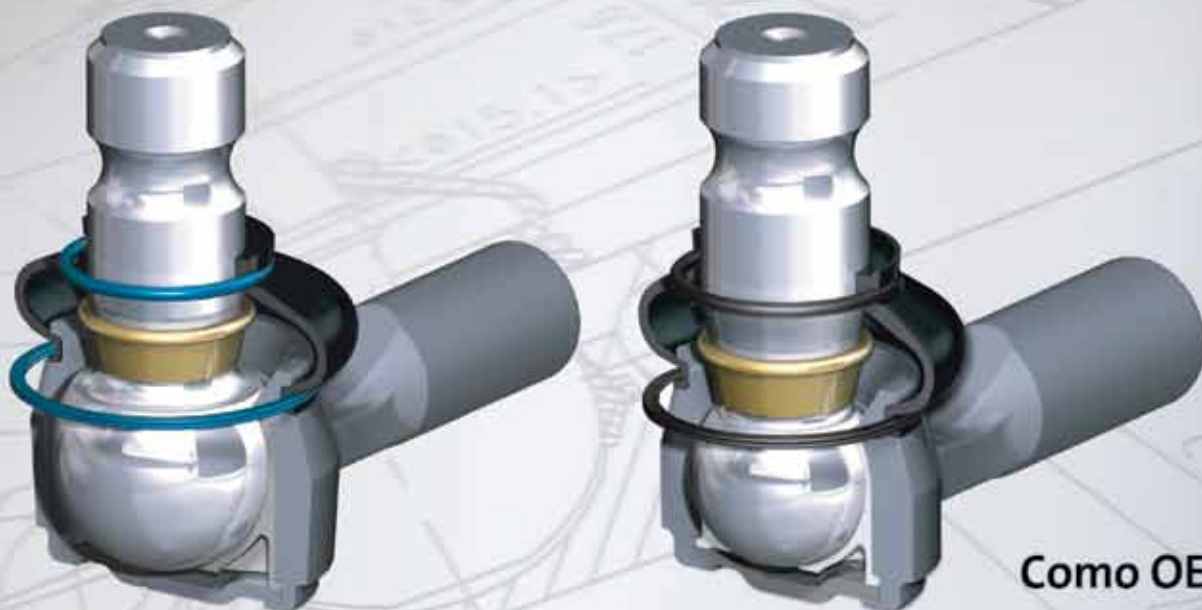


[www.zf.com/es](http://www.zf.com/es)

## También tienen componentes de suspensión y dirección

[www.adparts.com](http://www.adparts.com)  
[www.autorec.es](http://www.autorec.es)  
[www.cecauto.com](http://www.cecauto.com)  
[www.cedregsa.com](http://www.cedregsa.com)  
[www.davasa.es](http://www.davasa.es)  
[www.ghibaudiespanasa.es](http://www.ghibaudiespanasa.es)  
[www.impormovil.eu](http://www.impormovil.eu)  
[www.indecofactory.com](http://www.indecofactory.com)  
[www.italrecambios.es](http://www.italrecambios.es)  
[www.serca.es](http://www.serca.es)  
[www.sercore.com](http://www.sercore.com)  
[www.wat.es](http://www.wat.es)





Como OE



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](http://www.meyle.com)

Sencillamente dura más.

## Mercado de embragues en posventa

# ESPERANDO CRECER

**Las actuales circunstancias del parque son contempladas como una oportunidad de dinamizar las ventas de este elemento. Se trata de un producto técnico que requiere de una intervención especializada y las opciones del mercado son muchas.**

No es un producto que tenga una rotación como cualquier otro de los del universo del mantenimiento, pero en el contexto de parque con una media de edad alta eleva las probabilidades de sustitución del embrague, aunque la realidad sea menos optimista, ya que la situación económica no permite que esta probabilidad se desarrolle como para dinamizar un mercado que se muestra competido, y en el que los actores (como nos comentan), si crecen no es tanto por un aumento de la demanda, sino por una intensificación de su operativa en el mercado, que sigue siendo mayoritariamente del color del canal independiente.

Sobre estas cuestiones, comentan desde **Diesel Technic Iberia**: "Sí, la crisis ha hecho disminuir tanto el parque en circulación, como su renovación y el número de mantenimientos por año. Todos estos factores influyen de una manera o de otra en la demanda". La visión de **Schaeffler Iberia** es parecida: "Durante el pasado 2012, el comportamiento del mercado de embrague tradicional ha sido de estancamiento. Son los sistemas mas modernos de embrague, con accionamientos hidráulicos, embragues autoajustables así como con volantes bimasa los que siguen aportando crecimiento a este mercado. Para el año en curso se espera una tónica similar." Para **Valeo Service España**, "Estamos frente a un mercado maduro, que incluso presenta una tendencia al alza, al margen de la crisis económica (sobre todo si lo comparamos con otros productos de mantenimiento o carrocería) y con pocas variaciones para el próximo 2014. En el caso del mercado de Vehículo Industrial se ha producido un descenso de las ventas en 2013, tanto en unidades como en facturación, debido especialmente a la crisis del sector de la construcción." Y **ZF Services España** nos dice "el envejecimiento del parque de vehículos debería traducirse en un incremento de clientes potenciales para el cambio del embrague, pero la pérdida de poder adquisitivo de las familias contrarresta/neutraliza este efecto."

Nuestro mercado ofrece un abanico amplio de oferta, de cuyos principales actores les ofrecemos un repaso en este reportaje, y a quienes les hemos pedido opinión.

### AURILIS GROUP IBERICA

Desde Sant Boi de Llobregat y con delegación en Sevilla es el distribuidor de las

marcas **Mecarm** (685 referencias, algunas de este año, e innumerables aplicaciones, cubriendo la práctica totalidad del parque circulante español) de la que destacan la relación calidad precio y Mecanoto (embragues con volante motor, con aproximadamente unas 30 referencias), una amplia gama, nos destacan en la compañía, de la que este año impulsan el embrague con volante motor.



[www.flauraud.com](http://www.flauraud.com)  
[www.aurilis.es](http://www.aurilis.es)

### DIESEL TECHNIC IBERIA

Diesel Technic Iberia es la filial en España del Diesel Technic Group (Alemania) y **DT Spare Parts** es la marca propiedad de Diesel Technic Group que Diesel Technic Iberia distribuye en España y Portugal. Cuentan con un programa con más de 30.000 piezas de recambios para camiones, trailers, autocares y autobuses. No disponen de un catálogo específico de embragues ya que mayoría de ellos (22) están dedicados a una marca y/o familia de modelos de vehículos. Suministran recambios relacionados con el embrague, unas 900 referencias en total, de las cuales 200 son kits de embrague con un 70% de cobertura del parque de este tipo de vehículos. Siguen apostando por ampliar la oferta de kits completos de embrague, pero lo que más les diferencia de la competencia es que –aparte de la maza, el disco y el cojinete que son los habituales componentes de los kits de embrague– también suministran las horquillas de embrague y los servoembragues –y sus kits de reparación correspondientes–. Acaban de estrenar sus catálogos de piezas adecuadas a Iveco, Trailer, y las últimas actualizaciones del programa

para Mercedes (Actros/Axor/Antos) y Scania Series P/G/R/T. Este mes han lanzando dos nuevos catálogos de recambios adecuados para autobuses Mercedes Benz y Setra.



[www.dt-spareparts.com](http://www.dt-spareparts.com)

### EXCLUSIVAS BCN

Ubicados en Moia, Barcelona, especializados en recambio para vehículo asiático y que sólo trabaja con marcas suministradoras de primer equipo, asegurando a nuestro cliente un producto fiable, de calidad original, con todos los avances tecnológicos y a un precio competitivo (al ser importadores directos de fábrica) son los introductores en España de las marcas **MDR** y **Aisin**, cuyo catálogo, compuesto por 775 referencias de embragues y 60 de volantes de motor y centrado en los turismos, 4x4 y vehículos industriales ligeros, y una cobertura del 90% del parque circulante, está en la web, permanentemente actualizado, con lo que el cliente tiene la opción de descargarlo e imprimirlo. La novedad más relevante es El kit 4





piezas con volante rígido para el Montero 3.2, un artículo que sustituye el bimasa original, con la misma fiabilidad técnica y un precio más asequible.

[www.exclusivasbcn.com](http://www.exclusivasbcn.com)

## SCHAEFFLER IBERIA

Son los importadores de la marca **LuK** en nuestro mercado, una marca con una gama amplísima de 3.000 referencias de kit de embrague+volante bimasa para un total de unas 14.000 aplicaciones, con una cobertura del 96%. La compañía apuesta por innovación y diferenciación con una gama completa para todo el parque español, con especial relevancia en aplicaciones modernas de elevado contenido tecnológico. La gama asiática ha cobrado especial relevancia con una cobertura cercana al 90% del potencial de ventas.

Recientemente LuK ha presentado una actualización de su gama **Repset Pro** para vehículos con sistemas de accionamiento de embrague hidráulico. A la gama actual de aplicaciones con cojinete hidráulico central, se une el Repset PRO con bombín de embrague, para aplicaciones con accionamiento de embrague semi-hidráulico. Este kit de embrague Repset incluye una prensa y disco de embrague, un cojinete de desembrague y un bombín o cilindro esclavo, cuya sustitución asegura una reparación completa y profesional en este tipo de aplicaciones.



[www.Schaeffler-aftermarket.es](http://www.Schaeffler-aftermarket.es)

## VALEO SERVICE ESPAÑA

Son fabricantes y distribuidores para todo tipo de vehículos (Turismos, Todo Terreno, Derivados, Furgonetas y Vehículos Industriales (ligeros, pesados, bus y agrícolas), con un catálogo de embragues **Valeo** 2012-2013 supone una ampliación de gama de 658 nuevas referencias, de las cuales 275 son Kits tradicionales y 41 son referencias de nuevas aplicaciones de Kit 4 Piezas. La oferta completa para 2012-2013 está configurada por 1.769 referencias de Kits de Turismos y Furgonetas, Alrededor de 100 referencias de componentes (discos, mecanismos y cojinetes mecánicos), 77 referencias de Cojinetes Hidráulicos, 83 Referencias de Kit 3 Piezas con Cojinete Hidráulico, 70 referencias de Kit 4 Piezas con Volante rígido, 72 referencias de Doble Volante Amortiguador (bimasa).

La cobertura del parque de turismo se ha incrementado del 95% al 98% y la oferta destinada a vehículos asiáticos, se compone de 480 Kits. Los embragues son 100% producto nuevo, lo que conlleva un bajo índice de problemas de garantías.

Han lanzado al mercado en los últimos 12 meses 25 nuevos Kit 4 Piezas (producto alternativo en el mercado posventa que sustituye al Volante Bimasa y su correspondiente Kit).



