



VENGA, NO PERDAMOS TIEMPO Y VAMOS AL LÍO



EL AÑO PASADO TE PORTASTE MEJOR



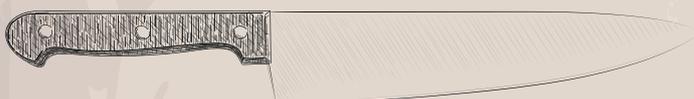
**EL ANTERIOR DIRECTOR COMERCIAL
ERA MÁS RECEPTIVO**



NO CUMPLISTE LOS COMPROMISOS PACTADOS



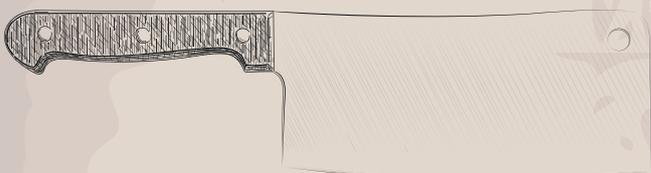
**QUIERO LAS CONDICIONES
DE MI COMPETENCIA**



SI NO ME DAS LO QUE PIDO, ME BUSCO A OTRO



**ESTÁS ECHANDO BALONES FUERA
Y TENDRÁS QUE RECOGERLOS...**



¿DE VERDAD ES TU ÚLTIMA PROPUESTA?



**TE HARÉ UNA OFERTA
QUE NO PODRÁS RECHAZAR**



VAMOS A LLEVARNOS BIEN, ¿VERDAD?

HERRAMIENTAS DE NEGOCIACIÓN



by **GS YÚASA**

La elección de los profesionales

Precisión japonesa desde 1895

Impulsa tu negocio automovilístico con precisión y excelencia en cada detalle.

Mantenemos la tradición de calidad que comenzó con la primera batería fabricada en Japón en el año 1895. Las baterías de la marca GS lideran el mercado como proveedor preferente para equipos originales y posventa tanto en Asia como en el resto del mundo.

Descubra la auténtica elección de los especialistas en www.gs-battery.com

Página web: www.gs-battery.com

Buscador de baterías: fit.gs-battery.com



La elección de los profesionales

GS BATTERY





SUMARIO

ASÍ SOMOS / ENTREVISTAS

• Joan Reixach (AD Parts)	18
• Alejandro Vicario y José Miguel Ibáñez (CGA) y Javier Arambarri (Sureya)	24
• Nines García de la Fuente (Groupauto Unión Ibérica)	28
• Fernando Riesco (Dipart)	32
• Lluís Tarrés (Serca)	36
• Manuel Alcalde (HolyAuto)	40
• Chema Rodríguez (Recalvi)	46
• Enrique Junquera (Andel)	52
• Max Margalef y Pedro Moura (ASER)	56
• Ramón Hoekman (WAI-PSH)	76

SECCIONES Y REPORTAJES

• Opinión. David Moneo	6
• Opinión. Jorge Torres	8
• Opinión. Compañeros del metal. Manuel Sánchez	10
• Opinión. Paula Aldea (Ancera)	12
• Opinión. Javier García (Moeve)	14
• Opinión. Paco Aznar (Aeaca)	16
• Reportaje. Premios Personajes de la Posventa	61
• Especial Motortec	68
• Resumen Autopromotec	114
• Mostrador. Frenos	120
• Mostrador. Embragues	128
• Mostrador. Escapes	130
• TODONEUMÁTICOS	132
• CARROCERÍA Y PINTURA	142

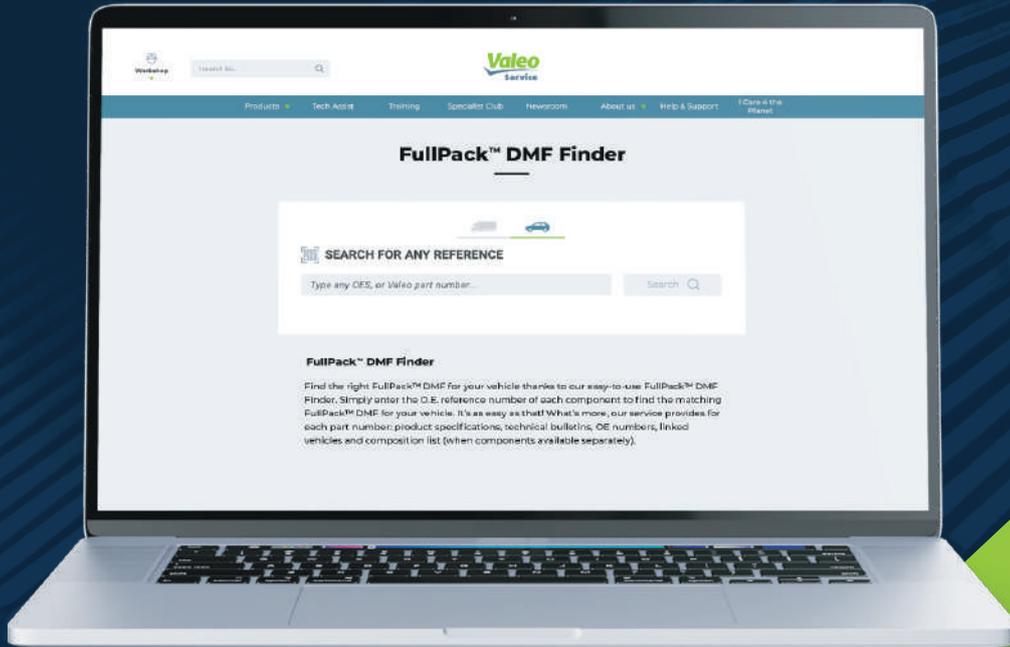
NUEVO



DESCUBRE NUESTRA NUEVA HERRAMIENTA DE BÚSQUEDA

VALEO FULLPACK™ DMF FINDER

IDENTIFICAR UN
FULLPACK™ DMF
UTILIZANDO LA
REFERENCIA O.E. NUNCA
HA SIDO TAN FÁCIL



© 2025 - Valeo Service - Société par Actions Simplifiée - Capital 12.900.000 euros - 306 486 408 R.C.S. Bouigny - 70, rue Pigeat 93200 Saint-Denis - France

ESCANEAR QR



FullPack™ DMF
Finder



AHORRA TIEMPO

Identificar un FullPack™ DMF
utilizando las referencias O.E.
nunca ha sido tan fácil.



CONTENIDO TÉCNICO

Enlace directo a Tech
Assist para información
de producto y catálogo.



OFERTA COMPLETA

La oferta más amplia de FullPack™
DMF para transmisiones manuales
y de doble embrague.



Accede a un programa completo y
gratuito de asistencia técnica en línea.

valeoservice.es

ZONA MIXTA

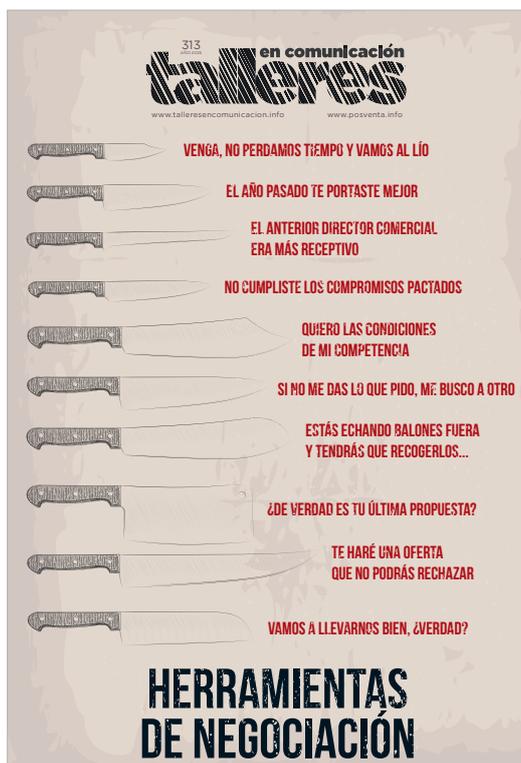
Herramientas de negociación

Ya acabó Motortec. Y resultó ser un ferión, probablemente, la mejor edición hasta la fecha.

Con, según cifras de la organización, 65.514 visitantes profesionales –más de la mitad de ellos talleres– procedentes de 80 países y 710 empresas expositoras. Un éxito, corroborado por las opiniones que hemos recabado entre los expositores, cuya única “queja” era de que no habían tenido un respiro desde la apertura del certamen el miércoles hasta el cierre del sábado.

Y numerosas novedades presentadas. Desde Pro Service y su apuesta por el recambio multi-marca hasta AD Parts con nuevas distribuciones, nuevos equipos, nuevos proyectos..., o GPC Coatings y sus planes para España, pasando por fabricantes de recambios, equipos y proveedores de servicios que ampliaban gamas, mostraban sus valores diferenciales o, simplemente, aprovecharon para estar cerca de sus clientes esa semana. De todos ellos os damos cumplida información en este número, información que se complementa con la que os proporcionamos en el número anterior, previo a la muestra madrileña.

Y la víspera de Motortec, nuestros premios, “Personajes de la Posventa” que abarrotaron la sala Orien-



te con más de 400 asistentes. Unos premios que, como siempre, ponen el foco en las personas, en la calidad humana y profesional de este sector tan bonito. Gracias a todos por hacer que este encuentro anual sea una cita ineludible y un encuentro inigualable.

Y nos tocaba editar nuestro “Especial Distribución”. Así que aprovechamos que la mayoría de los grupos de distribución estuvieron en el certamen para recabar sus impre-

siones sobre Motortec. Y también hemos puesto el foco en el papel actual de estas agrupaciones y en sus relaciones con los proveedores. Proveedores que, poco a poco, también van modificando sus estrategias y verticalizando más sus estructuras. De todo ello, y de la actualidad de la distribución ibérica, damos cumplida cuenta en el ejemplar que tienes entre manos. Y toca también agradecer a todos los entrevistados su generosidad al hablar abiertamente sobre sus organizaciones y responder a preguntas que no siempre han sido cómodas. Te invito a que hojees –y ojees– este Talleres en Comunicación, porque hay declaraciones muy, muy interesantes. Te doy mi palabra.

No quería finalizar este editorial sin hacer referencia a nuestra portada. No nos hemos vuelto locos. Ni nos creemos que esto es Masterchef ni deseamos incitar a la violencia. Sólo se trata de darle un toque de humor en torno a las negociaciones –en este caso, al hablar de distribución, entre proveedores y distribuidores, pero son extrapolables a otros ámbitos– que suelen tener lugar periódicamente en cualquier empresa. Por lo demás, como siempre, pasad y leed, espero que os resulte tan interesante de leer como a nosotros de escribirlo. ◀

Síguenos en nuestra web: www.posventa.info y en X: [@posventa_info](https://twitter.com/posventa_info)

en comunicación
talleres

Editores

Juan José Cortezón
juanjo.cortezon@posventa.info

Miguel Ángel Jimeno
miguelangel.jimeno@posventa.info

Redactora jefe. Beatriz Serrano
beatrizserrano@posventa.info

Colaboradores
Miguel Sáez

Edita: Motor de Ventas Ediserv, S.L.

Prohibida la reproducción total o parcial de textos o fotografías sin la autorización expresa de la empresa editora. La revista no se identifica con las opiniones de sus colaboradores recogidas en su publicación, ni con los mensajes publicitarios de empresas privadas o públicas.

Publicidad. Isabel Tarifa
publicidad@posventa.info

Colaboración especial
Antonio Conde

Diseño: JMG
Impresión: VA Impresores
Depósito Legal: M-32723-2013

ISSN 3045-4875
ISSN 3045-4883 (Internet)

Consejero Delegado
José Manuel Marcos

Dirección Área de Posventa
Juan José Cortezón y Miguel Ángel Jimeno

Administración
Esther Crespo

HOLA HELLA

DI HOLA AL EQUIPO ORIGINAL OE



HELLA ES UN LÍDER TECNOLÓGICO DE CONFIANZA EN LA INDUSTRIA DE COMPONENTES DEL AUTOMÓVIL COMPROMETIDO CON LA CALIDAD Y LA INNOVACIÓN.

www.hellatechworld.es para Talleres
www.hellapartnerworld.es para Distribuidores



ILUMINACIÓN | ELECTRICIDAD | ELECTRÓNICA
EQUIPAMIENTO DE TALLER | FILTROS Y FRENOS
PINTURA | SISTEMAS DE ESCAPE





David Moneo

Director de MOTORTEC MADRID 

Gracias por hacerlo posible: una edición inolvidable de MOTORTEC 2025

Agradezco profundamente a Talleres en Comunicación esta oportunidad de hacer balance de lo vivido en la última edición de MOTORTEC. No fue una edición más: fue la número diecisiete, sí, pero sobre todo fue una cita inolvidable, cargada de emoción, esfuerzo compartido y compromiso por parte de todo un sector que sigue demostrando, edición tras edición, que está más vivo, unido y preparado que nunca.

Gracias a vosotros, a las más de 700 empresas expositoras, a las asociaciones profesionales, a los medios de comunicación que nos acompañaron desde el primer día, y a los miles de profesionales que llenasteis los pabellones con vuestra energía, MOTORTEC 2025 ha hecho historia.

Y no hablamos sólo de cifras –aunque son excepcionales–, sino de algo más profundo: de la conexión que se genera cuando todo un sector se reconoce en una cita que siente como suya. Superamos los 65.000 visitantes profesionales, con más de 34.000 procedentes directamente de talleres, el corazón de esta industria. Contamos con una superficie expositiva de 100.000 m², y recibimos a más de 5.800 visitantes internacionales de 80 países. Una cifra que representa mucho más que un récord: representa la confianza de un sector que apuesta, innova y crece.

Pero si algo nos llena de orgullo no son sólo los números. Es, sobre todo, la satisfacción de ver cómo MOTORTEC ha vuelto a ser una herramienta útil para las empresas, una plataforma comercial que genera negocio, relaciones y oportunidades. Ver cómo los pasillos bullían de encuentros, de acuerdos, de reencuentros y nuevas conexiones... Eso no se puede medir, pero se siente. Y se agradece.