La cobertura de Valeo en volante bimasa + Kit 4 Piezas es del 69%.

Además, la gama **Classic** actualmente se compone de 35 referencias dirigida a vehículos de más de 10 años, y que está siendo un verdadero éxito de ventas, debido a que tienen un específico público objetivo, que buscan piezas alternativas con un precio más económico y con una duración y calidad de producto adaptada para vehículos de más de 10 años.

[www.valeoservice.com](http://www.valeoservice.com)

## ZF SERVICES ESPAÑA

Es el fabricante/distribuidor de **Sachs** que dispone de dos catálogos: Turismo (2013 y 4.000 referencias) y Vehículo Industrial (2011 y 1.500 referencias) con una cobertura del 98% del parque europeo. Además, dispone de una de una línea complementaria de productos para mejorar el servicio: volantes bimasa, ampliada con 42 nuevas referencias, cojinetes hidráulicos, bombas y bombines de embrague, cables de embrague, cojinetes piloto y viscoembragues.



[www.zf.com/es](http://www.zf.com/es)

## HAN DICHO:

*"El mercado de embragues, en nuestro caso, es un mercado al alza, hemos aumentado las ventas considerablemente y vemos que la tendencia continua e incluso se incrementa en el primer semestre de 2013. Creemos importante señalar que no todo el incremento se debe a la evolución del mercado, sino a nuestra mayor presencia en él. Evidentemente que el envejecimiento del parque automovilístico es una oportunidad para incrementar las ventas en el sector del recambio, incluidos los embragues. Actualmente se estima que la edad media de los vehículos del parque automovilístico en España es de unos 10 años y esto aumenta el porcentaje de vehículos que han tenido o tendrán que cambiar el embrague."* **Ramón Puig, Aurilis Group Ibérica**

*"El balance de lo que llevamos de 2013 a nivel comercial es fantástico.*

*Esta es una familia de producto que requiere de una gran especialización. Por eso somos muy pocos los fabricantes que suministramos estas piezas. En parte, porque los talleres independientes que se dedican a reparar embragues también son pocos. Esto ocurre sobre todo en las plazas pequeñas. Pero, debido a la*

*crisis, los talleres oficiales han empezado a competir por reparar vehículos que no son de su propia marca y, al mismo tiempo, estos talleres oficiales han dejado 'libres' a muy buenos mecánicos que han ido a parar a talleres independientes. Por estas dos razones, y porque cada vez son más conscientes de que hay que ofrecer un servicio completo, cada vez hay más talleres independientes reparando embragues y cada vez hay más talleres oficiales 'multimarca'. El principal inconveniente en el mercado del embrague es el producto remanufacturado."* **Joaquín Benito, Diesel Technic Ibérica**

*"El envejecimiento del parque es una oportunidad para nuestro mercado. Un parque más envejecido consume más embrague, pues la probabilidad de cambio del mismo aumenta con la edad del vehículo. Sin embargo existen otros factores macroeconómicos que influyen notablemente, como la reducción del uso del vehículo por parte de los usuarios, lo que se traduce en un menor kilometraje medio por vehículo y por lo tanto en un descenso del consumo de componentes, entre otros del embrague. Estas características del mercado producen un efecto compensado de estabilidad en las ventas.*

*Nuestras estimaciones pasan por una alta cuota de*

*mercado del canal aftermarket independiente. No creemos que en la actualidad el concesionario este ganando cuota de mercado en esta reparación, dado el elevado coste de la mano de obra tanto unitaria como por el número de horas necesarias para realizar la reparación. En el caso de los fast fit, por supuesto tratan de conseguir una mayor presencia, pero no es una reparación rápida típica por lo que mantiene sus puestos de trabajo ocupados mucho tiempo lo que creemos que no va con su modelo de negocio. Consideramos que su presencia en este mercado sigue siendo muy pequeña."* **Ignacio Naranjo, Schaeffler Iberia**

*"La caída en las ventas de vehículos nuevos se ha traducido sin duda, en un mayor envejecimiento del parque de vehículos con el consiguiente aumento de potenciales cambios de embrague. No obstante, el incremento de la tasa de desempleo y el mayor precio del combustible, está incidiendo en una reducción del uso de los vehículos provocando el efecto contrario. En definitiva, con todo ello el mercado del embrague mantiene una cierta estabilidad en cuanto al número total de intervenciones o incluso registrando ligeros incrementos."*

**Carla Mir, ZF Services España**



36

Noticias

38

Actualidad:  
Final Best Painter  
Contest 2013 de R-M.

40

Actualidad:  
Entrevistamos a José  
María Sánchez de la  
Roda, de Mirka Ibérica.

42

Informe:  
Abrasivos.

45

Noticias CESVIMAP

46

Actualidad:  
Carrosseria Masini, en  
Barcelona, de la mano  
de Reauxi.

## ESTÁN MUY SATISFECHOS DE ESTA EXTERNALIZACIÓN DE LAS OPERACIONES

## LA CARROCERÍA DE IBERTECNO, CONCESIONARIO HONDA EN BARCELONA, EN CRC

Desde CRC, Josep Ferro y Silvia Andreu nos informaron que, desde principios de año, Central de Reparació de Carrocería es la compañía encargada de gestionar toda la carrocería de Ibertecno, que antes llevaban a cabo desde las instalaciones que el concesionario tenía en l'Hospitalet, Barcelona. Los resultados en todo este tiempo, hablan de satisfacción, así que acudimos a hablar con el director posventa del concesionario, Francisco Roda, para que nos explicara con más detalle esta operativa que ha ido intensificándose a medida en que ha ido avanzando el tiempo:

*"El cambio se llevó a cabo en el momento de la integración de Ibertecno en el Grupo Quadis, en febrero de 2013. En ese momento mantuvimos una reunión para llegar a un consenso en operativas, básicamente para integrar los documentos sobre información del vehículo y los registros de las diferentes intervenciones en él, que podíamos aportar cada una de las partes, además de nombrar una persona en cada compañía para coordinar la actividad sin interferencias. En ese momento, nos envían diariamente una información (info-día) con el status de la situación de la reparación del vehículo y en base a eso informamos al cliente de cómo va la reparación",* nos explica Roda.

Pero van más allá y, un tiempo después, quisieron poner en marcha nuevas acciones que supusieran incremento de la actividad: *"en Mayo pusimos en marcha una campaña, vía SMS e e-mail, para clientes de Ibertecno que no hubieran tenido una reparación de carrocería en un periodo de dos años regalando la mitad de la franquicia."* Esa campaña tiene eco y estrechan su relación de partenariat.

Uno de los proyectos que manejan es entregar el vehículo al cliente con una funda, ya que el concepto es que se "estrena" vehículo de nuevo, además de plantear un reportaje fotográfico del proceso de reparación (que se iría poniendo cada dos días) que el cliente se pueda descargar por internet. Estos proyectos podrían ver la luz a finales de este año. Otro proyecto en el que trabajan es ajustar una parrilla de precios y disponibilidad para captar a los clientes con daños muy leves detectados a la hora de realizar otro tipo de intervención, como por ejemplo mecánica.



Y es que su satisfacción salta a la vista; tal como dice Roda: *"El nivel de calidad de reparación de CRC es buenisima, mejor que la que teníamos antes en nuestro taller, no tenemos ni una queja, y las pocas incidencias que ha habido nos las han solucionado, el nivel de comunicación entre compañías es bueno y estamos trabajando en una mejora de la operativa; eso da mucha tranquilidad."*

El vehículo se receptiona (si no ha sufrido un siniestro que impida su movilidad) en el concesionario, y luego se traslada a CRC donde el perito acude; los clientes de Ibertecno conocen esta operativa y se muestran satisfechos al ver su vehículo reparado con alta calidad.

Su volumen actual son 65/70 vehículos al mes de los cuales entre un 70-80% es daño leve/medio.

Al hablar del contexto económico y la incidencia en la reparación, nos comenta: *"más que notar la incidencia del contexto económico lo que notamos es la agresividad de las aseguradoras, creando talleres propios o concertados y recanalizando los vehículos siniestrados porque, al venderse pocos vehículos, las compañías intentan captar el cliente de su competencia, anunciando e informando al conductor sobre este tema y lanzando ofertas; al usuario, que ha tenido un problema, no se le puede pedir que defienda los derechos de nadie, porque lo que quiere es que se le solucione el problema y no discute lo que le dice su compañía."*

Lo que espera Ibertecno de CRC es que se mantenga una calidad sostenida y con proyectos de mejora que suponga un incremento en satisfacción del cliente y facturación. ◀

www.ibertecno.com  
www.crc-q.com

## DOS JORNADAS EN LA SEDE DEL DISTRIBUIDOR DE GRAND PRIX EN UN ENTORNO VIRTUAL

## RECAMBIOS DEL OLMO CELEBRA EL PRIMER CURSO DE CARROCERÍA REALIZADO POR CAARQ

Recambios del Olmo, empresa consolidada en la provincia de Ciudad Real y socio destacado del Grupo Serca Automoción, celebró a principios de septiembre el primer curso de carrocería en España realizado por CaarQ. Sin duda, este curso es un ejemplo más de la fuerte apuesta por el empleo que lleva desplegando desde hace años Recambios del Olmo, todo un referente en materia de crecimiento continuado, sacrificio compartido y esfuerzo inversor. *"Recambios del Olmo sigue creyendo en sus clientes y en el sector"*.

De un nivel parejo al que realizan centros tan reconocidos como Cesvimap o Centro Zaragoza, el curso constó de una parte teórica y otra práctica, en la que los estudiantes pudieron emplear maquinaria profesional (bancaas, medidores electrónicos, maquinaria de soldadura,...). El curso, dividido en dos jornadas, tuvo lugar en las propias instalaciones de Recambios del Olmo, en Ciudad Real. Los asistentes, un total de veinte personas, mostraron una enorme satisfacción por la posibilidad de utilizar los nuevos materiales que se emplean en la fabricación de los vehículos.

El curso, impartido por los técnicos instructores Salvador Rodríguez y Emilio Verdu, se centró especialmente en dos de las áreas de mayor importancia y actualidad en los talleres, los métodos de trabajo y la aplicación de las nuevas tecnologías de última generación. ◀

www.recambiosdelolmo.com







SE APOYA EN SUS  
DISTRIBUIDORES PARA SU  
EXPANSIÓN EN ESPAÑA  
**GENERAL PAINT  
RENUOVA Y  
MEJORA SU MARCA  
HYDRO TURBO**

El fabricante de pinturas **General Paint**, que presentó en la pasada edición de Motortec su nueva marca **Hydro Turbo**, ha renovado la imagen corporativa y el etiquetado de su gama de productos y está completando de forma paulatina su red de distribuidores en España.

La nueva línea **Hydro Turbo** ofrece un completo sistema base agua de altísima calidad, con más de 83.000 fórmulas a partir de un sistema de mezclas con 63 básicos. Entre sus principales características destaca su fácil aplicación y perfecto asentamiento de partículas metálicas -que minimiza el efecto de sombreados-, un mayor ahorro de tiempo de aplicación -un velo + una mano- y su gran poder de cubrición -lo que redundará en un menor consumo de material. La gama está compuesta, entre otros productos, por barnices fáciles de aplicar y de rápido secado y una gama de aparejos y anexos.

El sistema base agua **Hydro Turbo** viene acompañado de todo un sistema de cartas de color pintadas al agua, software de última generación y espectrofotómetro de cuatro ángulos.

La nueva línea **Hydro Turbo** combina una alta calidad con un precio razonable. Es precisamente éste equilibrio el que está permitiendo una rápida expansión de la nueva línea en España, en la que **Reynasa**, distribuidor de General Paint, va a tener mucho que ver. ◀

**i** [www.generalpaint.biz](http://www.generalpaint.biz)  
[www.reynasa.es](http://www.reynasa.es)

SUSTITUYE EN EL CARGO A FRANCESC ALTÉS  
**DANIEL AZNAR ES EL NUEVO  
DIRECTOR DE LA MARCA  
CROMAX PARA ESPAÑA**

Daniel Aznar ha sido nombrado director de **Cromax**, anteriormente conocida como **DuPont Refinish**, para España. Aznar asume el liderazgo de la marca **Cromax** en un momento histórico para el líder mundial del repintado de automóviles, dirigiendo el lanzamiento de la nueva identidad visual en el mercado español.

El nuevo director de **Cromax** España, reconoce: *"Es un momento fascinante para **Cromax**, y me enorgullece pilotar este momento histórico de la marca en España"*. Aznar añade: *"El equipo español de **Cromax** continúa trabajando para seguir garantizando la productividad, el dinamismo y la innovación en los talleres españoles para que continúen creciendo gracias a la satisfacción de sus clientes"*.

Aznar (39 años) es licenciado en empresariales por la Universidad de Vliissingen (Holanda) y se incorporó a **Axalta Coating Systems** (anteriormente conocida como **DuPont Performance Coatings**) en 2001. A lo largo de este período, Daniel Aznar ha desarrollado diversas funciones en la compañía, desarrollando su labor como responsable de homologaciones, jefe regional de ventas, responsable de desarrollo de **Five Star** y más recientemente como responsable del negocio de pintura para el sector náutico de **DuPont** en España. ◀

**i** [www.cromax.com](http://www.cromax.com)



LA MISIÓN DE FESTOOL AUTOMOTIVE SYSTEMS  
SIGUE FIRME: AYUDAR A LOS TALLERES A LLEGAR  
A SU PROFIT ZONE (ÁREA DE BENEFICIOS)

**FESTOOL AUTOMOTIVE SYSTEMS  
LANZA NUEVAS TURBINAS DE  
ASPIRACIÓN CENTRAL**



El fabricante alemán de sistemas de trabajo para talleres de chapa y pintura **Festool Automotive Systems** acaba de lanzar su nueva gama de turbinas de aspiración centralizada **TURBO II**, con lo último en optimización energética.

Lo más destacable de las nuevas turbinas **TURBO II** es su avanzada tecnología de control de aspiración **DC-TEC** (Dynamic Control Technology). Este sistema controla la relación entre la potencia de aspiración de aire demandada y la energía mínima necesaria para garantizar un rendimiento de aspiración al 100%. De este modo se puede ahorrar hasta un 80% de energía con respecto a generaciones anteriores de turbinas, ya que proporciona solamente la potencia de aspiración de aire demandada en cada momento.

La inteligente **Turbo II** está preparada para garantizar en cada momento una potencia de aspiración de 130 mbar/flujo de aire de 20 l/s, a nada menos que 14 estaciones de trabajo. El sistema **DC-TEC** mide constantemente el volumen de aire suministrado por estación de trabajo al tiempo que realiza ciclos continuos de limpieza del filtro, lo que garantiza al 100% el rendimiento del sistema. También se ha simplificado el proceso de cambio de filtros y bolsas de polvo, así recortando el tiempo de parada por estos procesos de mantenimiento. La nueva gama de turbinas **TURBO II** incluye dos versiones principales: **TURBO II 8-WP** (hasta 8 usuarios simultáneos) y **TURBO II 14-WP** (hasta 14 usuarios simultáneos). Ambas están disponibles en versiones **ATEX**, que permiten trabajar en ámbitos clasificados como **B22** (lijado de aluminio e otros polvos volátiles).

Las **TURBO II** permiten una perfecta integración los cabezales **EAA** de Festool, que ofrecen puntos de conexión tanto de herramientas eléctricas como neumáticas. El fabricante alemán también tiene una gama amplia de brazos articulados **ASA** e otros sistemas de montaje para sus cabezales. En muchos casos, la **TURBO II** también es compatible con instalaciones existentes de brazos y cabezales de otras marcas y permitirá mejorar considerablemente el rendimiento y la eficacia de estas instalaciones.

Como todas las máquinas de la marca Festool, las nuevas turbinas incluyen el **Service all-inclusive** con 36 meses de reparaciones gratuitas, 36 meses de seguro contra robo y 10 años recambio asegurados, entre otros servicios. ◀

**i** [www.festool.es](http://www.festool.es)

PRO EFFICIENCY Y ANTI CORROSIÓN  
**DOS IMPRIMACIONES  
DE GLASURIT: 285-230  
PRIMER FILLER PRO  
BLANCA Y 285-290 NEGRA**



El mercado demanda cada vez más, sistemas sencillos con poca complejidad y productos de uso universal, **Glasurit** realiza un esfuerzo constante para satisfacer por completo estas demandas y por ello lanza al Mercado la **Imprimación Aparejo Pro 285-230 Blanca** y la **Imprimación Aparejo Pro 285-290 Negra**.

A lo largo de los últimos años se ha notado una creciente demanda en la **Imprimación-Aparejo** en tonos de gris y que sean apropiados para la aplicación del proceso **Húmedo sobre Húmedo**.

Con ello se logra una mayor eficiencia en el Proceso (**Direct To Metal**), menor complejidad del proceso de reparación y Protege el valor de los vehículos gracias a su destacada protección anticorrosión.

Las nuevas **Imprimaciones - Aparejo Pro 285-230 Blanca** y **285-290 Negra** ofrecen una amplia gama de ventajas para el taller:

- Ahorro de material, el proceso se reduce en un paso
- Se aplica sobre el proceso **Húmedo sobre Húmedo**
- **285-230 / 285-290** pueden aplicarse Directamente sobre el Metal o el plástico sin necesidad de ninguna otra imprimación adicional.
- Permiten al taller combinarlas con el concepto de **escala de grises** de **Glasurit**. ◀

**i** [www.glasurit.com/es](http://www.glasurit.com/es)



De izquierda a derecha: Markus Kamieth, Presidente de BASF Group Coatings division, Ole Kristian Fureid, Noruega, Elvis Husic; Eslovenia, Steve Poiret, Bélgica, Harald Pflanzl, Vice Presidente Senior de BASF Coatings Automotive Refinish Coatings Solutions Europe



Juan Carlos Lozano, responsable de ventas de R-M en España y nuestro representante, José Fernando Martín.

## LOS REPRESENTANTES IBÉRICOS NO PUDIERON LLEGAR AL PODIO

# El Best Painter Contest 2013 de R-M, a Noruega



*Los jóvenes pintores, de menos de 30 años, candidatos de las sucesivas finales nacionales tuvieron que superar diversas pruebas técnicas, de gestión, artísticas con productos de alto nivel y en uno de los centros de formación más modernos de Europa.*

El pasado 9 al 11 de octubre, en una cena de gala en el prestigioso restaurante Maison Blanche de París, y con la Torre Eiffel como testigo, se entregaron los premios del **Best Painter Contest 2013 de R-M** que se celebró en el novedoso Refinish Competence Center de R-M en Clermont-de-l'Oise, Francia, uno de los centros de formación internacional más modernos de Europa. A lo largo de un evento de lujo con más de 100 asistentes entre los que se encontraban, además de los finalistas y miembros del equipo de R-M, periodistas representando a medios de todo el mundo y personalidades de R-M **Thomas Gmür**, gerente de la marca RM, actuó de anfitrión y hablaba del concurso como una de las manifestaciones de un eje directriz de la compañía: la formación y la mejora, la rentabilidad de los negocios y el apoyo a los clientes en ello; pero comentaba "se trata de pasión; se trata de personas; se trata de un espíritu de ir más allá en la mejora". Aunque el auditorio se hallaba expectante, pasó la palabra a **Harald Pflanzl**, Vicepresidente senior de Automotive Refinish Coatings Solutions Europe quien declaraba "el Concurso de Mejor Pintor de R-M pone de manifiesto una vez más el gran nivel de los pintores de automóviles de nuestro sector:



*jóvenes talentos que consiguen excelentes resultados. Nuestro objetivo declarado es proporcionar soluciones innovadoras que garanticen un mayor éxito a nuestros clientes. Gracias al nuevo centro Refinish Competence Center de R-M, gozamos de una ubicación excelente y ofrecemos una plataforma inigualable para compartir conocimientos y técnicas con nuestros clientes y socios comerciales como 3M, DeVilbiss, EMM, RUPES o SATA".*

**Ronny Raeymaekers**, Presidente del Jurado y Director del Refinish Competence Center de R-M, fue el encargado de desvelar el nombre de los ganadores. En esta ocasión, el sistema de puntuaciones se iba siguiendo en pantallas audiovisuales que los asistentes (invitados y los propios participantes) podían consultar a lo largo de los días de celebración de las pruebas, aunque la puntuación tras la aplicación (el 50% del total), solo se pudo conocer en el momento de anunciar los premiados.

El primero que subió a recibir su reconocimiento como uno de los mejores fue **Steve Poiret**, el tercer puesto en el podio 2013, en representación de Bélgica. En segundo lugar, quedó **Elvis Husic** en representación de Eslovenia y, por último, el ganador, rodeado de aplausos, un plétórico **Ole**





Sata, anunciando las novedades para el próximo mes de noviembre.



Ole Kristian Fureid, en representación de Noruega, pletórico al agradecer el trofeo de ganador del Concurso Internacional de Mejor Pintor de R-M.