A lo largo de cuatro días, también abrimos espacio para el debate, la reflexión y el aprendizaje. Con foros, mesas redondas y encuentros que abordaron los grandes retos de hoy: la sostenibilidad, el impulso al talento joven, la digitalización, la electrificación, la movilidad compartida, o el papel clave del vehículo industrial y las flotas. Todo ello, con la participación activa de asociaciones y empresas que compartieron su conocimiento y visión de futuro.

Y, cómo no, vivimos de nuevo la emoción de la Galería de la Innovación, ese escaparate privilegiado del I+D del sector, que premió las soluciones más punteras y demostró –una vez más– el enorme potencial tecnológico de nuestra industria.

Todo esto sólo fue posible gracias a vosotros. Gracias por creer en MOTORTEC, por apostar por esta cita, por preparar con mimo vuestros stands, por invitar a vuestros clientes, por compartir vuestras novedades, por acompañarnos en cada paso. Gracias también a quienes desde los medios de comunicación nos ayudasteis a llegar más lejos y a contar mejor lo que somos. Y gracias a las asociaciones sectoriales, por vuestra implicación y cercanía.

Desde IFEMA MADRID ya estamos trabajando en la próxima edición, que se celebrará del 7 al 10 de abril de 2027. Será, sin duda, una nueva oportunidad para seguir creciendo juntos. Pero, hasta entonces, nos quedamos con la emoción, el agradecimiento y el orgullo de haber compartido con todos vosotros una edición para el recuerdo. ■

¡Gracias por hacerlo posible!



ÉTICA



SOSTENIBILIDAD



COMPROMISO



EMPATÍA

Nuestros valores no están en venta, nuestros productos sí





SE BUSCAN RECAMBISTAS

Haciendo una búsqueda rápida en los principales portales de empleo a nivel nacional hay más de 200 vacantes abiertas para recambista. Y es que encontrar profesionales que se ajusten a las necesidades del puesto no es tan sencillo.

A

Igual que les sucede a los talleres con la dificultad que tienen para cubrir puestos de mecánico, ésta también se extiende a las empresas de distribución de recambios y, sin ánimo de exagerar, diría que es casi más complicado encontrar un recambista que un mecánico, ya que, al menos, existen centros de formación de mecánica del automóvil, pero no se puede aprender en ninguna escuela todo lo que se necesita para ser un buen recambista.

En primer lugar debe tener conocimientos técnicos del automóvil. Nunca va a tener que ensuciarse las manos, pero debe saber para qué sirve cada pieza que vende, qué función tiene en el coche y dónde va instalada, pero no valdría cual-

quier mecánico para el puesto, ya que el día a día es más administrativo que técnico, por lo que hay que añadir que le guste ese tipo de trabajo.

También tiene que tener don de gentes. La comunicación con los clientes es su principal herramienta, y la confianza es vital en la relación mecánico-recambista, por lo que, además, habría que sumarle habilidades comerciales y técnicas de negociación.

Debe ser una persona resolutiva, ya que es quien le soluciona los “problemas” a los mecánicos cuando necesitan algo, y con capacidad de adaptarse a las distintas adversidades del día a día, como retrasos logísticos, reclamaciones técnicas, resolución de incidencias, o localizar esa pieza que nadie tiene ni nadie fabrica pero que, sin ella el coche no funciona.

En algo hemos mejorado. Hace años habría sido perfecto un licenciado en biblioteconomía para saber usar todos los catálogos en papel que había para cada fabricante; hoy en día, sólo se necesita que tenga habilidades informáticas para usar los distintos programas técnicos.

Por supuesto, debe ser multitarea, atender varias consultas a la vez mientras busca una pieza para un cliente del día anterior, al que no le vale lo que tiene allí, mientras le envía un whatsapp al mensajero preguntándole que le queda para llegar, será su día a día.

Debe tener conocimientos de logística, tipos de envío, grupajes, plazos de entrega, almacenamiento, paquetería, uso de la transpaleta...

ES MÁS COMPLICADO ENCONTRAR UN RECAMBISTA QUE UN MECÁNICO, YA QUE, AL MENOS, EXISTEN CENTROS DE FORMACIÓN DE MECÁNICA DEL AUTOMÓVIL, PERO NO SE PUEDE APRENDER EN NINGUNA ESCUELA TODO LO QUE SE NECESITA PARA SER UN BUEN RECAMBISTA

También nociones básicas de economía, inglés, física, química, mecanizado, electricidad, electrónica, diagnóstico del automóvil... Y, lo último y más importante, una buena dosis de psicología para ser el confesor de los clientes, y tener su propia mente muy bien equilibrada para que nada le altere.

Hablando con recambistas de toda España, todos coinciden en la dificultad que tienen para en-

contrar profesionales, y echando un ojo a la lista anterior no es para menos.

En mis tiempos, la cantera interna era lo que mejor funcionaba: entrabas como repartidor en moto y, poco a poco, en los tiempos muertos, los mayores te iban formando en el oficio. Pero ahora que muchas empresas están externalizando la gestión del reparto también se pierde esa opción.

En definitiva, aunque no se nos catalogue como "oficio", somos mucho más que un simple tendero, y la experiencia en nuestro trabajo es un valor muy cotizado. ■

JORGE TORRES

Executive MBA por la EAE Business School de Madrid. Cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector de la posventa, en fabricación y distribución de recambios del automóvil. Actualmente es el responsable de Recambios en Grupo Soledad, y consultor independiente especializado en desarrollo empresarial.



¡LA GRAN CARRERA... DE RÉCORD!!

Un número más, agradecer la oportunidad de poder acercarnos mi reflexión sobre este sector que tanto apasiona y que a tantos nos engancha.



H

ola, compañeros del metal.

¡Como un auténtico ránking de carreras! Así es como muchos hemos vivido esta edición de Motortec: una feria de récord, con más visitantes que nunca y expositores completamente entregados.

La implicación ha sido de las más altas que se recuerdan. Ahora nos toca a cada uno hacer nuestra propia "clasificación" tras una intensa semana de trabajo, donde los equipos comerciales y técnicos han sabido interpretar esta feria como nunca

antes, colaborando para lograr un objetivo común: obtener el mejor rendimiento posible de nuestros productos y servicios.

Creo que todos coincidimos: el objetivo previo a Motortec se ha cumplido con creces. Personalmente, debo admitir que comencé la semana algo agobiado. Nos habíamos propuesto dinamizar la feria junto a Ifema, con ambición y compromiso, a través de un Taller Virtual que debíamos mantener vivo en todo momento.

Pero ser dinamizador en Motortec no es un reto, es una vocación. Es un trabajo que el equipo de Carsmarobe sabe hacer bien. Lo que temía era el contexto... Sin embargo, gracias a la calidad de esta feria, todo fluyó de forma natural. Las actividades del Foro Virtual fueron vertiginosas, con la

participación de grandes firmas como PPG Refinish, Total Energies, GTI Academy, Expert Pericial, Box Consulting, Gestroauto Movilidad, Skywell, Eurorepar Car Service y Monlau Group. Todo ello acompañado por las intervenciones de nuestro equipo de Carsmarobe, aportando visión sobre el presente y el futuro del sector.

Uno de los momentos más especiales fue la entrega de becas del programa "Ready for the Future" de Varta, en el marco del Foro Virtual. Este programa de excelencia premia a alumnos y centros de formación profesional del sector del automóvil. Nos llenó de orgullo ver cómo nuestro centro y dos de nuestros alumnos estaban entre los ganadores de esta segunda edición. Un reconocimiento a lo que más nos apasiona: formar técnicos para el futuro.

Y precisamente esos técnicos del futuro nos emocionaron en esta edición de Motortec. No tuvimos ni un minuto de respiro en el área de competición del Pit-Lane, donde los jóvenes talentos compitieron con mecánicos experimentados. Tenían que demostrar quién era el más rápido en cambiar la rueda de un monoplace de Fórmula 3. No solo hacía falta velocidad, también destreza y temple. Se realizaron más de 350 cambios de rueda, con un récord de 12,9 segundos logrado por un mecánico de Sevilla, y una joven promesa madrileña que paró el crono en 21 segundos. ¡Una experiencia digna de un auténtico pit stop profesional!

Y como guinda del pastel..., el IV Concurso Mejor Técnico Motortec. Cuatro ediciones ya de este certamen único, que en esta ocasión se centró en el vehículo eléctrico, alineado con la apuesta de Ifema por la nueva movilidad.

Algo estaremos haciendo bien. Tenemos un sector fuerte. Nunca debemos olvidar que somos una parte esencial del tejido productivo. Nos queda mucho por recorrer, pero estamos preparados para seguir dando guerra y formar a las futuras generaciones

La participación fue sorprendente, batiendo récords de inscripciones. Como siempre, nos dio pena que sólo 50 finalistas pasaran a la penúltima prueba, de donde salieron los tres grandes finalistas que compitieron por premios valorados en más de 20.000 euros, gracias a patrocinadores como Delphi, Varta, Brembo, Bahco, Total Energies, Infopro Digital, Meyle, RecOficial, DRiV y Talleres en Comunicación/Posventa.info.

La gran final fue emocionante. Tal vez demasiado intensa para los tres finalistas, que se enfrentaron al reto inesperado de intervenir en un Skywell BE11, demostrando su capacidad de adaptación ante la tecnología eléctrica. Finalmente, con una puntuación que rozó la excelencia, el gaditano Jesús Baña fue coronado como el Mejor Técnico Motortec 2025.

Este ambiente de aire fresco, nacido de la experiencia y del optimismo del sector, es el que nos anima a seguir afrontando nuevos retos. Por mucho que nos quejemos del esfuerzo que supone participar en una feria, todos sabemos lo que significa realmente estar presentes: ofrecer productos y servicios innovadores, lanzar novedades y confiar en el éxito.



Algo estaremos haciendo bien. Tenemos un sector fuerte. Nunca debemos olvidar que somos una parte esencial del tejido productivo. Nos queda mucho por recorrer, pero estamos preparados para seguir dando guerra y formar a las futuras generaciones. Antes de eso, toca revisión, ajuste y preparación para salir a pista en la próxima Copa Motortec 2027... ¡que ya ha comenzado la cuenta atrás! ■

Gerente **Carsmarobe**

MANUEL SÁNCHEZ



Carsmarobe
Formación y Asistencia Técnica

Banco de Recursos del Taller Nueva Plataforma Audiovisual



- 01 >>>> Amplia Gama de Recursos que abarcan campos que van desde los avances en vehículos eléctricos, conectividad, seguridad y diagnóstico.
- 02 >>>> Contenido Exclusivo generado en colaboración con nuestra Asistencia Técnica y nuestro Dpt. de Formación tras detectar las incidencias más repetidas.
- 03 >>>> Disponible a través de suscripción con todos los videos en abierto o de forma gratuita para clientes de Asistencia Técnica con 4 videos mensuales.

+ INFO: **91 645 52 15**

www.carsmarobe.es

37º Congreso ANCERA: Pensar la posventa para liderar el cambio



Paula Aldea

Directora de Comunicación de Ancera

En un sector que no deja de evolucionar, hablar de lo urgente no basta. Debemos abrir espacio para prever, anticipar e impulsar, estableciendo líneas de acción que marquen nuestro rumbo. Y esto es lo que, precisamente, nos impulsa en el 37º Congreso ANCERA, una edición en la que hemos tratado de reunir conocimiento, estrategia y visión para abordar los grandes desafíos (y, por supuesto, las oportunidades) que marcan el presente y el futuro de la posventa.

Los temas que trataremos no son casuales. Reflejan las preocupaciones reales del sector, las necesidades que identificamos en nuestra actividad diaria (gracias, entre otras, a la labor de nuestra oficina de acompañamiento) y los retos que vienen marcados por el contexto económico, social y normativo (muchos de ellos se recogen en nuestros informes trimestrales de actividad, elaborados con el objetivo de mantener un seguimiento continuo y preciso de la evolución del sector).

Normativa y rentabilidad

En nuestra agenda 2025 contaremos con la participación del director de comunicación de FIGIEFA, Álvaro de la Cruz, quien abordará la evolución del marco normativo europeo y su aplicación práctica en España. Porque la legislación comunitaria, cada vez más técnica y transversal, tiene impacto directo en la competencia del sector multimarca

así como en la sostenibilidad (además de la medioambiental) del modelo de negocio. Hablar de normativas ya no es hablar de futuro: es hablar de hoy. En esa misma línea, Mathieu Bernard, principal de Roland Berger, nos ofrecerá una mirada global sobre la madurez y evolución de la posventa. Para que podamos plantear nuestro modelo apoyándonos en datos reales, cada vez más esenciales en un entorno competitivo, interconectado y exigente.

La mirada en el cliente

Mirar al mercado también es mirar al cliente, al taller. Y una de sus principales preocupaciones son los profesionales del taller. Ahí es donde Fernando López, director general de GIPA nos ofrecerá una radiografía precisa de la posventa desde dentro, con datos concretos y visión estratégica. Un conocimiento fundamental para quienes toman decisiones cada día en un sector que mueve el 50% del coste total del vehículo.

Además, una mesa redonda con líderes del sector, en la que estarán representados proveedores, distribuidores y redes de taller, debatirán ideas y reflexiones para impulsar una posventa más eficiente, más innovadora y más conectada con las necesidades reales del mercado.

Productividad y sostenibilidad: binomio clave

Como no podemos hablar de competitividad sin hablar de personas, Alejan-

dra Nuño, socióloga y experta en estrategia y comunicación, nos ayudará a contextualizar el 2025 desde una perspectiva poco habitual en el sector: la relación entre productividad, motivación y modelo organizativo. En un contexto de falta de profesionales, absentismo y un marco normativo extenso, esta reflexión es más necesaria que nunca.



Los temas que trataremos no son casuales. Reflejan las preocupaciones reales del sector, las necesidades que identificamos en nuestra actividad diaria y los retos que vienen marcados por el contexto económico, social y normativo

Tampoco podemos dejar de lado la sostenibilidad, no sólo como cumplimiento normativo, sino como ventaja competitiva. ANCERA lleva meses trabajando en ANCERA Verde y en herramientas como ANCERA BI, que nos permiten conocer con precisión hacia dónde va el mercado, cómo se comporta el parque y dónde están las oportunidades de crecimiento responsable.

Los retos del sector, sobre la mesa

Y todo ello lo hacemos porque el momento lo

exige. Según nuestros informes de actividad sectorial, la distribución de recambios creció un 7% en 2024, superando nuestras propias previsiones. Pero lo hizo en un contexto exigente. De hecho, en 2025 se prevé un crecimiento más contenido, en torno al 5%. Sin embargo, la rentabilidad, la logística, la digitalización, la sostenibilidad, el acceso a datos y la gestión del talento siguen siendo cuestiones críticas.

Por todo ello, el Congreso ANCERA no es sólo un evento. Es un espacio para pensar el sector con mirada estratégica, apoyados en datos, experiencia y visión compartida. ■

PORQUE EN TU COCHE APARCAS LOS PROBLEMAS

CUIDA EL MOTOR DE TU VIDA



La mayor Red de Talleres de toda España.



Cuestión de **Confianza!**

www.eurotaller.com

¡Síguenos!



Una actividad de:

Con la garantía de los principales fabricantes:



Si yo fuera director de marketing de un distribuidor...

Este pasado Motortec me ha servido para muchas cosas. Entre otras, para volver a charlar un rato con Beatriz, con Juanjo y con mi querido Miguel Ángel, a quien espero seguir viendo mucho tiempo, ayudando a hacer de esta posventa un lugar mejor. Y he de decir que es un placer y un orgullo que quieran contar conmigo para dar mi visión sobre el área de marketing dentro de los distintos segmentos que integran el sector, empezando en este caso por la distribución.

Vaya por delante que dentro de la distribución hay grandes profesionales del marketing, y que muchos de ellos me podrían enseñar alguna que otra cosa, pero, como me lo han pedido a mí y, además, durante muchos años pre-Moeve ha sido el trabajo que he desempeñado, me pongo con ello. Y lo hago pensando, sobre todo, en aquellos distribuidores que no tienen un responsable de marketing, o que estas funciones las realiza el gerente, el director comercial, el sobrino del financiero o uno que pasaba por allí y que le ha tocado el marrón.



Foto: imagen de KamranAydinov en Freepik

Por tanto, si yo fuera director de marketing de un distribuidor:

- Haría un plan de marketing/comunicación/promocional anual y trataría de cumplirlo al dedillo
- Implicaría a todo el equipo comercial, tanto en la preparación del plan como en cada acción que se vaya a poner en marcha
- Me aseguraría de incluir en ese plan herramientas que ayuden al equipo comercial a vender. Y si no venden, que, por lo menos, les sirvieran a los comerciales como argumento de visita y para mostrar al cliente la gama de productos que la empresa tiene (que muchos, te aseguro, no lo saben)
- Aprovecharía las campañas de los fabricantes, las potenciaría utilizando mis canales de comunicación y trataría de adaptarlas a mis clientes.
- Utilizaría lo que los fabricantes aportan para marketing –¡para marketing!, llámame loco–, y trataría de potenciar su marca asociada a la mía, para que el año que viene me dieran más.
- De vez en cuando, le echaría un ojo a lo que hace mi competencia. No es copiar, se llama benchmarking.
- Si mi empresa estuviera dentro de un grupo, potenciaría las campañas del grupo y trataría de adaptarlas a mis clientes.
- Trataría de ayudar a mis clientes a que se actualicen, se formen, mejoren su gestión y vendan... o los metería en una buena red, claro.
- Reuniría a mis clientes por lo menos una vez al año, para decirles cuánto les quiero, estrechando lazos, mostrando mis instalaciones, acercando las marcas con las que trabajo al taller, todo bien organizado, con el apoyo de mis principales partners y con campañas atractivas que ayuden a rentabilizar el evento.



Javier García Rebollo

■ Ha desarrollado su carrera durante más de 30 en diferentes puestos, siempre vinculados al sector de la posventa. Master en Dirección de Marketing por ESIC, inició su carrera como responsable de marketing en la distribución y, desde 2015, está al frente de Moeve, agencia de marketing y organización de eventos especializada. Trabaja de manera habitual con todos los eslabones de la cadena de la posventa, fabricantes, grupos, distribuidores, redes de talleres, talleres, sin olvidar a la prensa y asociaciones.

- Podríamos seguir con automatizar los procesos de venta, segmentar bien, optimizar los puntos de venta, fidelización...

Todo esto que he tardado un rato en escribir requiere mucho trabajo, constancia y esfuerzo. Pero me consta (porque lo he vivido) que da sus frutos y que marca la diferencia a largo plazo. Espero que este mensaje en una botella sirva para ayudar a algún naufrago que esté perdido en alguna isla del recambio, y si la cosa se complica, siempre nos puedes llamar, que en Moeve tenemos la zodiac siempre a punto. ■



Eficiencia
 en cada reparación,
sostenibilidad
 en cada acción



Instagram | cgagrupo
 Twitter | @grupo_cga

LinkedIn | grupocga
 Facebook | @CGAgrupo



Website | www.tallerescga.com
 Email | talleres@grupocga.com

Membro do
 Grupo Internacional



Motortec 2025 bate récords y se consolida



Paco Aznar

Representante y vicepresidente de Aeaca

La última edición de Motortec, celebrada en Madrid, ha registrado cifras históricas con más de 65.000 asistentes y 600 empresas expositoras. La feria reafirma su papel como punto de encuentro imprescindible para fabricantes, distribuidores, recambistas y talleres del sector.

Según hemos comentado desde AEACA, Motortec 2025 ha superado todas las expectativas y ya es considerada por muchos profesionales como la edición más exitosa de su historia. Así lo reflejan tanto las cifras oficiales facilitadas por la organización como el ambiente que se vivió durante los días de feria en Ifema Madrid.

Más de 65.000 participantes y más de 600 empresas han convertido esta edición en la más concurrida hasta la fecha, consolidando el papel de Motortec como motor de dinamización del sector del Aftermarket en España, Portugal y norte de África.

Esta edición ha sido especialmente significativa porque ha logrado la concurrencia de toda la cadena de valor del aftermarket: fabricantes, grupos de distribución, recambistas y talleres, por lo que todos nos hemos sentido representados.

El papel de David Moneo, director del salón, ha sido clave. Su labor de conexión entre los distintos actores del sector ha sido reconocida unánimemente por



profesionales y asociaciones, logrando una edición que será complicada de igualar. Además de la actividad expositiva, este Motortec ha destacado por la calidad de las ponencias técnicas, y presentaciones de nuevas soluciones tecnológicas en digitalización y movilidad sostenible. A nivel personal, me marché de Motortec con la sensación de que faltaron horas para visitar más stands, saludar a más

clientes, compartir más tiempo con amigos y profundizar en más encuentros profesionales, por lo que no me hubiera importado que hubiese durado algún día más. Es una señal clara del dinamismo y fortaleza que vive el sector.

Motortec refleja el buen estado del Aftermarket español: un sector maduro, resiliente y con un futuro apasionante y prometedor ante los retos de la electrificación, la digitalización, vehículo conectado y la sostenibilidad que se avecina. El aftermarket se encuentra en un momento clave, con una industria cada vez más tecnificada, profesionalizada y orientada al servicio, donde la innovación marcará la diferencia. Motortec continuará siendo el reflejo y el punto de encuentro de ese progreso, consolidándose no solo como una feria, sino como el termómetro del presente y el futuro del sector. ■



Asociación Europea de Agentes Comerciales de Automoción



LIMPIADOR DE FRENOS

600 ml.

SECADO INSTANTÁNEO
SIN DEJAR RESIDUOS.

SIN
DISOLVENTES
CLORADOS,
ACETONAS,
NI SILICONAS.

ELIMINA
ACEITE,
GRASA,
ALQUITRÁN,
POLVO Y
LÍQUIDO DE
FRENOS.



PARA MÁS INFORMACIÓN

WWW.NAPAAUTOPARTS.ES

JOAN REIXACH

ADJUNTO A LA PRESIDENCIA DE AD PARTS

Siempre es buena idea hablar con AD Parts. Son el grupo de referencia en el mercado ibérico y, aunque no suelen hablar de proyectos futuros, charlar sobre el presente y hacer recuento del buen número de novedades mostradas durante Motortec bien merecía una charla. Así que nos pusimos manos a la obra para tratar de ofrecer una fotografía, lo más nítida posible, del momento actual del grupo. He aquí el resultado.

Por Juanjo Cortezón 

Talleres en Comunicación: ¿Qué balance hacéis de vuestra presencia en este Motortec?

Joan Reixach: Estamos muy contentos, y no hablo sólo de la presencia en metros cuadrados, sino también de la capacidad de movilización que hemos tenido y de la oportunidad de comunicar muchas novedades. En cuanto a la movilización de personas, hemos recibido a 7.800 visitantes; hemos celebrado 3.600 comidas dentro de Ifema entre clientes y personal propio; hemos ocupado más de 1.000 habitaciones de hotel... Cada día hemos realizado algún evento distinto: el primer día, una rueda de prensa; el segundo, la celebración de los 25 años del Programa Millenium. El viernes dio una conferencia Isidre Esteve, que actúa de embajador de AD porque transmite unos grandes valores de superación personal y profesional. Y, como colofón, organizamos una cena con clientes en la que reunimos a más de 600 perso-

nas... Porque no basta con contratar metros cuadrados, queríamos que Motortec no fuera una feria más, fuera la feria de todo el sector.

En cuanto a las novedades presentadas, quiero destacar los acuerdos de distribución de las marcas Leao (neumáticos), SWF (escobillas) y Lesonal (pintura). O el nuevo equipo de diagnóstico AD Diag, en el que hemos aprovechado nuestros conocimientos y el know-how de AD Pars y GrupEina para un desarrollo de hardware 100% propio, porque lo vemos como un área estratégica a futuro.

También hemos lanzado novedades de nuestro AD 360, que es nuestro b2b, nuestra plataforma de información técnica para los talleres mecánicos, novedades en el ERP que facilitamos a los talleres mecánicos para que hagan su gestión del día a día...

Y MekanicJobs, un nuevo portal de empleo específico para profesionales del taller...

El portal nace como una extensión natural de nuestro proyecto EinaAD, que hace 20 años que ayuda a acortar la brecha tecnológica, entre la formación profesional y la realidad en el mercado laboral del sector de automoción. Esto, conjuntamente con nuestro campus de formación online, persigue el objetivo de ofrecer salidas laborales reales a los alumnos que se están preparando para trabajar en el sector.

Es un portal que ponemos a disposición del sector para cubrir la necesidad de encontrar personal cualificado y apostamos por el talento joven. Al final, de lo que se trata es de cuidar al taller, que es nuestro cliente final. Llevamos muchos años dándoles formación, soporte de call center, información técnica, y no sólo a los talleres de nuestra red, porque pensamos que es un bien para el sector en global.

Hablabas de AD Diag, ¿no ha supuesto conflicto con los proveedores de equipamiento con los que trabajáis?

No, porque al final nosotros comercializamos equipos de diagnóstico de diferentes marcas y nuestra estrategia pasa para potenciar el acuerdo estratégico que tenemos con los principales fabricantes de equipamiento. Desde la modestia, no nos podemos comparar con ellos.

AD Diag puede representar una oportunidad a futuro, para ir probando diferentes opciones, dar primeros pasos, investigar...

Durante este Motortec hemos tenido ocasión de hablar con muchos talleres. Cuando les preguntamos cómo ven a AD Parts una de las respuestas más repetidas es que nos ven como una empresa que les ofrecemos soluciones, bien porque necesitan una pieza y la necesitan muy rápido, bien porque tienen un problema en el vehículo, no saben cómo repararlo y llaman a GrupEina; bien porque ne-



“

Parts Holding Iberia (PHI) tiene como objetivo complementar las negociaciones de compra en nombre de los miembros del Grupo AD Parts, ya sean independientes o filiales de PHE. Se trata de ir buscando sinergias y aportar más volumen y más fuerza a los proveedores estratégicos para el grupo”

cesitan un software... De eso se trata, de que cuando un profesional del taller tenga un problema, piense en AD Parts. Y eso va más allá de vender una pieza.

En estos días se ha celebrado la reunión internacional ADI Summit. ¿Qué tal ha ido?

Han sido tres jornadas muy intensas, porque en pocos días tienes más de treinta reuniones rápidas con pro-

veedores. Pero es una buena oportunidad de estar con todos los máximos directivos de las multinacionales de los fabricantes, dado que, cada vez más, las negociaciones no se cierran en España. Y también es un buen momento para compartir las “best practices” con el resto de organizaciones de ADI de otros países.

Hablabas de los proveedores... ¿AD Parts apuesta hoy por reducir o ampliar proveedores?

Nuestra estrategia pasa siempre por intentar vender producto o marca del proveedor, que el proveedor sea premium y, a poder ser, a un precio competitivo. Sólo si no tenemos precios competitivos buscaremos una solución, que suele pasar por trabajar con nuestra marca privada. Y ahí el mensaje que utilizamos es que AD es “la marca europea de calidad”, siempre hemos posicionado AD como un producto de máxima ca-

Las novedades de AD Parts en Motortec

El grupo incorpora tres marcas más en exclusiva (Leáo -neumáticos-, SWF -escobillas- y Lesonal -pintura-), además de la creación de AD Tech y del dongle de diagnóstico remoto AD Diag, entre otras innovaciones



AD Parts ha acudido a Motortec con dos grandes stands, en los pabellones 5 y 6 (y un área exterior dedicada al vehículo industrial entre ambos pabellones): en total, más de 2.500 metros cuadrados -y más de 7.800 visitantes confirmados-. En el pabellón 5 se ubicó el stand más institucional, donde se atendió a proveedores y colaboradores internacionales, se visualizaron los productos y marcas partners así como la propuesta de productos en marca propia AD o los programas de gestión, la plataforma AD360, programas de conectividad, etc.

El stand del pabellón 6 se enfocó al taller, equipamiento, herramientas, redes de talleres AD -entre ellas AD Expert Service Car-, el área formativa, un auditorio, vehículos de formación, y otros servicios de valor añadido. Entre ambos pabellones, en el "pasillo central", un camión tráiler y una carpa con el programa AD Truck.