Este año se introducía la novedad de decorar una maqueta, Mark Gutjahr, Director Europeo de Diseño en BASF, fue el juez de esta prueba de color que tuvo brillantes resultados



Kristian Fureid, en representación de Noruega, recibió el trofeo de ganador del Concurso Internacional de Mejor Pintor de R-M. Raeymaekers declaraba: *"Estoy muy contento de los resultados obtenidos. Todos los finalistas mostraron una gran determinación, sobre todo teniendo en cuenta la exigencia de la competición y las condiciones excepcionales. En nombre de R-M y del Jurado, felicito al ganador y a sus equipos."*

el juez de esta prueba de color adicional, y daba a conocer un poco más a fondo su tarea en este departamento. El Concurso Internacional de Mejor Pintor de R-M contó con un panel de jueces encabezado por Raeymaekers, y compuesto por Global Trainers de gran experiencia y reconocidos expertos de la Academia de R-M.

## El desarrollo de la final

Las pruebas se iban realizando el centro, mientras los medios podían conocer la DIRECTFILLER BLACK, WHITE y GREY, y el recientemente diseñado Colormaster, así como la nueva aplicación interactiva de color.

Como socios de la actividad premium acudieron 3M, DeVilbiss, EMM, RUPES y SATA, además de otros socios habituales como Festool, Horn & Bauer, Mettler-Toledo, Norton/StGobain, SIA Abrasivos y Terason.

Los partners realizaron diversas intervenciones en las que daban a conocer su compañía, sus puntos estratégicos en el desarrollo de productos o en filosofía de trabajo. SATA, por ejemplo, anunciaba el lanzamiento de una nueva pistola **SATAjet 4000B mini**, para el pintado de superficies con difícil accesibilidad.

El último día también tuvo lugar la **"prueba de color VIP"**, (celebrada este año por vez primera) en la que los finalistas tuvieron que aplicar su propio diseño de color en una maqueta de coche a escala, en la que debían desarrollar de forma libre las tendencias de color de OEM. **Mark Gutjahr**, Director Europeo de Diseño en BASF, fue



José Fernando Martín posa con su maqueta.

## Más internacional que nunca

Fueron 18 participantes, todos ellos menores de 30 años, quienes demostraron su talento y saber hacer a través una serie de exigentes pruebas técnicas. Se requería el uso de la línea de pintura base agua de R-M ONYX H.D, así como técnicas de aplicación y reparación, pruebas de color, una tarea de consultoría y el uso correcto de los consumibles.

Más internacional que nunca, los participantes provenían Alemania, Austria, Bélgica, Bielorrusia, Bulgaria, Eslovenia, España, Francia, Italia, Japón, Noruega, los Países Bajos, Polonia, Portugal, el Reino Unido, Rusia, Sudáfrica y Suiza y competían tras haber sido seleccionados en las finales por país celebradas en todo el mundo desde 2012. Todos los pintores recibieron un diploma acreditativo.

## La representación ibérica

Ni el español **José Fernando Martín** ni el portugués **Joel Rodrigues** llegaron al podio, aunque obtuvieron unas puntuaciones interesantes, muestra de su saber hacer y presentaban unas maquetas de diseños elegantes y con colores muy a tono con las tendencias mediambientales que se detectan en los constructores, algo que Gutjahr explicaba en su presentación.

La expedición ibérica estaba encabezada por el responsable de ventas de R-M en nuestro país, **Juan Carlos Lozano**, su homólogo portugués y representantes de los medios profesionales de nuestro país entre los que MRyT estaba presente. ◀

 [www.rmpaint.com](http://www.rmpaint.com)

**CHARLAMOS CON JOSÉ MARÍA SÁNCHEZ DE LA RODA, GERENTE Y CONSEJERO DELEGADO DE MIRKA IBÉRICA, EN SUS FLAMANTES INSTALACIONES**

# Ayudando a la rentabilización de procesos



Cuando le fuimos a ver, el equipo aún estaba situándose en sus nuevas instalaciones, en una nueva ubicación moderna y elegante. Con una cartera de productos completa y de una solvencia contrastada en el mercado, y recién trasladados a su nueva sede, quisimos contactar con él.

José María Sánchez de la Roda es un experto en el mercado de la reparación de carrocería. **Mirka Ibérica**, parte del grupo **KWH Mirka Ltd.** comercializa en España y Portugal soluciones avanzadas en abrasivos flexibles y complementos para los sectores de automoción, pintura-decoración, madera, vehículos, náutica y otros composites. Trabajan con la Certificación ISO 9001, que asegura una comercialización y un excelente servicio al cliente. En la península ibérica, han sabido posicionar los productos en una posición top gracias al conocimiento de lo que el profesional necesita en su labor del día a día, apoyándole en los aspectos más necesarios en cada una de las fases de la reparación.

Acometen una nueva fase en su presencia en España, con una nueva sede social desde la que se gestionará la filial, siendo los productos suministrados desde sus almacenes europeos.

Quisimos que nos contara cómo ve el sector y cuáles son las aportaciones de la compañía.

**¿Cómo percibe el mercado de los abrasivos y discos abrillantadores de la posventa española en la actualidad?**

Bueno, hay que tener en cuenta que son dos cosas distintas: Los abrasivos (lijas son productos para la fase inicial de la reparación) y los abrillantadores son polish (pulimento, es decir las fases finales).

Yo diría que el mercado de los abrasivos, en este momento, está mejorando. Afortunadamente, este sector no cayó tanto como el de la decoración o la madera.

Entendemos que, en nuestro caso, independientemente de que haya habido una mejora o no del sector, los resultados han sido fruto de la ampliación de perímetro en cuanto a nuevos distribuidores de quienes nos hemos ganado la confianza por los lanzamientos mercado, como la nueva Deros.

**¿Considera que el 70% de reparaciones de carrocería siguen siendo en daños leves?**

Sí, el 70% de las reparaciones de carrocería en la actualidad podrían ser daños leves. El porcentaje es

el mismo, lo que ha variado es el número de reparaciones; éste ha descendido. Así que el dato hay que leerlo con las connotaciones de volumen de mercado que supone.

**¿Según sus datos, cuál es el descenso porcentual del volumen de reparaciones en nuestro país?**

Efectivamente, ha habido descenso. Es posible que en el mercado en su globalidad haya descendido un 20%; Ocorre que es difícil acotar ese tipo de cifras: hay que valorar, por un lado, el mercado y por otro, las ventas de la empresa: nuestros resultados solo hablan del -10% en unos tres años. Por tanto, nuestra situación es mejor que la del conjunto del mercado.

**¿Ha habido variaciones en la red de distribución de KWH Mirka Ibérica?**

Pues sí: además de unos cuantos distribuidores más pequeños, se han incorporado en el último año dos importantes distribuidores en Pontevedra y Murcia. Debido a los resultados pensamos en expandirnos por otras zonas de España; seguir creciendo en zonas y cuotas de mercado. Son 114 distribuidores en España; en Portugal disponemos de un importador que tiene otros 20.

Nuestra idea es que los distribuidores se conviertan en partners Mirka, más allá de un mero distribuidor de una marca más en la cartera; y estamos satisfechos porque cada vez son más los que así lo hacen.

**¿Qué acciones en el aspecto comercial ha desarrollado su compañía ante la situación de un mercado influido por la menor reparación de daños en carrocería?**

Estamos fidelizando al Taller con acuerdos de colaboración que incluyen programas de reducción de costes en la zona de Preparación, un tema que les preocupa y a nosotros nos ocupa. Entendemos que en ese aspecto les podemos ayudar con nuestra experiencia y nuestros productos innovadores.

**Efectivamente, la marca Mirka destaca por la innovación en sus productos, ¿Cree que este liderazgo tecnológico es suficientemente percibido por los profesionales usuarios de este producto?**

Sí; afortunadamente, los talleres asistentes a nuestras numerosas "demos"; y es así en todo el mundo, ya que en las ferias internacionales nuestros stands las realizan de forma continua, pero si hablamos de nuestro país, venimos realizando las jornadas "Ahorra Tiempo, Ahorra Dinero" que realizamos en Barcelona desde hace dos años, en la que, en unas jornadas de dos días en total, realizamos demostraciones de nuestros sistemas a unos 12 talleres independientes y jefes de taller al mes. Éstos reconocen nuestra constante innovación y los beneficios de trabajar en los parámetros que proponemos.

**¿Cuáles son los apoyos en marketing a sus Distribuidores de Chapa y Pintura que se están llevando a cabo en la filial española de los fabricantes de origen finlandés?**

Quisiera remarcar que nuestro sector no lo denominaría de de Chapa y Pintura, por que creo que es una denominación excluyente; entiendo que incluye cuatro fases que son Chapa, Preparación, Pintura y Rectificación (pulido). Las fases de Chapa y Pintura se han modernizado y rentabilizado mucho en los últimos tiempos, gracias a los apoyos de las compañías fabricantes de pintura; pero la Preparación y el Rectificado no tanto. Es ahí donde Mirka incide con sus productos y sistemas: hemos acotado bien las fases y detectamos los momentos difíciles.

En Mirka Ibérica realizamos apoyos a la Distribución en diversas facetas: con Comunicaciones directas a sus Talleres, que les ayudan a dar a conocer nuestros productos, con Reuniones Técnicas, donde se repasan los procesos, con el fin de hacerlos más rentables y con Promociones Mensuales.

**¿Qué acciones cree que deberían intensificar los talleres a la hora de atraer al consumidor para que repare los desperfectos en la carrocería de sus vehículos?**

Lo más destacado sería trabajar rápido...el usuario no quiere esperar mucho por su vehículo. En este sentido es donde más estamos ayudando al taller a reducir los tiempos empleados en ellos, extremadamente altos, y por tanto, poder transmitirlo como valor añadido diferencial al conductor.

**Estas nuevas instalaciones, ¿a qué objetivos responden?**

El cambio de las Oficinas ha sido debido a la modernización que toda Empresa debe acometer. Para su inauguración oficial vamos a contar con la directiva al más alto nivel de Mirka, ya que consideran España como un mercado interesante.