El grupo aprovechó Motortec para presentar numerosas novedades, como la incorporación de tres nuevas marcas que distribuirán en España y Portugal: Leáo -neumáticos-, escobillas SWF y Lesonal -pinturas-. Otra novedad fue la presentación de AD Tech, la plataforma tecnológica del Grupo AD que integra todas las soluciones digitales y herramientas avanzadas del grupo con un objetivo claro: op-

timizar la gestión, la logística y la reparación, tanto en los talleres como en la distribución. AD Tech nace con el objetivo de unificar los equipos de IT de AD Parts, Grup Eina y Einatech bajo una misma identidad.

Dentro de AD Tech se presentaron AD Diag y Adela. AD Diag es un dongle que se conecta al vehículo para facilitar el acceso a las operaciones PassThru y al guiado remoto en los procesos de diagnóstico. Es una solución 100% propia pensada para que cualquier taller pueda realizar operaciones de forma remota, guiada y a bajo coste.

Adela, por su parte, es el nuevo servicio de asistencia virtual multicanal pensado para talleres mecánicos. Con Adela, los usuarios podrán resolver dudas sobre referencias, piezas y aplicaciones de manera inmediata, contactando directamente con nuestros asesores técnicos a través de WhatsApp, Telegram, y también desde las aplicaciones AD360 y ADTaller, sin necesidad de salir de la plataforma.

PROGRAMA MILLENIUM

El Programa Millenium cumple 25 años. Este programa es la herramienta que permite a AD gestionar toda la estrategia de ayuda al taller multimarca, en su propósito de aumentar sus capacidades para afrontar, con solidez, todos los retos tecnológicos a los que se enfrentan los profesionales de la reparación. En estos 25 años, Millenium ha cruzado fronteras, llegando a Francia, Irlanda, Reino Unido, Portugal, Bélgica y Holanda con óptimos resultados para todos los talleres reparadores adheridos. Este 2025, Grup Eina, el centro técnico del Grupo AD, lo ha llevado a nuevos horizontes implementándolo en Italia y Suiza. En estos 25 años, Millenium ha formado a más de 170.000 mecánicos, con más de 17.800 cursos de formaciones presenciales; y cuenta con 135 modelos de vehículos preparados con GEDBox

lidad, con un fabricante de primer equipo detrás, e intentamos es que tenga un precio competitivo.

Y una alternativa son las distribuciones, podríamos decir preferentes, como las que anunciásteis en Motortec...

Eso es. En Motortec presentamos tres marcas que AD Parts distribuirá en España y Portugal. La primera es Leáo, una marca de neumáticos que aún no es muy conocida y que queremos posicionar en el segmento qua-

lity. Nuestros vecinos franceses ya la distribuyen desde hace seis años, también socios de ADI de otros países, y hemos visto que era un buen momento para desarrollarla en el mercado ibérico. Otra de las marcas es SWF en escobillas. SWF es propiedad de Valeo, una marca muy reconocida en el mercado. Y la tercera, en pintura, es Lesonal.

En el caso de Leáo y SWF, nos han parecido buenas oportunidades de mercado. Y, en el caso de Lesonal, se da la circunstancia de que, aunque

hay muchos socios de AD con marcas de pintura premium -y nosotros tenemos una marca, Dynacoat, también fabricada por AkzoNobel, para el segmento de precio-, no teníamos, como grupo, una marca de pintura premium.

¿Esto significa que los socios de AD que ya tenían una marca premium previa van a tener que cambiar a Lesonal?

No. La idea es sumar. Y al igual que en otras familias, donde conviven va-



“**Cuantas** más marcas tienes, más especialista te perciben tus clientes. Lesonal nos permitía un desarrollo nacional con una marca premium, algo imposible con cualquier otra”

rias marcas premium, también ocurrirá en pintura. Porque queremos que nos perciban como un especialista, en electromecánica, en pintura, en neumáticos, en lubricantes... Y cuantas más marcas tienes, más especialista te perciben tus clientes. Lesonal nos permitía un desarrollo nacional con una marca premium, algo imposible con cualquier otra.

Estáis incorporando marcas, como Lesonal o Leao, que ya distribuís en Francia. ¿Se infiere de ello que PHE está influyendo más en el portfolio de proveedores de AD?

No, esto no significa que PHE dirija la política de proveedores de AD Parts. Si analizas el listado de proveedores de PHE y el de AD Parts son muy parecidos, con todos los proveedores homologados a nivel internacional. La idea es ir aprovechando sinergias; de hecho, hace meses os comen-

tamos la creación de Parts Holding Iberia (PHI), que tiene como objetivo complementar las negociaciones de compra en nombre de los miembros del Grupo AD Parts, ya sean independientes o filiales de PHE. Se trata de ir buscando sinergias y aportar más volumen y más fuerza a los proveedores estratégicos para el grupo.

¿Incorporaréis alguna marca más de aquí a final de año?

Estamos trabajando en incorporar nuevas marcas, la idea es ir incrementando continuamente nuestro portfolio, aunque ya tenemos un catálogo muy cubierto y cada vez es más difícil.

LOS SOCIOS DE AD PARTS

Hablemos de los socios de AD Parts. ¿Los que no están bajo el paraguas de AD Parts Intergroup PHE no se sienten, digámoslo así,

intimidados por contar con una empresa de tanto volumen?

Sinceramente, creo que no. Al final, el socio nota que está acompañado. Los que han tomado la decisión de llegar a acuerdo con PHE están contentos. Porque si te fijas en la forma de PHE de integrar empresas en España y Europa, pues, sinceramente, lo están haciendo muy bien: mantienen el equipo directivo, porque saben que cada país y cada zona es distinta, y que cada distribuidor conoce bien su mercado. Y son conscientes, además, de que las empresas que pertenecen a AD están muy bien gestionadas. Los ritmos de crecimiento de PHE a nivel europeo avalan su forma de hacer las cosas.

Autozitània ha sido el último socio en llegar a AD. ¿Se ha aclimatado bien a vuestra cultura empresarial?



ATHENA | **guarnitauto**

**EL DELTA ES UNA LEYENDA.
EL KIT ATHENA | GUARNITAUTO,
SU COMPLEMENTO DE PODER.**

NUEVA SERIE UNIFICADA DE JUNTAS DE MOTOR PARA DELTA HF INTEGRALE 16V VERSIONES '89-'95

Arandelas, retenes y juntas menores completan un kit listo para montar, fiel al espíritu de una auténtica leyenda.

athena.eu

AthenaMotorsport



Nos encuentras en

TecDoc®
DATA SUPPLIER

Nace MekanikJobs

Grup Eina ha presentado su nuevo portal de empleo, una iniciativa diseñada para conectar a estudiantes de mecánica con talleres que necesitan incorporar talento cualificado. El portal nace como una extensión natural del proyecto EinaAD, que hace 20 años que ayuda

a acortar la brecha tecnológica entre la formación profesional y la realidad en el mercado laboral del sector de automoción. Esto, conjuntamente con su campus de formación online, persigue el objetivo de ofrecer salidas laborales reales a los alumnos que se están preparando

para trabajar en el sector. Al mismo tiempo, proporciona a los talleres una herramienta eficaz para superar una de sus principales dificultades actuales: encontrar mecánicos cualificados y preparados para afrontar los retos de la reparación moderna. El portal ya está operativo y abierto tanto para los estudiantes y candidatos profesionales.

Por otro lado, Eina está ampliando las instalaciones de EinaTech, departamento de reparación de unidades electrónicas, que, por ejemplo, repara más de 4.800 unidades al año y trabaja ocho líneas

de producto (UCE, BSM, BPGA, Airbag, ABS, cuadros, dirección electrónica e inmovilizador). Así, en este 2025, da un paso más y amplía sus instalaciones hasta los 800 m2 dedicados en exclusiva a este área, lanzando nuevas líneas de producto como la reparación de Ad-Blue para VL y VI y la mecánica DSG de 7 velocidades, que se suman a otras líneas ya trabajadas. “La idea es duplicar el número de técnicos en los próximos años y alcanzar las 10.000 unidades reparadas al año en 2030”, concluyó Francesc Poch, CEO de Grup Eina.



“**Los socios** están invirtiendo en almacenes, en tener más stock; no es una cuestión de capricho, es una cuestión de necesidad”

Sí. Desde que entró, Autozitània ha mantenido una evolución muy positiva. Sus dirigentes tienen una mentalidad y una forma de ser muy parecida a la de otros socios de AD Parts. Y eso ha facilitado enormemente su integración, manteniendo unas cifras altas tanto de crecimiento orgánico como inorgánico, con la compra de Bragalís. Las dos partes estamos contentas. Ellos están muy contentos de estar en el grupo y nosotros de contar con ellos.

Aunque puedo prever tu respuesta, ¿puedes adelantarme algún

proyecto en los que estéis trabajando para la segunda mitad de 2025?

Ya nos conoces. Sabes que no solemos explicar nada antes de que las lancemos. Lo que toca ahora es trabajar duro, como hacemos siempre... Pero bueno, andamos preparando muchos eventos. En estos días se han celebrado las Jornadas Técnicas de Grupo Jiménez Maña y luego vendrán bastantes ferias locales de nuestros distribuidores... Es una labor regional que no tiene tanta visibilidad, pero que es muy efectiva para el taller.

Bueno, pues, al menos y para finalizar, coméntame alguno de los retos a los que tendréis que hacer frente a medio plazo...

Alguno de los desafíos a los que nos enfrentamos como sector los hemos comentado antes: la falta de personal, la evolución tecnológica, la disparidad de tecnologías de propulsión, las nuevas marcas de coches, como las chinas... En todo ello, tenemos que seguir como siempre, haciendo evolucionar nuestros stocks para tener las piezas que el taller necesite, ya sea de un coche eléctrico, chino, etc. Los socios están invirtiendo en almacenes, en tener más stock; no es una cuestión de capricho, es una cuestión de necesidad. Cada vez tenemos más referencias y nos gusta tener la mejor disponibilidad de producto y una entrega muy rápida al taller. ✦

H2 BLASTER

RESTABLECE EL RENDIMIENTO ÓPTIMO DEL MOTOR

Cuáles son las ventajas obtenidas tras
el tratamiento con H2 BLASTER

- ✓ ahorro de combustible
- ✓ reducción de emisiones nocivas
- ✓ limpieza EGR y FAP
- ✓ limpieza de las partes internas del motor sin desmontarlas



PISTONES



FAP



BUJÍAS



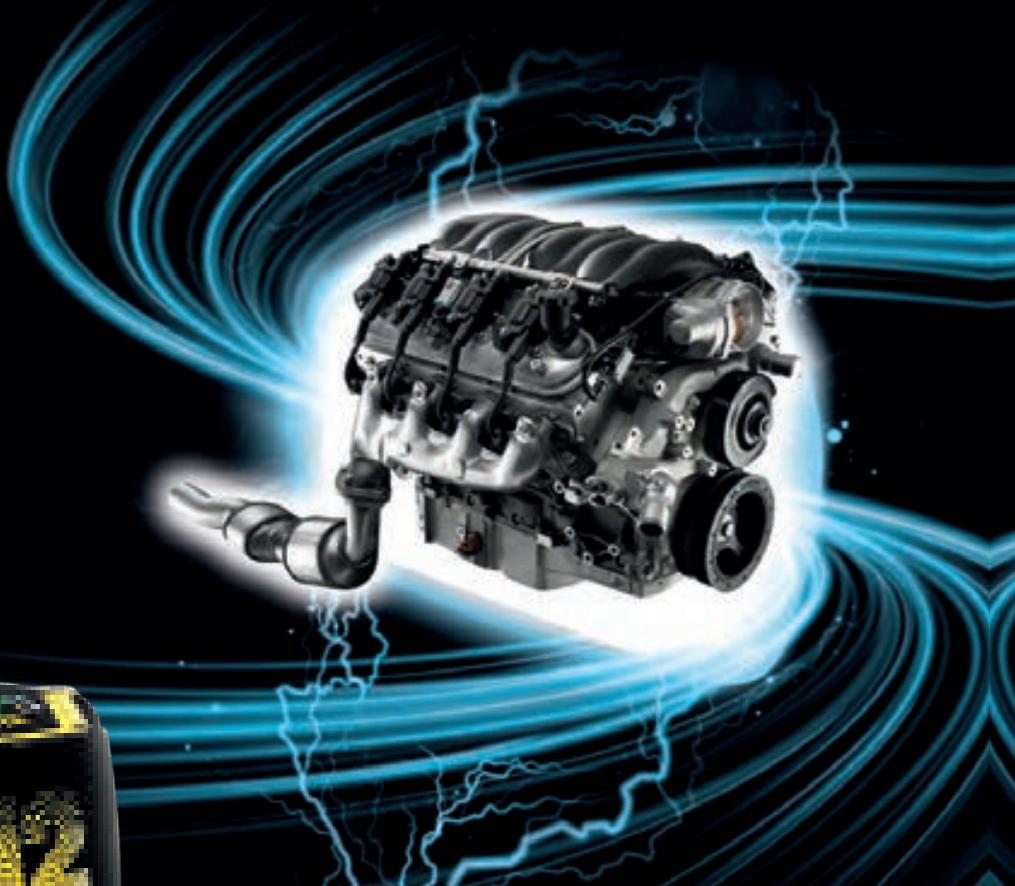
EGR



INYECTORES



VÁLVULAS



*Para todos los motores endotérmicos:
Diésel, Gasolina*

Síguenos en



www.texaiberica.com

TEXA



ALEJANDRO
VICARIO

CEO DE CGA



JOSÉ MIGUEL
IBÁÑEZ

ADJUNTO A LA DIRECCIÓN



JAVIER
ARAMBARRI

DIRECTOR GENERAL DE SUREYA

Tras Motortec, tocaba hacer balance de la presencia de CGA en la feria. Pero también hablar con Javier Arambarri sobre Sureya, flamante incorporación como socio al grupo. Así que decidimos realizar una entrevista a tres bandas con Alejandro, Josemi y Javier para comentar los planes más inminentes del grupo y conocer de primera mano cómo fue el desembarco de Sureya en CGA y cómo están siendo estos primeros meses del mayorista en la agrupación.