Estamos satisfechos de ello, y nuestra estructura organizativa (somos 17 personas entre personal interno, comerciales y técnicos) va a ser más eficiente y por tanto dará una mejor y más rápida respuesta a nuestros clientes. ◀

[www.mirka.com](http://www.mirka.com)





**MIRKA**

# Programa **Mirka** 2.0

En un Taller **Mirka** 2.0 todo son ventajas:

- ▶ Reducción de costes garantizada
- ▶ Auditorías periódicas del proceso de reparación
- ▶ Total garantía en máquinas
- ▶ Mantenimiento de precios actuales
- ▶ Vigencia del 2014 al 2016



**MIRKA**

Abrasivos,  
químicos  
y máquinas

NUEVA DIRECCIÓN MIRKA IBÉRICA:  
World Trade Center Alameda Park  
Edificio 2 - Planta 2  
08940 Cornellà - Barcelona

Tel. 93 682 09 62  
Fax 93 471 79 40  
mirkaiberica@mirka.com  
www.mirka.es



## ABRASIVOS EN REPINTADO

# Ahorro, pero no de calidad

*Elementos importantes, aunque parezcan humildes. La calidad debe primar frente al precio, para evitar repeticiones y que los costes finales en productividad se disparen.*

Nos dice un importante encuestado "Tratar de ahorrar en los costes de producto es una amenaza en tiempos de crisis por parte del taller. Por esto se incrementan las ventas de productos de marcas blancas y/o de menos calidad, más baratos, pero menos eficaces. Es muy importante mentalizar al profesional de que use producto de calidad que finalmente le ahorre tiempo y permita ratios productivos altos." Otra compañía incide: "Es un mercado que últimamente ha tenido una tendencia de favorecer bajo coste en los productos de consumo (como el abrasivo), en vez de medir coste/beneficio y eficacia global del proceso de lijado. En un taller de chapa y pintura los operarios dedican aproximadamente un 80% del tiempo al lijado, y el uso de abrasivos poco eficientes repercute muy negativamente en la productividad y en la calidad de trabajo en el taller. Nuestra labor se centra en asesorar y demostrar a los talleres que productos de calidad a la larga salen más rentables: abrasivo de menor calidad requiere lijar con más pasos, dedicar más tiempo a cada coche, y arriesgar comprometer la calidad del acabado del pintado."

Y es que hay que tener en cuenta que la calidad a la primera es más rentable, aunque el coste por unidad sea más alto, que la calidad tras varios retoques con un coste por unidad más bajo (algunos con materiales de fuera de Europa y de calidad cuando menos, al límite). Y los tiempos actuales reclaman productividad y eficiencia. "Está siendo un año de transición, donde todo el sector se está reajustando, buscando una mayor dimensión en las empresas para reducir costes y precios en el mercado.", nos comenta otro actor. Estamos ante un mercado estandarizado lo que supone rapidez en homogeneización de producto en las distintas compañías, donde la competencia es alta y no es fácil diferenciarse.

Veamos algunas opciones que encontramos en nuestro país.

### 3M ESPAÑA



Los abrasivos de **3M** utilizados con máquina o a mano, en seco o en húmedo, están fabricados con unas materias primas, minerales, resinas y soportes, de alta calidad y mediante procesos basados en tecnologías avanzadas. Esto hace que los abrasivos tengan gran poder de corte, alto rendimiento y larga duración, dejando un óptimo acabado en las superficies.

El producto estrella es el disco **Hookit Púrpura** multiagujero que posee una nueva tecnología de aspiración con agujeros de extracción dispuestos en espiral,

fabricado con minerales y resinas de alta calidad y con un producto antiembazante alargando la vida del disco. Gran capacidad de corte y rendimiento. La nueva solución es el **Disco Azul**, un disco multiagujeros que ofrece una solución eficaz para el día a día del taller. Ofrece un corte rápido y excelente rendimiento.

**i** [www.3mreparacionautomovil.com](http://www.3mreparacionautomovil.com)

### BERNARDO ECENARRO

Es el fabricante de discos, rollo, esponjas, platos, tiras y platos de lijado **Urki-Sand** y **Urki-Red**. Urki-Red está desarrollado en base a óxido de aluminio, formulado para minimizar el embozamiento y ofrecer el mejor rendimiento. Disponible en diferentes granos y formatos, desde P-40 hasta P-1500, todos ellos en discos de 15 agujeros. Han ampliado la gama de abrasivos con **Urki-Red Foam**, un producto con lija de máxima calidad, que se adapta perfectamente a los contornos del automóvil: el foam facilita la labor de lijado en formas curvas y cantos, adaptándose a la superficie del automóvil. Urki-Sand es la nueva línea de abrasivos que han lanzado al mercado, con su disco de 15 agujeros, cubre la gama completa de granos desde P-40 hasta P-800.



**i** [www.bernardoecenarro.com](http://www.bernardoecenarro.com)

### BOSSAUTO INNOVA

Es fabricante, importador y exportador de los productos de la marca **Urxax** un disco abrasivo con un aglomerado de resina muy fuerte y duradero, su recubrimiento de estereato especial, una vida y rendimiento superior, corte más rápido, más nítido, con más contraste y de larga durabilidad. El producto estrella es el disco 150mm **URAX FILM** más duradero que el papel y no se rasga fácilmente. El último lanzamiento es el disco **URAX TOP** formado por una tela abrasiva sobre una estructura de espuma P1500 y P2000 empleados en los procesos de eliminación de imperfecciones en pintura y antes del trabajo de pulido y abrillantado de las superficies.

**i** [www.bossauto.com](http://www.bossauto.com)

### CAR REPAIR SYSTEM

Distribuidores y fabricantes de productos para la preparación, reparación y mantenimiento de carrocería del automóvil de la marca de abrasivos que tenemos es: **Disco F1 Blue Line**, **Disco F1 Gold + line** (su última incorporación sobre soporte de papel reforzado y flexible en su base. Disponible desde P80 a P 800 con 15 agujeros, tratado con estearato para prolongar

su rendimiento evitando el emboce o saturación de polvo) y el **Disco F1 Star Line**. Actualmente exportan al resto de Europa a través de acuerdos alcanzados con distribuidores de la zona. También tienen acuerdos de distribución con importadores en el Norte de África, Oriente Medio, Angola, Mozambique, Cabo Verde, Uruguay y Australia. Su oferta son abrasivos en 35, 75 y 150mm. Los discos de lijado están en 150mm desde P80 hasta P3000 en 15 agujeros.

**i** [www.carepairsystem.eu](http://www.carepairsystem.eu)

### EMM ESPAÑA

Fabricante de productos auxiliares para el sector del repintado de la marca **Colad**. Disponen de Hojas, discos, rollos, sobre papel con base velcro o autoadhesiva, esponjas, fibra sin tejer en discos, rollos o hojas. Discos de fibra desde grano 24 hasta grano 3000 con diferentes soportes y para diferentes aplicaciones: desbaste, lijado, acabado. Se pueden usar a mano, con soporte rígidos o con máquinas orbitales o roto orbitales. El producto estrella es el discos de velcro con 15 agujeros, demandado por el mercado porque tiene un precio bajo que permite al taller ahorrar en costes. Como novedad, la nueva gama de fibra sin tejer en granos VF, UF y MF más flexibles y duraderos, permiten llegar a todos los rincones, matizando uniformemente sin dejar marcas.



**i** [www.emm.com](http://www.emm.com)

### FESTOOL (TOOLTECHNIC SYSTEMS, S.L.U.)

Los fabricantes con marca **Festool** disponen de soluciones para todos los procesos de preparación de superficies en el taller, desde desbaste hasta acabado fino, y lijado de motas. La gama **GRANAT** está disponible en discos de 77mm 90mm, 125mm, 150mm y 185mm en todos los granos. También está disponible en hojas. Se trata de un abrasivo híbrido compuesto





Nuevo curso

# Curso Iniciación a la Peritación de Automóviles

## CENTRO ZARAGOZA

Próxima convocatoria: Del 4 de noviembre al 15 de noviembre de 2013

El objetivo del **curso Iniciación a la Peritación de Automóviles** es que el alumno alcance una visión global del proceso de valoración del vehículo, para ello se enseñarán los procesos y tiempos necesarios en la reparación del daño y su posterior valoración económica.

El curso está dirigido a profesionales del sector del automóvil, cuyas funciones estén encaminadas a la valoración de daños y que necesiten ampliar sus conocimientos en esta materia. No se requiere titulación mínima.

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



<b>Duración</b>	<b>60 horas</b>
	(10 días lectivos)

<b>Modalidad</b>	<b>Presencial</b>
------------------	-------------------

<b>Importe</b>	<b>1.400 Euros</b>
----------------	--------------------



Curso bonificable a través de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo. Válido para inscripciones recibidas con antelación mínima de 7 días del inicio del curso



**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](mailto: cursos@centro-zaragoza.com)  
[www.centro-zaragoza.com](http://www.centro-zaragoza.com)

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



de óxido de aluminio endurecido (Bluefire), que en los granos bastos está mezclado con elementos cerámicos. Esta composición híbrida garantiza una larga duración de los discos. Los discos de 150mm tienen 16 agujeros, adaptados a los platos patentados **MULTI JET STREAM Fusion-Tec**.

[www.festool.es](http://www.festool.es)

## GRUPO PROFESIONAL FIXEDA



Importador y distribuidor de la marca **Fixeda** disponen de abrasivos en disco, en láminas, con almohadilla -suelos y en rollo-, así como otros sistemas de desgaste como son cepillos de acero, acero latonado, nylon, etc. en grano de 40 hasta 2000. La base de fabricación es diversa desde el látex tratado a film de poliéster de alta resistencia. Los destacados son los **discos de lija velcro film multiagujero**. En los que el soporte de film de poliéster lo hace más resistente frente a mayores esfuerzos de lijado, sobre todo en granos más bastos. La estructura abierta evita el embozado de la lija. Para microacabados de precisión. Este tipo de soporte se puede utilizar en húmedo y en seco es muy resistente a los elementos químicos y al desgarrar. Discos válidos para platos de 6, 8, 15 agujeros.

[www.fixeda.eu](http://www.fixeda.eu)

## INDASA-INDUSTRIA ABRASIVOS (ESPAÑA) S.A.



Fabricantes de abrasivos flexibles **Rhyno** para cubrir todo el proceso de lijado en la repintura del automóvil en cinco grandes calidades: **FILM LINE**, **Rhinogrip HT LINE**, (la última incorporación a la gama con mayor capacidad de extracción de material, incremento de la superficie rayada, menor profundidad de las rayas y reducción del embozado), **RED LINE** (la gama estrella), **PLUS LINE** y **WHITE LINE** en múltiples formatos, bajo rigurosa normativa FEPA y todas las perforaciones disponibles en el mercado (6, 6+1, 8+1, 15...), además de distintos complementos para realizar un trabajo profesional.

[www.indasa.es](http://www.indasa.es)

## IXELL (RENAULT ESPAÑA COMERCIAL)

Distribuidor de **Ixell**, disponen de un catálogo con todas las opciones que un taller de carrocería necesita para su trabajo diario, en lijado mecánico y manual, seco o en húmedo, con grano de P80 a P4000. Su producto más vendido es el **Select**, para lijado mecá-



nico (orbital y elíptico) adaptado a los barnices duros de última generación.

El año pasado presentaron los **IxellSand Dry** (P60 a P400) e **IxellSand Wet** (P400, P600, P800, P1200 P1500, P2000, P2500, soporte látex y menor embazamiento) para lijado manual.

[www.ixell.es](http://www.ixell.es)

## PRO&CAR (CENTRAL DE PROFESIONALES CARROCEROS S.L.)



Es un grupo distribuidor y central de compras con la marca propia **Pro&Car** con discos abrasivos 150 mm de 15 agujeros: (línea blanca F1, línea amarilla yel-pi -la última incorporación en catálogo-, línea premier red

P37C -que es la estrella de la gama con soporte papel látex de fibra reforzada con abrasivo de óxido de aluminio sobre resina, un tratamiento de base acuosa y resina sintética transparente que evita embozos, adaptado a revestimientos cerámicos antirrayas y piezas de composite-línea de zirconio GFZ), **Pliegos Premier Red** (115x230; 70x420; 93x178): tiras abrasivas de óxido de aluminio sobre resina. De alto rendimiento y destinadas para trabajos específicos de lijado. Disponible en distintos agujeros, medidas y granos, **Discos Foam 150mm 15 agujeros**. (P500-P600-P800): Disco con soporte papel látex y esponja de baja densidad para el tratamiento de superficies, **Rollos esponjas abrasivas** (115x25), **Esponjillas abrasivas** de 140x115x5 mm, **Discos de láminas de zirconio: PROINOX XXL**, **Rollos, pliegos y discos SB**.

[www.proandcar.com](http://www.proandcar.com)

## REAuxi



Disponen de un amplio surtido de discos, tiras, esponjas, tacos, platos para lijadoras y lijadoras, fabricados con materiales de

primera calidad en marca **Reauxi**. La completa gama disponible en granulometría de 40 a 1500; con sistema autoadhesivo de fijación, es un producto de gran polivalencia: aplicación universal sobre masillas, rellenos, lacas y pinturas con buenos resultados en lijados a mano y con máquinas portátiles. Características comerciales: 50% menos de saturación de polvo. Gracias a la innovadora estructura del abrasivo y a los materiales de alta calidad, se consiguen valores de abrasión significativamente mejores. Los resultados de superficie homogéneos convienen gracias a la optimizada profundidad de rascado. El sofisticado revestimiento de estearato reduce enormemente el embotamiento del abrasivo. Con ello se consigue al final una vida útil del abrasivo mucho más larga. El sistema, con una interacción perfectamente coordinada de sus elemen-

tos, garantiza aplicaciones sin fallos, reduce los tiempos de lijado y, además, ahorra dinero.

[www.reauxi.com](http://www.reauxi.com)

## ROBERLO



Su oferta es la línea **Gova** (Gova II, Gova Blue, Gova Finish, Gova Net y Gova T), que ha sido renovada recientemente por completo, RS56, Robrite, Sanding Pad y RW77 y abarca

discos, rollos, hojas y tiras. El producto estrella es **Gova Finish**, con soporte en film de poliéster, confiere una superficie más homogénea y flexible comparada con el soporte de papel habitual y por tanto ventajas como durabilidad, poder de corte, resistencia al embozado, homogeneidad y acabado regular y uniforme.

[www.roberlo.com](http://www.roberlo.com)

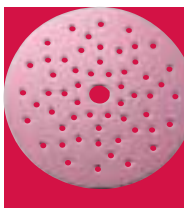
## SEICAR SOLUTIONS

Ofrecen una amplia gama de productos abrasivos para el taller de chapa y pintura que cubren todas las necesidades en los diferentes procesos de lijado de todo tipo de superficies. Desde abrasivos de mayor desbaste hasta pastas matizantes para los acabados más delicados. Tres marcas: **ABRASIVOS 696 Seicar**, **Yellow Star** y **Polar Star** En breve, lanzarán los discos **Polar Star con base plástica**. Con este lanzamiento vamos a querer completar la amplia gama que ya dispone Seicar en la familia de abrasivos, ya que estos discos aportarán mayor resistencia a la exfoliación, al desgarrar y a la tracción optimizando así su rendimiento.



[www.seicar.net](http://www.seicar.net)

## SIA ABRASIVOS ESPAÑA



Fabrica todos los tipos de abrasivo necesarios para el taller de carrocería. Su producto estrella es el disco 150mm **siaspeed** con valores de abrasión mejores. Los

resultados de superficie homogéneos convienen gracias a la optimizada profundidad del rayado. El último lanzamiento es el disco **FiboTec** de perforación especial para un rendimiento de lijado óptimo. En función del grano y del material, el desbaste resulta claramente superior, tanto en un mismo período de tiempo como a lo largo de toda la vida útil

[www.sia-abrasivos.com](http://www.sia-abrasivos.com)



# Cátedra CESVIMAP de la Universidad Católica de Ávila



Comienzan las próximas ediciones de los títulos universitarios on line de la **cátedra CESVIMAP** de la Universidad Católica de Ávila. Permiten su estudio sin necesidad de desplazarse. Los materiales didácticos multimedia han sido creados por CESVIMAP y orientados al mundo profesional. Estos estudios se van enriqueciendo con nuevos contenidos, al ritmo que las innovaciones en el mundo del automóvil se aplican.

## Curso Superior Universitario de Peritación de Automóviles (525 horas, 21 ECTS)

**¿Quieres ser perito?** Este título, homologado por APCAS, te prepara para ello con formación académica y práctica. Está dirigido a ingenieros o ingenieros técnicos industriales y graduados en Automoción (Ciclo Superior de Formación Profesional). La parte on line es el 80 % de los estudios. Cuenta con dos semanas de parte presencial en Ávila para prácticas de peritación.

**¿Qué se estudia?** Desde la legislación de la actividad aseguradora y sus coberturas, a procesos de trabajo en reparación de automóviles y técnica pericial manual, informatizada, técnicas de negociación, conocimientos del taller como empresa, etc.

## Experto en Posventa de Automoción (700 horas, 28 ECTS)

**¿Quieres trabajar en empresas de posventa del automóvil?** Este programa completa la formación para acceder al mundo laboral de empresas de posventa: concesionarios, redes

de talleres, áreas de posventa de los fabricantes de vehículos e industria auxiliar, centros de peritación... Dota al alumno de destrezas directivas, proporcionando formación empresarial y académica para acceder a responsabilidades profesionales. Forma a auditores especialistas en talleres de automoción.

**¿Qué se estudia?** Desde la gestión de empresas de automoción, atención al cliente, procesos de reparación, consultoría de talleres, gestión de recambios...

## Curso Técnico Universitario de Reconstrucción de Accidentes de Tráfico (250 horas, 10 ECTS)



## ¿Quieres trabajar como perito judicial o responsable de siniestros y seguridad vial?

Este curso universitario forma a personal de atestados de cuerpos y fuerzas de seguridad y profesionales de posventa responsables de garantías y reclamaciones. Forma al alumno para reconstruir el accidente, realizando prác-

ticas de todos los pasos y resolviendo casos reales, pormenorizadamente.

## ¿Qué se estudia?

Fundamentos de reconstrucción de accidentes, identificación de vehículos y huellas, toma de datos, física aplicada a la reconstrucción, informes técnicos y su defensa ante el juzgado, investigación de incendios, etc.



## CRASH TEST 3D

Más de 1000 personas han descargado la aplicación de Realidad Aumentada **Crash Test 3D**. Con la realidad aumentada se ve el mundo real, en este caso, la zona de crash test de CESVIMAP vectorizada, en combinación con elementos virtuales, un cochecito en tres dimensiones. Crash Test 3D se descarga en Google Play, y, si te haces fan de Aula CESVIMAP en Facebook, puedes bajar el marcador. Enfocando el póster con un smartphone o tablet, verás un crash test en 3 dimensiones. ¡Desde varios ángulos y acercando o alejando el escenario!. CESVIMAP continuará innovando con las últimas tecnologías.


**CESVIMAP**

C/ Jorge de Santayana 18, 05004 Ávila

Tel: 920 206 300. Fax: 920 206 316

cesvimap@cesvimap.com www.cesvimap.com

LA TOTAL RENOVACIÓN SE HA LLEVADO A CABO DE LA MANO DE REAUXI

# Carrosseria Masini: profesional y elegante



*Carrosseries Masini es un taller de reparación cuyo propietario ha optado por la total remodelación, de la mano de Reauxi y de un equipo de arquitectos expertos en diseño industrial.*

Carlos Ruiz es el orgulloso propietario de **Carrosseries Masini**, un taller situado en el casco urbano del barrio de Sants en Barcelona que ha sido totalmente renovado con el apoyo de **Josep Maria Clop** y el equipo de **Reauxi**. El resultado de la completa es un espacio de 400m<sup>2</sup> elegante a la par que perfectamente equipado que, a la semana de su apertura, ya ha despertado el interés de los clientes de su zona y proximidad, Hospitalet y Zona Franca. En él, y en un principio trabajan su propietario y un oficial de primera, si bien ya se ha previsto ampliar el equipo. Su dotación incorpora los elementos más novedosos que se pueden encontrar:

- **CABINA DE PINTURA CMC**, insonorizada y aislada. Equipada con 4 motores de ataque directo, con inverter de impulsión y extracción y depuradora de carbón activo. Caudal: 32.000 m<sup>3</sup>. Cuadro táctil para diferentes procesos de trabajo según la marca de pintura. Instalación térmica: vena de aire.







## FECHAS CLAVE DEL PROYECTO



**Carrosería Masini** es el heredero de la tradición familiar del actual propietario, **Carlos Ruiz**.

**1982-** su padre inició la actividad de reparación en otro local del mismo barrio, tras independizarse.

**1993-** Carlos inicia la actividad con él.

**1997-** se trasladan al actual local, en propiedad, en el que hicieron una primera reforma e incorporaron una cabina y algunos equipos.

**2001-** Carlos se traslada a vivir a la provincia de Verona, Italia

**2005-** Colaboración con distintas carrocerías como empleado en Biessecar y Fasani & Casarotti

**2008-** Se establece como autónomo en Verona.

**2011-** Tras la jubilación del padre de Carlos, el local se había alquilado a otros reparadores, aunque el actual propietario (ante el fallecimiento de su padre y la falta de éxito de los arrendados), decide volver y llevar personalmente las riendas del local, pero adaptado a lo que cree que debe ser un taller, encargando el proyecto de total remodelación a una empresa de arquitectos industriales con los que le une amistad, aunque aún reside en Verona.

**2012-** Una vez ideado el proyecto, Ruiz inicia la localización del equipamiento y contacta con Reauxi gracias a la localización de uno de los equipamientos que reconoce de su trayectoria profesional en Italia, que se encarga de supervisar el proyecto, mientras Carlos cierra la finalización de su trayectoria italiana.

**2013-** Inicio de la obra civil en el taller, en abril. Apertura en septiembre. La inversión total ha sido de 300.000 Euros.

- **SISTEMA DE ASPIRACIÓN CENTRALIZADO CAV**, con una turbina FOX 30 con varios puntos de aspiración en la zona de preparación, zona de chapa y pintura, permitiendo trabajar con 3 o 4 operarios a la vez. Brazo de aspiración de 7 m. con cabezal SR.