Por Juanjo Cortezón 

Talleres en Comunicación: ¿Cómo ha ido Motortec para CGA? ¿Y para Sureya?

Alejandro Vicario: Muy bien, de hecho, estamos recibiendo felicitaciones porque a muchos visitantes, socios, proveedores, clientes de los socios..., les ha gustado el stand que teníamos. Les ha gustado, sobre todo, la forma en la que estaba planteado, ya que dábamos prioridad a que hubiera un espacio para socios y para sus clientes, los talleres, pero que, además, el stand fuese un lugar

para podernos reunir, un punto de encuentro.

José Miguel Ibáñez: Socios y proveedores se han prodigado más por nuestro stand que en la anterior edición, en 2022. Destaca el caso de los proveedores, ya que se han pasado por el stand no sólo proveedores nacionales, sino también internacionales.

Javier Arambarri: En mi caso, he estado poco tiempo, pero el stand me ha servido para saludar a amigos. Y la feria la he visto bien: mientras sigan atrayendo a los princi-

pales proveedores, a las primeras marcas, Motortec será un punto de referencia.

Javier, ¿por qué decides que Sureya entre en CGA?

J. Arambarri: Bueno, ante los cambios en el mercado, buscábamos un grupo en el que nos sintiésemos protegidos y queridos. Por el buen hacer de Alejandro y de José Miguel, porque tenemos relación con algunos socios de CGA y por la importancia que tienen en el grupo nues-

tros proveedores principales, pues entendimos que era el mejor sitio donde podíamos estar.

De todos los grupos que conozco, en el que más protegido podía estar es en CGA, sin duda. Primero, por volumen; y después, algo que incluso es más importante que el volumen: la seriedad. Cuando empieza a haber cambios en ASER, decido que Sureya tiene que tomar un nuevo rumbo dentro de otro grupo. Y no hablé con otros grupos. Conocía a Alejandro, hay socios de CGA en mi zona con los que me llevo muy bien y, desde el principio, pensé en CGA, y no hemos hablado con ningún otro grupo.

¿Cómo empezó todo? ¿Cómo se produce el acercamiento entre CGA y Sureya?

J. M. Ibáñez: Bueno, pues a través de algún proveedor que otro, que nos va comentando...

A. Vicario: Sí, con Javier hemos tenido buena conexión, desde el pri-

mer momento. Ellos estaban pensando en cambiar y nosotros estábamos encantados de ser los elegidos.

J. Arambarri: De hecho, Sureya tardó más en entrar en CGA porque tuvimos que respetar los protocolos que existían en ASER. La decisión de cambiar de grupo para Sureya vino porque la filosofía de ASER, el rumbo que lleva, no es el que quiere llevar Sureya, tanto con proveedores como a nivel de política interna y demás. Han cambiado aspectos en el grupo que no son compatibles con nuestra manera de ser ni de trabajar. Todo lo contrario que con CGA, con quien compartimos proveedores y con quienes hemos congeñado bien desde un principio.

Eso sí, nunca quisimos hacer daño al grupo del que salíamos, aunque no ha sido posible acabar bien del todo, como nos hubiese gustado. Pero estamos muy contentos del cambio y la decisión tomadas.

Supongo que antes de que entrase Sureya habría una consulta previa con los socios de la zona...

J. M. Ibáñez: Las consultas son obligatorias, porque siempre hay que mantener buenas relaciones dentro del grupo. Sureya ha sido recibido con los brazos abiertos, con grandes expectativas y ningún socio ha puesto la más mínima pega.

J. Arambarri: En una de las conversaciones que tuve con Alejandro y José Miguel les dije que estaríamos encantados de formar parte de CGA, pero que no queríamos que ningún socio estuviese en contra. Y el 100% de los socios de la zona se han mostrado encantados. Por ello, tengo que agradecer a los socios de mi zona por acogerme de esta manera.

Además, Sureya es un mayorista, una fórmula no tan habitual en el grupo...

A. Vicario: Bueno, en el grupo tenemos también mayoristas. En el caso de Sureya, cubre un área geográfica más amplia que, por ejemplo, Sacorauto en Madrid. Cada uno tiene su filosofía, su manera de hacer las cosas y a nosotros nos caben todas. Lo único que dejemos claro a nuestros colaboradores y proveedores es que, si tratan de alguna manera especial a Sacorauto por ser mayorista, tienen que hacer lo mismo con Sureya, sin diferencias de ningún tipo. Y es algo que controlamos y vigilamos. Por lo demás, creo que pueden convivir perfectamente, no hemos visto nunca problema en ello.

J. Arambarri: Creo que podemos coincidir y complementarnos perfectamente con otros mayoristas como Sacorauto. Porque nosotros respetamos el mercado y nunca hemos tocado a nadie por precio. Creo que podemos aportar mucho a los socios de CGA de nuestra zona. Así que ahora CGA tiene dos alma-

“Cuando empieza a haber cambios en ASER, decido que Sureya tiene que tomar un nuevo rumbo dentro de otro grupo. Conocía a Alejandro, hay socios de CGA en mi zona con los que me llevo muy bien y, desde el principio, pensé en CGA y no hemos hablado con ningún otro grupo”. **Javier Arambarri**



Anjana Investments sigue siendo socio de CGA. Tanto Antonio Segura como el resto de la cúpula directiva sigue al frente, no ha cambiado apenas nada. Entiendo que Mutua Madrileña hará algún tipo de renovación interna pero, de momento, continúa como un socio más". Alejandro Vicario

cenas mayoristas que le van a aportar a los socios un valor muy importante.

¿Y Sureya, al ser mayorista, cómo puede aprovechar algunas herramientas de las que dispone el grupo, como las redes de talleres, formación, imagen, etc.?

J. Arambarri: Nosotros en ASER ya utilizábamos esas herramientas, ofreciéndoselas a las tiendas con las que trabajamos para sus talleres clientes. Y en el caso de la formación, hemos realizado bastantes: sobre doble embrague, diagnosis, gestión de motor, vehículos híbridos, eléctricos, de gas, de hidrógeno...

A. Vicario: Durante la negociación ya se puso sobre la mesa la opción de que, si alguna tienda colaboradora tuviera algún tipo de necesidad, pues le ayudaríamos. Sureya es un socio más que tiene el derecho a montar la red de talleres o a que lo haga una tienda con la que colabore. En ese caso, es su responsabilidad vigilar y controlar que el taller cliente de esa tienda se adecúa a los parámetros y requisitos de la red.

¿En qué está trabajando Sureya con CGA en estos primeros meses?

J. Arambarri: En primer lugar, estamos conociendo a los socios del grupo. Y luego, pues seguiremos nuestro día a día, que no cambia mucho porque en CGA están el 95% de nuestros proveedores. Como te decía al principio, cambiar de grupo no nos supone un cambio radical en nuestro quehacer, sino que entramos en CGA para sentirnos más protegidos y a gusto. Así que sólo queda trabajar con el grupo y con los socios, y todo lo que podamos aportarles será fantástico.

NUEVOS SOCIOS EN CGA

En estos últimos meses, CGA ha sido noticia por la incorporación de nuevos socios. Si no me equivoco, además de Sureya, han sido Ocho Ruedas, Engar y A Estrada...

J. M. Ibáñez: Sí, el primero fue Sureya. Luego fue el turno de Recambios Ocho Ruedas, una tienda vinculada a Repuestos El Puri que entra como socio de CGA de pleno derecho. Llevaba años colaborando con El Puri, así que se decidió tripartitamente que era lo mejor para todos, ya que permitiría a Ocho Ruedas crecer y expandirse.

En el caso de Engar, pues lo cierto es que ha sido todo muy rápido. Nos propusieron entrar en CGA in-

mediatamente, no querían esperar más. Nos permite reforzarnos en Barcelona y Lleida; además, en Castellón no había conflicto con otros socios porque esa delegación es 100% vehículo industrial, donde, aparte de ADR, tenemos varios socios que trabajan bien ese área de negocio.

Y, por último, A Estrada es una tienda en A Coruña. Lleva trabajando con nosotros hace tiempo, contactó con nosotros a través de un proveedor, pero para entrar como socio necesitaba alcanzar un nivel mínimo de facturación.

¿Ha entrado Sureya en alguna unidad de negocio dentro de CGA?

A. Vicario: De momento no. Están adaptándose poco a poco. El día que quieran entrar, nos sentaremos las partes y lo veremos. De momento, no hemos hecho nada; piensa que, además, al ser mayorista, hay muchas decisiones en las unidades de negocio que no tienen mucho que ver con el mayor, ya que van directamente al taller, son políticas diferentes.

Hablando de otros socios, Anjana Investments, tras la compra de Aurgi por Mutua Madrileña, ¿sigue siendo socio de CGA?

A. Vicario: Sí, siguen siendo socios. De momento todo sigue igual. Tanto Antonio Segura como el resto de la cúpula directiva sigue al frente, no ha cambiado apenas nada. Entiendo que Mutua Madrileña hará algún tipo de renovación interna pero, de momento, a efectos del recambio, continúa como un socio más.

¿Y ha habido algún cambio con SAG y Davasa?

A. Vicario: No, no ha habido ningún cambio. Las comunicaciones con SAG son directas, son muy bue-

nas. Los cambios los están haciendo internamente, ya que están mejorando el almacén, pero a efectos de grupo no hay variaciones.

Sureya lleva más de 40 años en el mercado... ¿qué planes tenéis para este 2025?

J. Arambarri: Queremos seguir creciendo en nuestras zonas. Afianzar el almacén de León, hacerlo más fuerte. Y, mientras, conocer a todos los socios de CGA y ver dónde podemos aportarles valor. Además, queremos ampliar líneas de producto, como inyección, turbos..., y meter más material para tener un almacén firme y sólido.

¿Y CGA? ¿Qué planes tenéis para este 2025?

J. M. Ibáñez: Pues seguir con nuestra línea. Lo cierto es que hemos

“Sin contar a Sureya ni a las últimas incorporaciones, la facturación de CGA supera los 765 millones de euros... Vamos a seguir trabajando para que las nuevas incorporaciones se adapten lo antes posible a nuestra filosofía y así podamos seguir creciendo todos juntos”. **José Miguel Ibáñez**

crecido más de un 13%. Y que, sin contar a Sureya ni a las últimas incorporaciones, la facturación de CGA se sitúa por encima de los 765 millones de euros... Vamos a seguir

trabajando para que las nuevas incorporaciones se adapten lo antes posible a nuestra filosofía de funcionamiento y que así podamos seguir creciendo todos juntos. ✓

Carsmarobe
Formación y Asistencia Técnica

**OPTIMIZA
TU TALLER**

PROGRAMA



SACA LA MÁXIMA RENTABILIDAD A TU NEGOCIO DE LA MANO DE PROFESIONALES DE LA POSVENTA



Estimular



Provocar



Agitar



Más información

91 645 52 15



coordinacion@carsmarobe.com



www.carsmarobe.com



NINES GARCÍA

DIRECTORA GENERAL DE GROUPAUTO UNIÓN IBÉRICA

A primeros de año, Nines García de la Fuente asumió el reto de continuar la labor de Juan Carlos Pérez-Castellanos al frente de uno de los grupos principales de nuestro país. Su labor, además, como presidenta de ANCERA, la sitúa en una atalaya privilegiada para comentar la situación actual de la distribución en nuestro país. Así que mantuvimos con ella una interesante conversación, en la que, en repetidas ocasiones, salieron a relucir claves como la rentabilidad de los talleres o el aprovechamiento de sinergias como pilares de la estrategia actual de Groupauto Unión Ibérica (GAUIb).

Por **Juanjo Cortezón** 

Talleres en Comunicación: ¿Qué balance hacéis de vuestra presencia en Motortec?

Nines García de la Fuente: Teníamos unos objetivos y los hemos cumplido, de manera que estamos satisfechos. Motortec es el salón de referencia de la posventa y de nuestro mercado de recambios de automoción. Es, además, el punto de encuentro sectorial donde poder acercarse a la mayor cantidad posible de talleres en un muy breve periodo de tiempo. De hacerlo de una manera diferente, de poder mostrarte como organización y de mostrar tu propuesta de servicios con una visibilidad muy especial. Sin contar el impacto de la comunicación y activación del mercado previos y posteriores a la feria, que es muy importante, durante el salón y en apenas cuatro días tienes la oportunidad de estar en un único y atractivo espacio muy cerca de muchos talleres. Si tenemos en cuenta que el certamen no se celebraba des-

de 2022 y que Motortec siempre ha contribuido a cohesionar, fortalecer y proyectar el sector a futuro, desde GAUIb teníamos claro que había que apoyar y estar presentes.

De manera que, con el compromiso del equipo, de los socios y de los proveedores, establecimos unos objetivos de activación ferial, tanto en términos de comunicación como de cercanía al cliente, y una estrategia adecuada para lograrlos. Planificamos, por ejemplo, 500 visitas de talleres que forman parte del ecosistema GAUIb, de empresarios de la reparación especialmente implicados en la propuesta de aporte mutuo de valor para crecer y desarrollarnos juntos, y finalmente, y es algo que nos reconforma mucho, fueron más de 700 los talleres que aceptaron el reto. Porque no se trataba de meras visitas al stand sino de auténticas experiencias donde poder compartir con ellos nuestros valores y nuestras propuestas, entregándoles una muestra

valiosa de ambos, que podía ser una formación comercial con proveedores o una charla sobre nuestras soluciones y desarrollos, tanto de nuestro ecosistema digital como de redes de talleres, con el foco puesto siempre en la eficiencia y rentabilidad del taller.