- **ZONA DE PREPARACIÓN** equipada con elevador marca FITIM con centralita electrohidráulica con normativa ATEX, motor de impulsión y extracción con depuradora de carbón activo. Banco de tiro rápido QB3000 marca REAUXI con accesorios de AUDI, BMW, MERCEDES y RENAULT y centralita electrohidráulica. Equipo de infrarrojos mod. CUREMASTER 2 DTL marca TRISK con programador de tiempos para masillas, barnices y pinturas, con sensor de distancia y de temperatura.

- **BOX DE PINTURA CMC**, equipado con lavadora de pistolas ROSAUTO mod. 165 (mixta agua y disolvente); mesa de trabajo serie INOX con ordenador integrado mural. Máquina de mezclas instalada por Drogas y Pinturas La Moderna marca Dupont.

- **PISTOLAS, SATAJET 4000 B HVLP/RP y SATAJET 100 B.**

Ruiz es un profesional con muchos años de experiencia, tanto en nuestro país (ya que inició su trayectoria de la mano de su padre en Talleres Ruge en 1994) como fuera de él, puesto que ejerció en Italia. ◀

📍 [www.tallermasini.es](http://www.tallermasini.es)  
[www.reauxi.es](http://www.reauxi.es)





www.concdecoche.com

**49 Actualidad:** Eurorepar se presenta a talleres potenciales

**50 Contacto:** Nuevo Lexus 450h y Ford Fiesta ST

**51 Actualidad:** Mercedes-Benz CLA



**LOS 'PEUGEOT QUALITY AWARDS' RECONOCEN A LOS MEJORES PUNTOS DE LA RED OFICIAL DE LA MARCA EN MATERIA DE CALIDAD DE SERVICIO VENTA Y POSVENTA**

## PEUGEOT ENTREGA SUS PREMIOS DE CALIDAD DE SERVICIO

**ADEMÁS, EL CLIENTE RECIBIRÁ COMO OBSEQUIO UN ELEGANTE PARAGUAS Y LA POSIBILIDAD DE PARTICIPAR EN EL SORTEO DE UN AÑO DE MANTENIMIENTO GRATIS**

### EL GRUPO FIAT OFRECE REVISIONES SIN COSTE Y UN AÑO DE MANTENIMIENTO GRATIS



→ El **Grupo Fiat**, que sigue trabajando para ofrecer a sus clientes el mejor servicio para sus vehículos, pone en marcha este otoño una campaña dirigida a los propietarios de Fiat, Alfa Romeo, Lancia, Fiat Professional, Abarth, Jeep, Chrysler y Dodge que consistirá en la revisión de los 26 puntos fundamentales del automóvil, con el objetivo de mantener el vehículo en buen estado de funcionamiento de cara

a las duras condiciones del invierno.

Llevar a cabo una buena revisión del coche se traduce en un aumento del ahorro y de la eficiencia. Aunque es recomendable realizar este tipo de comprobaciones de forma periódica lo cierto es que, debido a la crisis económica, muchos conductores han retrasado esta actividad entre uno y dos años.

Del 1 de Octubre al 15 de Diciembre, todos los clientes que se acerquen a los concesionarios de las marcas del Grupo Fiat adheridos a la promoción podrán beneficiarse de esta revisión gratuita. Además, como obsequio, el cliente se llevará un elegante paraguas. Y si realiza cualquier otro tipo de operación, entrará en el sorteo de un año de mantenimiento gratis.

La lista de concesionarios adheridos a esta promoción se encuentra en el apartado "servicios" de las páginas web: fiat.es, alfaromeo.es, lancia.es y jeep.es.

www.fiat.es

→ Los **Peugeot Quality Awards** son el reconocimiento a nivel internacional de la Marca a su red oficial en materia de calidad de servicio en las áreas de venta y posventa. La Marca anunció en su convención red celebrada en Berlín a los ganadores de este premio en el trimestre mayo-julio 2013 en su modalidad 'Acelera Hasta Berlín'.

**Talleres Martín Lizaga** (Teruel), **Talleres Onieva González** (Guadix) y **Mosa Córdoba** han sido los galardonados por parte de nuestro país en esta cuarta edición.

Además, **Francisco J. de Ayerbe**, responsable de ventas de distrito, Antonio Domingo, responsable de piezas y servicio de distrito y Rafael Muñoz Estudillo, responsable de calidad y servicio de distrito, también fueron distinguidos con el Quality Award.

**Maxime Picat**, Director general de Peugeot fue el encargado de hacer efectiva la entrega de este galardón a los distintos premiados y representantes de los puntos de la red oficial de España, junto a **Xavier Peugeot**, Director de producto, y **Guillaume Couzy**, Director de marketing, comunicación y sport.

Peugeot Quality Awards es la distinción que otorga la Marca para reconocer la máxima calidad en materia de servicio y atención al cliente a los distintos concesionarios. Un premio que responde a la estrategia de **Peugeot: Exigencia, Allure y Emoción.**

www.peugeot.es

UN PROGRAMA PENSADO PARA CONOCER Y FIDELIZAR AL CLIENTE

### OPEL ESPAÑA PRESENTA EL PROGRAMA ABC DE POSVENTA

→ **Opel España** ha presentado a su Red de Concesionarios el **Programa ABC**, definido como "la mayor oportunidad que hayamos tenido nunca, para conocer y fidelizar a nuestros clientes".

El Programa ABC (*Attract, Build, Customise*) es una auténtica revolución, un cambio en la manera de considerar y gestionar el negocio Posventa. Es la estrategia clave en la

Posventa Opel, con una visión de futuro centrada en atraer clientes (*Attract*) a la nueva experiencia de Servicio Opel, construir una relación con ellos (*Build*) y ofrecerles un trato personalizado (*Customize*) que consolide su confianza en la marca.

El lanzamiento de *miOpel.es* en octubre de 2012 marca el comienzo de la estrategia ABC. Esta herramienta, la más importante desarrollada en la historia de Opel Posventa en Europa, permite a los clientes acceder a través de la web al Servicio Posventa para su vehículo Opel.

Hasta el momento, más de 66.000 usuarios se han registrado y están activos en *miOpel.es* y pueden disfrutar entre otras ventajas de:

- Acceder a todos los beneficios de su Reparador Autorizado Opel a un solo clic de ratón.



- Obtener ofertas personalizadas y descuentos.
- Formar parte del mundo de Opel y de todos los servicios que mejor se adecuan a su vehículo.

Enrico De Lorenzi, Director General Comercial de GM España, Joaquín Araujo, Director de Posventa y Elena Arévalo Gerente Marketing de Posventa, presentaron el Programa ABC al mismo tiempo que animaron a la Red de Concesionarios Opel a centrar todos sus esfuerzos en la nueva experiencia de Servicio Opel. Con el Programa ABC, la marca alemana refuerza su apuesta por dar un valor añadido durante toda la vida útil de sus vehículos, para que sus clientes disfruten sin preocupaciones desde el momento de la compra. Una excelente noticia para los propietarios de un Opel que gracias a *miOpel.es* disfrutaran al máximo con el compromiso del servicio genuino de Posventa Opel.

www.miOpel.es



1ER ENCUENTRO PARA CLIENTES PROFESIONALES DE COMERCIAL CITROËN Y EUROREPAR

## Mostrar el atractivo



De izquierda a derecha: Anabel Padilla (Responsable Zona Piezas y Servicios), Luis Alfonso Díez (Responsable Zona Eurorepar), David Álvarez (Responsable Eurorepar) y el equipo de Citroën Barcelona Nuria Arbea (Directora), Manuel Toral (Responsable Comercio), Francisco Javier García (Responsable Posventa), Jaime Baradad (Comercial P.R.), Francisco Javier Cerro (Comercial Ventas), Juan José Constanzo (Responsable Piezas de Recambio).



En algunas pantallas del audiovisual los potenciales miembros tenían los datos fundamentales de la red.

En Sant Adrià del Besós, Barcelona, se realizó una presentación para dar a conocer más a fondo el programa de franquicia de la red a 30 talleres clientes de la concesión el responsable de la red multimarca, dentro del universo de Citroën.

→ **Eurorepar** presentaba su programa a un grupo de 30 talleres clientes de **Comercial Citroën**, concesionario de la marca del doble chevron, en el marco del *Museu d'Història de la Immigració de Catalunya* en La Masia Can Serra de Sant Adrià del Besós, Barcelona, el pasado miércoles 25 de septiembre. **David Álvarez**, responsable de la red, estuvo dando a conocer las características de esta red de franquicias de reparación de vehículos de todas las marcas con 345 puntos de asistencia en toda España (en Francia son más de 2000, y están presentes en Gran Bretaña, Italia, Alemania y Portugal). La central proporciona **cursos de formación** adaptados a las necesidades (mediante test inicial a los talleres, sufragados mediante compras o a cargo del taller, y se hacen en toda España), **con página web** (2 de cada 3 conductores entran a diario en internet), **imagen corporativa** unificada, **sistemas de gestión** (sin obligatoriedad), **acuerdos con empresas de renting y acuerdos de financiación de las reparaciones** sin intereses para el conductor. Para su uso, disponen de una **gama de piezas** pensada para cubrir las reparaciones de mantenimiento y desgaste, operaciones rápidas que suponen más de 75% de las efectuadas en los talleres, para vehículos Citroën y de otras marcas de más de 4 años. Se trata de una gama de más de 12.000 referencias fabricadas por primeras marcas y comercializadas por los DOPR (más de 200 en España) Citroën con garantía de 1 año en la pieza y mano de obra (para franquiciados), cubriendo más del 85% de las necesidades de recambio del parque circulante de nuestro país y a un precio muy interesante para el taller. Disponen también del **acuerdo con Total** mediante el que se ha diseñado un aceite específico



El apartado de recambios, uno de los pilares de la red.



Eurorepar dispone de acuerdos con la marca de lubricantes Total, con promociones para usuario.

Eurorepar una gama amplia denominado *OptiPro*, y con promociones (rasca y gana) por las que se ofrece un cambio gratis, y equipos de diagnóstico. El equipo que atendía e informaba a los talleres estuvo constituido por **David Álvarez** Responsable Eurorepar y **Luis Alfonso Díez**, Responsable de Zona Eurorepar, acompañados de los responsables de Comercial Citroën: **Nuria Arbea** directora, **Francisco Javier García**, responsable posventa, **Juan José Constanzo**, responsable piezas de Recambio, **Manuel Toral**, Responsable Comercio, **Anabel Padilla**, Responsable Zona Piezas y Servicios, **Jaime Baradad**, Comercial P.R. y **Francisco Javier Cerro**, Comercial Ventas, junto con **Alberto Cubero** y **Sergi Mas**, director y comercial de Total.