Adicionalmente, también participamos directa o indirectamente en jornadas técnicas y en encuentros que se celebraron dentro de la feria, como es el caso de Eurotaller e Intertaller, que estuvieron participando en el VI Encuentro de Redes de Talleres, organizado por la iniciativa Posventa Plural, en colaboración con la feria, para poner en valor el fenómeno de las redes y lo que aportan a los talleres. Trasladamos nuestra visión y comprobamos, según los estudios presentados por diversas consultoras en el evento, que el posicionamiento y la reputación de nuestras redes, tanto entre los talleres como los automovilistas, es de un claro liderazgo. En el caso de TopTruck, también estuvimos presentes a través de uno de nuestros más destacados miembros de la red, Antonio Atienzar, que tomó la palabra como vicepresidente de Cetraa en el Encuentro Ibérico de Talleres, organizado por la asociación portuguesa Anecra y en el Encuentro de Talleres de Vehículo Industrial organizado por el Club de la Posventa de VI. En ambos casos, Antonio tuvo palabras muy reconfortantes para nosotros en cuanto al valor que le aportaba pertenecer a Top Truck.

En este número, uno de los aspectos que estamos abordando cuando hablamos con los grupos de distribución es el cambio de rol de los proveedores. ¿Cómo crees que evolucionarán?

En los últimos años estamos viendo que las organizaciones multinacionales, que son la mayoría, se vuelven más verticales, que hay pérdida de toma de decisión a nivel local y me-



El reto de GAUIb es seguir contribuyendo a maximizar la rentabilidad de nuestros distribuidores con ventajas competitivas sostenibles”

nos margen de maniobra. También, que muchos de ellos, los que tienen una mayor presencia en primer equipo, están viviendo una situación bastante complicada: constantemente escuchamos noticias sobre despidos masivos de miles de personas o sobre la baja rentabilidad que tienen por las grandes inversiones realizadas ante las nuevas soluciones tecnológicas, como el vehículo eléctrico, que les están impactando de forma importante.

Desde GAUIb animamos a nuestros proveedores -y es importante señalar que somos un ‘partner’ que siempre se ha orientado a trabajar con marcas premium- a que sigan apoyando el aftermarket. Es el área de su negocio donde más rentabilidad están obteniendo. Deberían estar más cerca que nunca de

nosotros y no perder nunca del todo las estructuras locales, importantes para el seguimiento del cliente y que éste sienta su proximidad... en todos los sentidos.

GAUIb siempre se ha destacado por el apoyo de proveedores y marcas premium. ¿Cómo se puede conjugar con esa filosofía en un contexto de parque cada vez más envejecido?

Somos y seremos defensores de las marcas premium. Creemos en la calidad, va dentro de nuestro ADN. Aunque también somos conscientes de que el envejecimiento del parque demanda también productos con un posicionamiento de precios más accesible. Y en eso estamos trabajando precisamente: en dar respuesta a todos los segmentos, a todas las nece-

sidades que pueda haber en el mercado sin, por ello, ampliar en exceso nuestro abanico de proveedores. Ese posicionamiento más accesible lo trabajamos bajo la marca propia Axcar en unas pocas líneas de producto. Luego hay marcas que desarrollan algunos de nuestros socios como NAPA, de Alliance Automotive Group Iberia (AAG), o VG, de Suvima, por poner dos ejemplos.

¿Qué aporta a un grupo como el vuestro contar con un distribuidor como AAG, una empresa global, con gran volumen, marca propia y una gran plataforma logística en Madrid? ¿Se están aprovechando sinergias?

GAUIb es una suma que multiplica. Suma el compromiso de sus miembros con una idea de cooperación y búsqueda de sinergias que siempre nos ha dado muy buenos resultados, y multiplica retornos entregándoselos a cada uno de ellos en forma de claras ventajas competitivas en el mercado, ventajas que se actualizan y sostienen en el tiempo. El grupo es, ante todo, una organización que diseña y desarrolla servicios para sus socios y los clientes de sus socios, desde la innovación constante que lo impulsa, generando condiciones adecuadas, respondiendo en cada momento a los desafíos cambiantes del mercado, para que todos los miembros puedan desplegar el máximo de su potencial.

Por eso, si hablamos de AAG y de sus específicas características, de su tamaño, de su marca propia y de su nueva plataforma logística, hay que destacar ese compromiso de todos los socios, también el suyo, con la cooperación que genera sinergias, aportes de valor recíprocos. De manera que, sí, hay sinergias y hay socios que están adquiriendo ya, por ejemplo, productos NAPA. Tiene todo el sentido del mundo. Ya desde la pandemia, antes de la llegada de AAG, en el grupo trabajamos para





“**Sí, hay sinergias y hay socios que están adquiriendo ya, por ejemplo, productos NAPA. Tiene todo el sentido del mundo”**

que, de forma coordinada, se facilitarían las compras entre socios, estableciendo condiciones, parámetros, conexiones entre los almacenes... Y, lógicamente, con la entrada de AAG se ha continuado con esta misma filosofía para obtener las máximas sinergias, planteando acuerdos comerciales en los dos sentidos, entre AAG y el resto de socios. En cuanto a su plataforma logística, es una herramienta, un recurso que ofrece muchas facilidades. Aunque muchos socios tienen almacenes con capacidad, es verdad que éste las tiene enormes en términos de volumen y una magnífica ubicación para facilitar, a nivel logístico, el suministro en tiempos cortos.

¿Cuáles son, según tu opinión, los principales desafíos actuales para un grupo como GAUIb en el mercado ibérico?

Para mí, el reto fundamental es seguir contribuyendo decisivamente a maximizar la rentabilidad de nuestros distribuidores y de sus clientes talleres. Y te diría que también mantener nuestra posición de liderazgo en el mercado en términos de propuesta de valor, de servicios y soluciones que marcan la diferencia: seguir siendo capaces de ofrecer ese valor añadido concreto, medible y diferenciador que siempre hemos tenido. Esto es, seguir siendo ese referente en cuanto a innovación. Si echamos un vistazo atrás, nuestra

historia demuestra que siempre nos ha gustado ir un paso por delante, con nuevos servicios y proyectos que ayuden a generar claras ventajas competitivas, tanto a nuestros socios como a sus clientes, los talleres. Además, claro está, de otros retos, de los que siempre se habla, tanto legislativos como tecnológicos: los nuevos sistemas de propulsión o la conectividad en el vehículo, por ejemplo, ámbitos en los que el ecosistema GAUIb siempre cuenta con la información y la formación necesaria en cada momento para anticipar el futuro y adaptarnos antes que nadie a él.

Hablabas del valor añadido del grupo, algo fundamental en unos tiempos en que parece existir el lugar común de que, con los grandes actores del mercado, el papel de los grupos queda diluido...

Yo creo que el papel del grupo no se diluye, más bien al contrario. Al final, se trata de proporcionar soluciones y creo que ahí el papel del grupo cobra muchísimo más valor, para tener cohesión, fomentar la unión y crear sinergias. Y para poner el foco en visualizar dónde estamos, dónde queremos estar, cómo podemos colaborar y cómo podemos obtener beneficios para todas las partes.

En tus nuevas responsabilidades, ¿qué crees que puedes apor-

tar diferente a Juan Carlos Pérez-Castellanos al frente de GAUIb?

A ver, Juan Carlos me dejó un listón muy alto y eso no se lo voy a perdonar [risas]..., pero bueno, los puestos los hacen las personas y cada persona tenemos una forma de ver, de hacer y de crear diferentes. A nivel personal, ahora vivo una nueva etapa dentro del grupo, en la que hay que trabajar mucho, como te decía antes, en creación de sinergias. Y creo que ahí aparece una de mis fortalezas: acompañar en este momento al grupo en torno a ese eje de actuación. La estrategia no es algo que se cambie de la noche a la mañana: nuestra estrategia continúa estable, introduciendo y actualizando nuevos inputs para conseguir nuestros objetivos. Entre ellos, nuestro objetivo máximo -lo tenemos clarísimo- es la rentabilidad de nuestros socios. Y para ello utilizamos diferentes herramientas. Nuestra innovación es potentísima, con proyectos innovadores y focalizados en diferentes ejes para acompañar a la rentabilidad no sólo de nuestros socios sino también de los talleres.

Hablando de herramientas para el taller, GAUIb siempre ha destacado por sus propuestas en materia de redes de talleres. En unas pocas pinceladas, ¿cuál es la fotografía actual de cada una de las enseñanzas?

Somos muy activos con las redes,

nuestro ADN es ser un grupo de ventas y servicios, de apoyar a nuestros socios y a los talleres a impulsar sus ventas. De este modo, nuestras redes siguen creciendo pero sin perder nunca el foco en el nivel de profesionalización y requerimientos para pertenecer a ellas, es decir, no se trata de crecer a toda costa ni de cualquier manera. Porque no nos importa tanto el número como el valor y la tipología de talleres que se adhieren a la red: tenemos una estrategia muy clara y los talleres que se unen tienen que tener también esa visión y esa capacidad de trabajar conjuntamente para abordar todos los proyectos que planteamos.

Al final, lo que queremos es que estos talleres tengan un alto rendimiento y sean capaces de acometer tanto la avería más compleja que se les pueda presentar como algo tan sencillo como un mantenimiento al uso. Dicho esto, actualmente tenemos 800 Eurotalleres, más de 300 Intertalleres -una red que está creciendo- y 200 TopTruck.

Con todos ellos trabajamos no sólo en su formación técnica y comercial sino también en apoyarles a ser más rentables. Todo nuestro ecosistema digital y formativo, en el que constantemente estamos invirtiendo tanto recursos económicos como humanos, se destina a este objetivo. Estamos convencidos de que una buena organización y una correcta optimización de procesos van a redundar en esa rentabilidad que estamos buscando. La dimensión media de los talleres españoles es pequeña y no siempre tienen acceso por sí mismos a los recursos necesarios para afrontar todos los retos que hoy se le presentan, tanto a nivel tecnológico -de conectividad, electrificación, etc.- como de segmentación y planificación... Las redes de GAUIb facilitan y propician ese acceso.... estimulan y hacen seguimiento de su aprovechamiento.

De unos años a esta parte, el recambio para vehículo industrial parece haber adquirido un especial protagonismo. ¿Qué lugar ocupa en GAUIb? Así es, hay que destacar, específicamente, los buenos resultados que estamos obteniendo en el segmento del vehículo industrial. La estrategia de refuerzo de equipo, de incorporación de nuevos socios estos últimos años para tener una sólida cobertura ibérica, de digitalización avanzada inyectando eficiencia en todo nuestro ecosistema (incluyendo a proveedores, socios y clientes), de consolidación de la propuesta de servicio de Top Truck, más el abordaje del mercado de las flotas del transporte, está dando muy buenos resultados.

La rentabilidad del taller es un mantra que ha salido varias veces en la conversación...

Porque al final trabajamos mucho en ese eje. Pensamos que, si al taller le va bien, a nosotros nos va a ir bien y, por ende, a nuestros partners, a los proveedores, les irá bien también. Todo el ecosistema de soluciones y servicios que proponemos al taller se orienta a que sean rentables, tengan un buen negocio, generen más ventas y que estas ventas sean rentables. De este modo, les quitaremos cierta presión sobre el precio y conseguiremos nosotros también tener más margen y mejores condiciones. Podremos dedicarnos, en vez de a pelear por el precio, a ser capaces de ofrecerles servicios y valores añadidos. Tenemos un plan minucioso, muy trabajado, muy pensado, que se aborda desde diferentes ejes y que se trabaja en detalle, todo para el taller.

Un taller que, entre otros retos, ahora se enfrenta a nuevos vehículos, chinos, eléctricos, conectados...

En España hay ahora mismo veintidós marcas de vehículos chinos a la venta y, si bien todavía no tienen un peso relevante en el parque, su posi-

cionamiento de precios hace que las ventas crezcan, así que es importante estar preparados. En este sentido, algunos de nuestros proveedores están trabajando en recambio. GAUIb tiene la fortuna de ser un grupo de ámbito mundial, con un gran peso en Asia, una circunstancia que nos permite tener solventado este punto gracias a las sinergias con nuestros socios en Groupauto China. Estamos ahora mismo definiendo estrategia mientras damos respuesta a nuestros clientes, ya sean tiendas o talleres.

Con respecto a la electrificación, al impacto de los vehículos eléctricos en la posventa, llevamos años trabajando este aspecto, formando a nuestros talleres para que estén en condiciones de afrontar cualquier reparación. Aunque es cierto que el parque circulante de vehículos eléctricos puros todavía no llega al 1%, y que en términos de mercado, de la demanda actual de servicios de mantenimiento y reparación de eléctricos, las cifras son muy muy pequeñas, hemos trabajado mucho con nuestros talleres para quitar miedos en ese sentido. Y todo ello siendo conscientes de la pérdida de negocio que podría representar para el sector un parque circulante 100% eléctrico, aunque quedan muchos años para ello.

Para finalizar, la consolidación es otra de las tendencias en la distribución, está en boca de todos. ¿Veis cierta inquietud entre los distribuidores en este sentido?

La consolidación en España ha ido más lenta que en el resto de Europa, por una razón evidente: lo fragmentado que está el mercado. Está claro que va a haber más concentración y vamos a ver movimientos. Es una tendencia que no se circunscribe únicamente a nuestro sector. ¿Cuáles serán esos movimientos? Lo desconozco. ♦

FERNANDO RIESCO

DIRECTOR GENERAL DE DIPART

Desde que llegó a Dipart, Fernando Riesco siempre ha tenido claro hacia dónde debía dirigirse el grupo. Por ello, da gusto charlar con él y tocar temas espinosos (negociaciones con los proveedores o cohesión entre los socios, por ejemplo), pero que Fernando resuelve con naturalidad y con el aval de que, en estos quince años, Dipart y sus socios han homogeneizado procesos, compras, imagen, gestión..., han desarrollado nuevos servicios y, sobre todo, han incrementado su facturación y su rentabilidad. Que no es poco.

Por **Juanjo Cortezón** 

Talleres en Comunicación: ¿Está cambiando la relación del proveedor con la distribución?

Fernando Riesco: El trato de los proveedores hacia la distribución va a cambiar, ya está cambiando. Un ejemplo: un distribuidor que en España se considera mediano, en realidad representa una porción muy pequeña de las ventas de un fabricante. Ese distribuidor, pese a tener una facturación importante, no es lo suficientemente pequeño como para que les compense ser cliente de un almacenista, de un mayorista, pero tampoco es lo suficientemente grande como para que el proveedor le mantenga como uno de sus clientes preferentes. Así que tiene que repensar su situación en el mercado. Porque a los fabricantes, poco a poco desde sus

centrales, les van instando a circunscribirse a sus clientes más relevantes. Y ese distribuidor mediano no va a ser uno de ellos, pero un grupo como Dipart, sí: llevamos ya varios años siendo uno de los mejores cinco clientes para los proveedores que trabajan con nosotros.

¿Y el proveedor accede a servir en diferentes localizaciones?

A ver, nosotros tenemos un almacén en A Coruña donde se almacenan cuatro líneas de producto y desde allí suministramos a toda España. Para el resto de gamas, claro que el proveedor accede. Es como, por poner un ejemplo, PHE o Alliance en Francia compran a un proveedor determinado que le tiene que entregar en 17 plataformas logísticas. Y cada una funciona de una manera. Pues con nosotros igual, tenemos facturación centra-

lizada y un número de puntos de venta. ¿Qué le aportaría al fabricante que yo tuviera la mercancía e hiciera la distribución, si él ya lo hace? Lo único que haríamos sería restar valor a la cadena y engordar el coste de distribución. Si el proveedor ya lo hace, pues no dupliquemos costes. Llevamos trabajando así desde hace casi una década y mantenemos mucha credibilidad de cara al proveedor.

Porque cada socio tiene un compromiso de compra...

En Dipart centralizamos las compras. Y cualquiera de nuestros socios tiene que pasar por el grupo, como mínimo, un 70% de su compra. Es más, ahora podríamos subir esta norma al 80% y la seguirían cumpliendo. En el 30% restante están las faltas, las compras de piezas cautivas al canal marquista... Porque hay gamas que no admitimos que las deriven fuera del grupo. Esto fue algo muy novedoso en 2009 cuando empezó Dipart, pero que ha permitido crecer en el mercado a todos nuestros socios.

¿Habéis pensado alguna vez en desarrollar alguna gama con marca propia?

Dipart nunca ha apostado por la marca blanca, porque nuestro sector es marquista y porque defendemos las primeras marcas, creemos que es donde distribuidor y taller pueden ganar dinero.

Porque hay una cosa clara, y es que nosotros no vamos a usuario final, sino al taller, su prescriptor, que compra una marca u otra porque se fía de su distribuidor, por cercanía, por disponibilidad de la pieza, por precio, margen.. Y tienes que conquistar al taller, que es el gran reto.



Es verdad que, con el paso del tiempo, un distribuidor puede acabar copando su mercado con una marca determinada, así que el modo de crecer es incorporar una nueva. En Dipart tenemos dos proveedores por línea, para que puedan jugar con ambas de cara al mercado.

No obstante, si el distribuidor crece aún más y va siendo más capilar, va ganando más cuota de mercado y va captando más negocio, llega un momento en el que sólo puede crecer de dos maneras: abriendo nuevos puntos de venta o fidelizar al cliente cubriéndole todas las necesidades que tenga. Cuando llegue ese momento será cuando nos plantearemos incorporar una marca propia, algo que ya no descarto para ciertas referencias; eso sí, cuando lo hagamos, lo haremos de la mano de nuestros proveedores, siempre que sea posible.

¿MÁS SOCIOS?

Si todos vuestros socios crecen, tendréis cola de distribuidores queriendo formar parte de Dipart...

¿Pues sabes que pasa? Que Dipart no tiene necesidad de buscar más socios. No nos hace falta cubrir más plazas, ni siquiera para acuerdos con flotas. No es algo que me preocupe. Para formar parte de Dipart tienes que entender nuestra filosofía y compartir nuestra forma de hacer las cosas, nuestra visión. Si no, no pintamos nada juntos. Y cuando un socio entra en Dipart, nosotros entramos hasta su cocina, les analizamos, les decimos qué hacen bien y qué hacen mal. Les decimos qué tienen que cambiar. Y tienen que cambiarlo. Somos intervencionistas, porque nuestro modelo, al final, es similar al concepto de franquicia.

Así que, como te decía Dipart no tiene necesidad de buscar más socios. Queremos que nuestros distribuidores, nuestros componentes,



Dipart no tiene necesidad de buscar más socios. No nos hace falta cubrir más plazas, ni siquiera para acuerdos con flotas. No es algo que me preocupe. Para formar parte de Dipart tienes que entender nuestra filosofía y compartir nuestra forma de hacer las cosas, nuestra visión. Si no, no pintamos nada juntos”



Llega un momento en el que el distribuidor sólo puede crecer de dos maneras: abriendo nuevos puntos de venta o fidelizar al cliente cubriéndole todas las necesidades que tenga. Cuando llegue ese momento, nos plantearemos incorporar una marca propia, algo que ya no descarto”



nuestros puntos de venta -llámalos como quieras- crezcan cada año. Esa es nuestra estrategia.

Decís que no queréis incorporar más socios, pero salió del grupo Auto Recambios La Cinta y no habéis tardado mucho en cubrir esa baja con AutoRecambios Colón...

Sí, surgió esa oportunidad. Te cuento cómo fue. Nuestro socio portugués de la zona del Algarve, Algarchapa, conocía a sus gerentes. Y creo que hemos encontrado una verdadera joya, que hemos dado en el clavo. En Colón están muy focalizados en el taller, es un perfil más adecuado para nosotros.

¿Y tenéis pensado incorporar nuevas líneas de producto?

En la última entrevista que me hiciste hablábamos de que habíamos incorporado la chapa, era necesario para nosotros al trabajar el tema de las flotas. Nuestra forma de trabajar es estar cerca del socio. En flotas, por ejemplo, tenemos a Julio Vaquero, que está visitando talleres mano a mano con nuestros socios. Porque hemos firmado acuerdos pero ahora necesitamos la vinculación del taller.

Y en chapa, como te digo, seguiremos, está funcionando bien. Ahora estamos haciendo una prueba piloto en pintura con dos socios, Elektra y Cotocar. Y hablo de color, no sólo de anexos. Sabemos que es una gama de producto compleja, que necesita espacio en almacén y técnicos dedicados a ello.

MOTORTEC Y PLANES PARA 2025

¿Qué tal os ha ido en Motortec?

Pues tengo una buena sensación. La verdad es que se ha visto una feria con mucho movimiento, con mucha actividad. Nos hemos sentido grandes. Porque ha sido un esfuerzo enorme: hemos traído al taller junto al socio, le hemos dado formación... Más de 1.000 personas han pasado por los 220 metros de nuestro stand los cuatro días de feria. Y el feedback, tanto del socio como del proveedor, ha sido positivo. Los proveedores nos han felicitado porque sus formaciones siempre tenían muchos talleres. Dicho esto, resulta difícil medir el retorno de una inversión tan grande. En este sentido creo que los costes de la feria son demasiado altos. Y también creo que la feria debería preocuparse por todos los que allí exponemos, que sea la feria de to-

dos. Porque tal vez no seamos tan grandes como otros pero no quiero que nuestro esfuerzo sea menospreciado por nadie, y menos por la feria.

Para finalizar, Fernando, ¿qué esperamos de Dipart en los meses que quedan de 2025?

Bueno, ya sabes que nuestro claim es “Creando el mañana”. Y eso es lo que vamos a hacer: queremos manejar nuestro futuro, estamos manejando nuestro futuro y vamos a ir hacia donde nosotros queramos, no hacia donde el mercado nos lleve. Y eso pasa por preparar a nuestros socios en este sentido, es en lo que trabajamos desde hace tiempo, en tener todos los mismos sistemas y procesos. El año pasado nos metimos con el sistema de gestión de almacén, ahora estamos con el CRM, porque queremos estar vinculados al cliente final, el taller. Y dando formación en nuestras instalaciones, que vamos a comenzar la semana que viene... Son piezas diferentes de un rompecabezas (compras, ventas, almacén, formación, administración...) que hemos ido ajustando y que estamos encajando. Para que en Asturias, por ejemplo, trabajen igual que en Córdoba, Valencia o Málaga. ✓



GESTIÓN INTEGRAL **DP**



Creando el Mañana



DP PLUS



Shareholder of
globalone
MOTOMAZLZ



LLUIS TARRÉS

DIRECTOR GENERAL DE SERCA

En los eventos, Serca es un grupo hiperactivo. No hay más que ver sus congresos y jornadas o, sin ir más lejos, esta última presencia en Motortec. Presentación de novedades, charlas técnicas, encuentros con proveedores y, sobre todo, mucha presencia de socios y de talleres clientes. De todo ello hablamos con Lluís Tarrés, con quien también repasamos la actualidad de la agrupación.

Por Juanjo Cortezón 



Talleres en Comunicación: ¿Cuál dirías que ha sido el balance de la presencia de Serca en Motortec?

Lluís Tarrés: Creo que la feria ha ido muy bien. La verdad es que ha habido más visitantes que nunca; creo que esta vez la organización se ha esforzado por atendernos a todos adecuadamente, se ha “puesto las pilas”, y hemos tenido presencia en la pantalla de la entrada, en las banderas... Organizativamente, para nosotros ha supuesto un gran desafío, nos hemos estrujado el cerebro a ver qué podíamos hacer para atraer talleres, así que nuestro stand concentró muchas actividades, junto al de ServiceNext, el de Reynasa... Aunque es cierto que cuesta que el taller visitante se sienta a escuchar charlas técnicas, pero, con esfuerzo lo hemos logrado, hemos dado visibilidad a nues-

tros proveedores preferentes y, en definitiva, el stand ha sido un buen espacio de trabajo.

¿Cómo está yendo el año para Serca?

Serca ya supera, entre España y Portugal, los 600 millones de facturación, y esperamos cerrar 2025 cerca de los 650, aunque habrá que ver, porque el año empezó bien, aunque luego decayó: cerramos el primer trimestre con un crecimiento de en torno al 8% y no sé bien cómo cerrará el segundo trimestre, con Semana Santa, el puente del 1 de mayo, el apagón, etc.

En el último congreso lanzaste el mensaje de que Serca tiene empresas sólidas, empresas muy buenas, algo necesario en un contexto de consolidación y concentración de volumen...

Hace poco, en una reunión con

otros gerentes de grupo, yo era el más pesimista, porque pienso que, para seguir el ritmo de algunos gigantes del sector, tenemos que sacrificar margen, tanto de la central de Serca como de los socios, porque ellos compran, a nivel global, varios puntos mejor que nosotros. Y algo tenemos que hacer, porque, si no, estamos muertos.

Así que sí, creo que tenemos buenas empresas, que pelean bien en el mercado. Y tratamos de que no se vayan, de retenerles. Y una forma es trasladándoles los bonus, que tengan más dinero ellos aunque el grupo gane menos. Porque nos gusta ser independientes y ágiles... Aunque a veces pienso que no estaría mal que nos comprase a todos un fondo de inversión; sería complicado porque somos 55 empresas, pero, si compraran algunos de los socios de mayor facturación, el resto se sumaría.



“**Creo** que tenemos buenas empresas, que pelean bien en el mercado. Y tratamos de que no se vayan, de retenerles. Y una forma es trasladándoles los bonus, que tengan más dinero ellos aunque el grupo gane menos. Porque nos gusta ser independientes y ágiles...”

En cualquier caso, debe de ser complicado aunar los intereses de todos los socios de Serca, con diferentes casuísticas y, sobre todo, diferente dimensión y penetración en el mercado...

Bueno, creo que tenemos mucha suerte con los socios que tiene Ser-

ca: con todos, los grandes y los pequeños. Han evolucionado muchísimo desde los últimos años. Claro está que cada uno es consciente de cómo es, de qué volumen tiene y de cuáles son sus posibilidades, y nos dicen claramente qué quieren hacer y qué no, ya que la relación con

todos es excelente. Motortec ha sido un ejemplo de ello. Vi a los socios contentos, trabajando y agradecidos, nadie nos dijo nada negativo. Desde la dirección de Serca intentamos darles a todos su protagonismo. Todos tienen las mismas oportunidades en cualquier proyecto, ya sea referido a flotas, redes de talleres, servicios... Y, a partir de ahí, ellos escogen.

¿Y en qué medida participan de los diferentes proyectos? Porque, claro, los volúmenes son distintos y, como dice Eloy del Olmo (Repuestos del Olmo), hay socios que, por muy bien que lo hagan, están “discriminados geográficamente”...

No tenemos más de cinco socios que apenas participen en nada, el resto son bastante activos. Indudablemente, todos pensáis en los socios más grandes, los miem-



Nuestra estrategia pasa por ampliar la cifra de compra con los proveedores con los que trabajamos más estrechamente. El 78% de las compras de Serca ya se realizan a unos 40 proveedores preferentes, tanto patrocinadores como colaboradores. Y es una cifra que irá a más, sin duda”

bros del consejo, pero hay otros que son muy activos y están creciendo mucho: Paco de Soria, Siroco, Plasencia, el propio Del Olmo... Son empresas que, en su zona, no lo podrían hacer mejor. En muchos casos tienen que cubrir un área geográficamente muy extensa pero con un número de talleres relativamente bajo. Y tienes que tener una empresa muy bien trabajada para poder hacerlo de forma exitosa...

¿No se plantea una fórmula de consolidación interna dentro del grupo, en el que unas empresas puedan ir comprando a otras y concentrando?

Ya en 2016 planteamos un proyecto de consolidación dentro de Serca, y en 2018 lanzamos el congreso del 30 aniversario bajo el lema “Sinfonía de Consolidación”, pero es muy complicado, entre otras cosas, porque el valor de mercado de muchos distribuidores no es el que sus dirigentes piensan. Lo que también es un freno a compradores o consolidadores externos.

En Portugal no habéis tenido suerte con los socios...

No, la verdad. Hace unos años fue



Soulima, que la compró Lausan; después Bragalís, adquirida por Autozitanía. Y ahora Bombóleo, que ha sido adquirida por el fondo de inversión que ha invertido en Recalvi...

Así que la estrategia en Portugal es ir incorporando nuevos socios, que serán más pequeños que los que teníamos, tenemos algunos ya en cartera. Socios de en torno a 8-12 millones de euros de facturación, que venden directamente al taller y que asuman una estrategia similar a la que tenemos en España. Y Krautli funcionando como mayorista, del mismo modo que lo hacen otros socios en España. Porque queremos socios que vayan

directamente al taller, ya tenemos más de 100 talleres SPG y Nexus Auto en Portugal y es la forma en la que queremos crecer, es lo que sabemos hacer bien.