En la presentación, Álvarez tras comentar datos sobre la matriculación, les explicaba el interés y las ventajas que las características que configuran la franquicia Eurorepar suponen para el taller. Al final del evento se sortearon diversos regalos entre los asistentes, entre los que se encontraban un tablet *GPS Vexia*, y packs de fin de semana. 📺

[www.eurorepar.es](http://www.eurorepar.es)



Al finalizar la jornada se sortearon diversos e interesantes obsequios.





## ELEGANCIA NIPONA CON EL LEXUS 450H

# Refinamiento minimalista

➔ El impresionante lujo y refinamiento de esta gran berlina (4,85 metros de largo) de **Lexus** queda difuminada en el minimalismo que la marca de lujo de Toyota aplica a sus modelos y que tanto tiene que ver con la cultura japonesa y que tanto le separa de las tradicionales berlinas premium europeas (alemanas principalmente) en las que el lujo tiene más presencia. El **450h**, que nos cedió amablemente Lexus Barcelona, se nos presenta más discreto pero la calidad de los acabados, el tacto de los mandos, la excelencia de los detalles y el nivel de equipamiento son igualmente soberbios. Al hilo de la última cuestión, merece especial mención la pantalla del salpicadero, posiblemente la más grande de entre los vehículos que se fabrican de serie: trece descomunales pulgadas que se asemejan el tablero de instrumentos a un home cinema, firmado por Mark Levinson. Lástima que cueste tanto acostumbrarse al manejo del joystick central, similar al de un ratón de ordenador, sobre todo mientras circulamos.

Una vez en marcha el refinamiento es absoluto, el silencio de marcha es abrumador y la sensación es la de conducir sin tocar la carretera. Se encargan de ello una gran aislamiento acústico, el motor híbrido que da prioridad al modo eléctrico y un tacto de suspensión orientado al confort que no penaliza en exceso el comportamiento gracias a la nobleza y el empaque del chasis. Volviendo al motor, es sencillamente impresionante, entrega 345 CV de potencia fruto de combinar un motor de gasolina y uno eléctrico. Esta combinación es mágica ya que consigue, con semejante potencia, un bajísimo consumo de 6,1 l/100 km en ciclo combinado. Si abusamos del acelerador no se consigue esta cifra pero el gasto siempre es moderado. La nueva generación del GS ha ganado en habitabilidad aunque la relación tamaño-espacio no sigue siendo la mejor. Cuatro personas irán perfectas pero tres en las plazas traseras, algo justas. El maletero, de 465 litros, también se queda corto para ser un berlina de casi cinco metros.

Se pueden elegir dos variantes del GS 450h, la Hybrid Drive de 70.000 euros y la Hybrid Plus, de 85.000 euros. El precio de esta berlina es elevado pero, a cambio ofrece mucho: una calidad de vida a bordo impresionante, un increíble confort de marcha y un motor milagroso en cuanto a la relación potencia-consumo. **C**

[www.lexusauto.es](http://www.lexusauto.es)  
[www.lexusbarcelona.com](http://www.lexusbarcelona.com)



## FORD FIESTA ST, EL SUCESOR DE LA MÍTICA SAGA XR2

# Diversión asegurada



➔ La marca del óvalo apuesta por la deportividad sin reservas en la variante más potente del Fiesta, el ST de 182 CV, generados por un motor gasolina de 1,6 litros acompañado por un cambio manual de seis velocidades. Su espíritu deportivo nos devuelve a los años 80 cuando los Fiesta XR2 causaban furor en las carreteras europeas. **Ford** ha querido recuperar la esencia XR2 con un comportamiento muy ágil no exento de cierto nerviosismo e innatas pérdidas de motricidad derivados de tan elevada potencia sobre un solo eje, el delantero, y del poco peso del conjunto (el **Fiesta ST** pesa "solo" 1.163 kilos). Con ello no queremos insinuar que sea un coche inseguro, todo lo contrario, el bastidor está a la altura de la potencia y la estabilidad y la nobleza de comportamiento es alta en todas las circunstancias. En definitiva, el resultado final es que es mucho más divertido de conducir que su hermano mayor el Focus ST, sobre todo, en reviradas carreteras de montaña. Para un uso diario el Fiesta ST cumple pero hay opciones mejores. La comodidad no es su punto fuerte porque el tarado de la suspensión es duro y el eje trasero es rebotón y nervioso, como corresponde a un utilitario ultradeportivo. Por otra parte, solo está disponible en variante tres puertas con las limitaciones en polivalencia que ello comporta. Al menos, la habitabilidad es mejor de lo esperado con unas plazas traseras y un maletero (290 litros) más que correctos. También rayan a buen nivel el equipamiento y los acabados. **C**

[www.ford.es](http://www.ford.es)



## EL CLA, LA NUEVA BERLINA DE CORTE DEPORTIVO DE MERCEDES-BENZ

El nuevo CLA de Mercedes deriva del Clase A pero le supera en varios aspectos: en comodidad, en maletero y a, nuestro modo de ver, estéticamente. Esta berlina de cuatro puertas debe convertirse en un rival de cuidado para modelos como el A5 Sportback o las versiones más deportivas de la Serie 3 de BMW.

Argumentos tiene para ello.

# El que faltaba

➔ Enmarcado en la estrategia de **Mercedes-Benz** de ampliar su gama de productos, el nuevo CLA se presenta como alternativa a los modelos de Audi y BMW que dominan el mercado de las berlinas premium de carácter deportivo. Nos estamos refiriendo a modelos como el Audi A5 Sportback, las versiones más deportivas de la Serie 3 de BMW o la nueva Serie 4 de la firma muniquesa. Las credenciales de la propuesta de Mercedes es la calidad habitual de la marca, una gran dotación de tecnología y equipamiento, la polivalencia que proporciona una gran maletero de 463 litros y un precio relativamente competitivo (la marca de la estrella ha ajustado más su tarifa si lo comparamos con otros de sus modelos).

### Ideal parejas

El CLA es una berlina de cuatro puertas y 4,63 metros de largo que deriva directamente del Clase A. A nuestro entender, el CLA es un producto más redondo en muchos aspectos. Uno de ellos es el estético, la estampa del CLA es más atractiva y posee un plus de deportividad que, a buen seguro, atraerá a posibles compradores.

La habitabilidad merece capítulo aparte, el CLA tiene unas plazas delanteras amplias pero las traseras son para un uso esporádico si queremos alojar adultos. La forma deportiva y de coupé del CLA provoca que detrás resulte bajo y claustrofóbico. Si la altura es un problema también lo es la estrechez, que hace imposible que viajen tres adultos con un mínimo de comodidad. Esta habitabilidad escasa en las plazas traseras, que podría ser una ventaja para el Clase A, no lo es tanto porque el este último tampoco es un prodigio de espacio detrás. En cambio, el CLA sí que supera ampliamente a su "progenitor" en capacidad de maletero al ofrecer casi 130 litros más (470 litros frente a 341). Lástima que el CLA recurra a la tapa de maletero, lo que resta practicidad en comparación con el portón del Clase A. Por todo lo comentado, el Mercedes CLA se presenta como un modelo ideal para parejas sin hijos a las que les gusta viajar, el dinamismo de conducción, el espíritu deportivo que emana de su atractivo diseño o la calidad que aplica la marca alemana a todos sus productos.

En comodidad también es mejor el CLA que el Clase A. La suspensión del primero es un poco más blanda, sobre

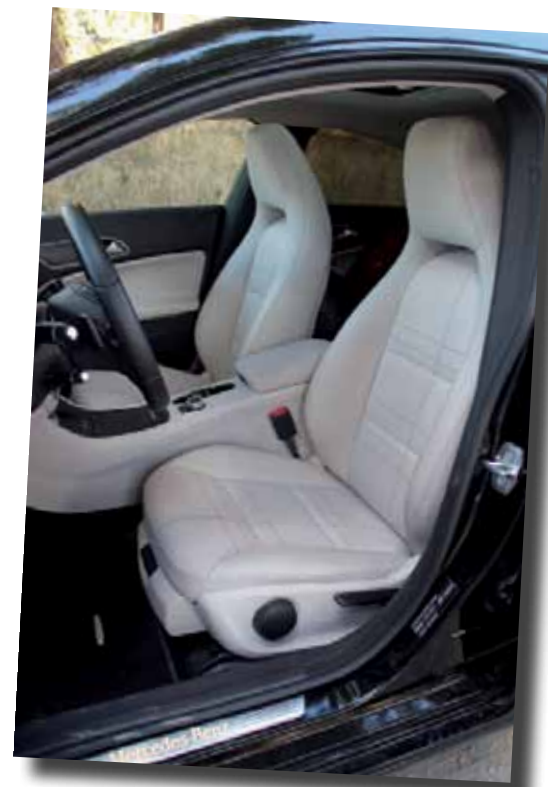


todo detrás, lo que le hace más comfortable. En este sentido, está más equilibrado porque la suspensión del Clase A nos pareció excesivamente dura para un uso cotidiano aunque le proporcionaba una estabilidad excepcional, sobre todo en carreteras de curva y con buen piso.

Por lo que respecta a los motores, el CLA está disponible en tres motores gasolina de 122, 156 y 211 CV a los que cabe sumar el motor de 360 CV de la variante CLA 45 AMG. En cuanto a la gama diésel, dos son los CDI a elegir, el de 136 y el de 170 CV. Nuestra unidad de pruebas era el CLA 220 que monta el diésel CDI de 170 CV. Su potencia es suficiente para cualquier uso y su consumo, moderado, por lo que se presenta como una de las alternativas más equilibradas. Esta versión solo está disponible con un cambio automático de siete velocidades, muy eficaz pero no tan rápido como el DSG del Grupo Volkswagen. Además, al principio se extraña su posición, en la que habitualmente corresponde a los mandos del limpiaparabrisas en el lado derecho de la columna de dirección.

Por último, Mercedes ha ajustado el precio del CLA aunque su relación con el equipamiento es mejorable. El precio de partida de la versión básica son 31.000 euros, una cifra contenida, pero al equipamiento de serie le faltan elementos tan comunes como el control de velocidad o el climatizador. En contrapartida, si tenemos margen para ampliar el presupuesto, el CLA se puede equipar con soluciones tecnológicas tan avanzadas como el sistema de alerta por cansancio, el de frenado automático en caso de colisión (*Collision Prevention Assist Plus*) o el indicador de desgaste de las pastillas de freno. 📺

[www.mercedes-benz.es](http://www.mercedes-benz.es)





# BIENVENIDO AL MUNDO SERCA



## "Toda una organización al servicio del taller..."



Una distribución más cerca de usted



Producto original Serca



La formación es la clave del éxito



La información es poder



El programa informático para el taller, más sencillo y ágil del mercado



La visión estratégica aplicable a toda organización



Súbase al tren... de la mejor red



El programa más flexible y completo para el taller