El año pasado creamos Veturilo Portugal. En breve, incorporaremos una nueva persona y montaremos la estructura adecuada para su desarrollo.

Porque Bombóleo está ahora bajo la órbita de Recalvi, como has comentado, pero, de algún modo, sigue también vinculado a Nexus...

Sí, es algo complejo. Bombóleo Portugal ha sido adquirido por Abac Capital, accionista de Recalvi, que es miembro de Temot International. Y Bombóleo, cuando entró en Nexus, lo hizo a través de su tienda en Brasil, y esta tienda sigue formando parte de Nexus.

MARCAS PROPIAS Y POLÍTICA DE PROVEEDORES

Cambiando de tercio, a través de SmartParts, Nexus ha explicado su intención de contar con una marca propia, Drive+, cada vez más fuerte y con más gamas...

Claro. Piensa que, dentro del parque ibérico de vehículos, el porcentaje de coches que tienen más de 20 años y que van a tenerlos hasta, como mínimo 2027, es de más del 15%. Hablamos de muchos vehículos de más de 20 años en los que el cliente del taller no va a invertir mucho dinero ni va a instalar marcas premium. Va a confiar en su taller -y éste en su distribuidor- para que le ofrezca productos buenos y a buen precio. Y ahí es donde entra Serca y nuestra marca propia.

Porque nosotros no mezclamos; es decir, porque los coches de entre 5 y 15 años los queremos captar con

La #CasaSerca

“Este Motortec 2025 ha sido muy especial para nosotros. No sólo por la gran afluencia de visitas, sino porque pudimos compartir quiénes somos de una forma cercana y entretenida a través de #CasaSerca”. Así destacan desde Grupo Serca su paso por la última edición de Motortec.

Los espacios de Serca quisieron reflejar la identidad y la visión de futuro del grupo como central de compras, con presencia internacional y especialistas en la distribución; sus divisiones de Maquinaria, Redes de talleres, Recambios y Flotas, como la solución para dotar de recursos a los talleres mecánicos; y

con la plataforma de servicios Service Next. Además, Grupo Serca diseñó una zona que homenajeaba su historia de 38 años de compromiso con el taller.

Los proveedores, por su parte, ofrecieron ponencias formativas. Serca también dedicó un espacio destacado a sus redes de talleres SPG, NexusAuto y Profesional Plus, mostrando su identidad, valores y ventajas competitivas. Junto a ellas, también se presentó la solución de flotas del grupo.

En cuanto a maquinaria, la gama Sauber Mecalift fue protagonista en una zona donde los talleres pudieron



ver de cerca soluciones de elevación y equipamiento. Además, el exterior del Pabellón 6 de Ifema Madrid acogió un espacio para el coche de carreras DR!VE+, la marca internacional distribuida en exclusiva por Grupo Serca.

Cabe destacar, además, que la sostenibilidad y la

responsabilidad social formaron parte integral del diseño y mensaje del stand del grupo, con materiales reciclables para su construcción y la colaboración con las ONGs Flor de Vida, Pedaleando por la Paz y Fast Spain, para dar voz y apoyo a estos proyectos.

marcas premium, las de nuestros proveedores preferentes.

Y supongo, que, además, tener una marca propia permite un mayor control sobre el producto...

Exactamente. Nos permite tratar con dos o tres proveedores para la misma línea de producto Drive+ y que, por ejemplo, un fabricante europeo nos cubra las fatas que se puedan producir de Asia. Además, esta marca Drive+ nos permite acceder a un mercado que pocos tenéis en cuenta, y es el de las marcas que están lanzando los fabricantes de vehículos. Hablo de productos Eurorepar, Motrio, ProService, Motorcraft... Son mercados a los que no llegábamos y ahora sí, podemos ser sus competidores o sus proveedores en toda una línea o en algunas referencias... Es un mercado con un enorme potencial.

Has hablado de los proveedores preferentes... ¿es vuestra filosofía reducir y concentrar proveedores?

Nuestra estrategia pasa por ampliar la cifra de compra con los proveedores con los que trabajamos más estrechamente. El 78% de las compras de Serca ya se realizan a unos 40 proveedores preferentes, tanto patrocinadores como colaboradores. Y es una cifra que irá a más, sin duda. Piensa que, en total, manejamos unos 160 proveedores, pero unos pocos son los que más apuestan por nosotros, y nosotros apostamos por ellos. También es una opción de tener mejores condiciones de compra, a través de acuerdos de interés mutuo.

Un aspecto importante del grupo son vuestras redes de talleres... ¿en qué cifras estáis actualmente?

Este año queremos llegar a los 300 talleres SPG en España, a los que hay que sumar otros 310 talleres

Nexus Auto y más de 1.100 Profesional Plus. Con estas cifras, sumadas a los 100 talleres premium que tenemos en Portugal, es más fácil afrontar un proyecto de flotas y de grandes cuentas. Aunque el taller suele pasar bastante de las flotas, porque los precios a los que pagan son muy bajos; eso sí, nosotros les decimos siempre que el futuro pasa por ahí, que no tienen otra opción. Igual que el futuro pasa por el vehículo híbrido y eléctrico, aunque aún no se matriculen tantos. Para el proyecto de flotas ahora contamos con Javier García, que procede de Continental. Es un perfil distinto del que teníamos. Al principio necesitábamos un perfil más zapador, para abrir camino, para explicarnos cómo era el negocio, un perfil agresivo. Pero ahora creo que nos va a ir mejor con otro perfil, menos agresivo y más enfocado en la rentabilidad y en dar servicio. Tenemos que conciliar nuestra red de talleres con el proyecto de flotas y no es fácil. ♦

MANUEL ALCALDE

GERENTE DE HOLYAUTO

En nuestro anterior número, charlamos con Antonio Mendo, quien nos puso al día de la situación actual del nuevo almacén del grupo en Madrid. La llegada a la capital es también el objeto de buena parte de esta entrevista, pero también lo es pulsar la actualidad de HolyAuto, una fórmula de distribución que siempre ha destacado por buscar la diferenciación en el mercado, la honestidad con socios y clientes y la fidelidad con sus proveedores.

Por **Juanjo Cortezón** 

Talleres en Comunicación: Aunque HolyAuto nunca ha acudido a Motortec, sí que estuviste como visitante. ¿Qué te ha parecido esta edición de la feria?

Manuel Alcalde: La feria se veía viva y activa, aunque, claro, cada uno tiene que hacer balance de la feria según sus objetivos y expectativas. En nuestro caso, como visitante, nos hemos encontrado con compañeros, hemos mantenido encuentros con empresas que han contactado con nosotros... Nunca hemos ido a Motortec. No sé si ahora que vamos a tener almacén en Madrid, tal vez se ael momento de plantearnos ir a la próxima edición para buscar clientes y establecer contactos...

¿Por qué decide HolyAuto entrar en Madrid?

Creo que ha sido una de las decisiones más importantes que hemos tomado. La idea surge porque hay bastantes socios que están muy próximos a la jubilación, muchos de ellos sin continuidad generacional, así que es probable que acaben cerrando o vendiendo sus negocios, lo que

supondría una pérdida de volumen para HolyAuto. Así que hemos decidido adelantarnos, pensar a medio y largo plazo y, como creo que las verdaderas necesidades del recambista pasan por la logística y la gestión de stocks, pues ahí HolyAuto puede resultarles muy útil, con su software Rayso.

Además, surgió la posibilidad de fichar a Antonio Mendo, así que se lo expuse al presidente y al secretario, que me dieron el visto bueno. Él tenía otras ofertas pero decidió venirse con nosotros, porque le gusta el proyecto y cree que va a funcionar bien. Creo que es un proyecto bonito, en el que le hemos transmitido nuestra confianza y dado total libertad.

¿Cómo va a funcionar HolyAuto en Madrid?

Al distribuidor le explicamos que nosotros respetemos la cadena de distribución y que no vamos a ir a venderle al taller, a su cliente. Y de cara al mercado, no queremos protagonismo, no vamos a ser disruptivos, pero sí queremos ir ganando cuota, cubriendo las faltas de muchas tiendas madrileñas y, poco a poco, si

ellas quieren, comenzar un noviazgo que acabe con que entren como socios de HolyAuto de pleno derecho. El almacén de Madrid se reaprovisionará desde el de Córdoba, queremos que acabe siendo el cliente principal de dicho almacén. Ahora, para abastecerlo, sí que se ha surtido de pedidos de proveedores, pero la idea es que no vuelva a hacerlo.

Aparte del acuerdo con Serca, ¿existen otros acuerdos con otros grupos dentro o fuera de IDAP?

Sí, nosotros tenemos acuerdos con Serca y Aser, hemos cerrado un acuerdo también con utoparts Ibérica. Con Andel y Grupauto no tenemos acuerdo como tal, pero sí se insta a nuestros socios a que las faltas que tengan se las compren a ellos...

Has hablado de vuestro software Rayso. ¿Qué ventajas le supone a un distribuidor trabajar con Rayso y HolyAuto?

Rayso significa Reaprovisionamiento Automático Y Stock Óptimo. Partiendo de un análisis del consumo anual de una tienda de recambios y



No descarto abrir más almacenes como el de Madrid. Desde luego, el futuro más inmediato pasa por arrancar en Madrid, pero, si encontrásemos a la persona idónea, ¿por qué no? En HolyAuto siempre hemos tratado de hacer las cosas distintas a los demás”

dejando a un lado algunos productos de temporada o de mucha rotación (escobillas, aceite, anticongelante y baterías), podemos tener unas 37.500 referencias del resto de productos, pero que se hayan vendido más de una por semana (más de 52 al año) no hay más de 3.600 referencias. Eso es el 9,5%, no llega siquiera al 10% de las referencias de un almacén.

Si a eso le añades que los proveedores te exigen cada vez más pedidos mínimos más voluminosos, nos encontramos con que las tiendas de recambios deben tener stocks cada vez más horizontales y menos verticales. Con Rayso recibes las piezas que has vendido el día anterior, lo que permite disminuir el stock e incrementar su rotación.

Rayso conecta nuestro sistema con el del socio cuatro veces al día analizando las piezas necesarias a enviar y reponer adecuadamente lo vendido, así que el personal destinado a realizar pedidos puede dedicarse a otros menesteres. Porque la tienda puede modular el sistema, decidir si es más conservador o más agresivo, decir a Rayso si quiere recibir la pieza si ha vendido dos unidades al año o tres al cuatrimestre...

No sólo no vendéis directamente al taller, sino que ofrecéis a la tienda de recambios diversas herramientas para sus clientes talleres, como cursos de formación, asistencia técnica o la red Q Taller...

Sí, todas esas herramientas las ofrecemos de forma muy modular, para que cada uno coja los servicios que necesite sin altos costes, todo muy económico. La mayor parte de talleres de la red trabajan con su socio de zona, pero se da la circunstancia de algunos talleres que se han puesto en contacto con nosotros porque han conocido la red a través de la prensa y ya pertenecen a Q Taller. Nosotros no identificamos Q Taller con





Exterior e interiores de las nuevas instalaciones de HolyAuto en Madrid.

HolyAuto, en ningún lado se rotula como HolyAuto. Pero, eso sí, la facturación de esos servicios no la hacen los socios, sino que la hacemos nosotros directamente. Evidentemente, para la tienda es un arma importante para fidelizar a sus clientes. En el caso de Madrid, Antonio Mendo y su equipo lo tienen a su disposición como una herramienta más. Pero queremos ir poco a poco, que quien mucho abarca, poco aprieta.

PROVEEDORES

¿El hecho de funcionar como mayoristas en Madrid os hará abrir os a nuevos proveedores?

No va a haber marcas distintas en Madrid y en Córdoba. Al revés: vamos a intentar potenciar a los proveedores que apuestan por nosotros. Si entra alguna nueva marca, primero lo hará en Córdoba, bien porque tengamos necesidad de ampliar alguna gama o bien porque considere-

mos que hay que completar alguna ya existente.

En HolyAuto destacamos porque somos fieles. Nos cuesta cambiar. Ante algún problema con un proveedor, hablamos con él y somos claros. Los cambios de proveedor que hemos tenido han sido por la falta de suministro o porque han bajado la calidad y eso se ha vuelto insostenible para nosotros. Pero cambiar por un tema de condiciones, nunca. Siempre hemos llegado a acuerdos.

¿En qué gamas o marcas estáis pensando?

HolyAuto empezó con sólo cinco líneas de producto: discos, pastillas, filtros de habitáculo, tensores y correas. Y ahora, por ejemplo, hay ocho subfamilias sólo en freno... Tradicionalmente, siempre hemos trabajado con un único proveedor. Pero desde la pandemia y los problemas de suministro que hubo hemos incorporado alguno más, siempre tratando de que no se canibalicen. Hemos empezado a doblar proveedores con el fin de fallar menos, de que los socios tengan más opciones a la hora de comprar y también a la hora de resolver las faltas de sus clientes. Ade-

“

Hay socios próximos a la jubilación, muchos de ellos sin continuidad generacional, que es probable que acaben cerrando o vendiendo sus negocios, lo que supondría una pérdida de volumen para HolyAuto. Así que hemos decidido adelantarnos, pensar a medio y largo plazo y abrir en Madrid”



Al loro, tronco. Ya estamos en Madrid.

- Nueva sede en Villaverde, Madrid
- Almacén logístico de venta mayorista
- Más de 40.000 referencias en stock
- Marcas exclusivas

Córdoba | T. 957 348 188 | cordoba@holyauto.com
Madrid | T. 919 076 078 | madrid@holyauto.com
www.holyauto.com


HolyAuto
GROUP



No va a haber marcas distintas en Madrid y en Córdoba. Al revés: vamos a intentar potenciar a los proveedores que apuestan por nosotros. Si entra alguna nueva marca, primero lo hará en Córdoba. En HolyAuto destacamos porque somos fieles”



más, con dos marcas, si hay un socio que se quiera expandir pero entra en conflicto con otro distribuidor, pues tiene la posibilidad de diferenciarse con distintas marcas.

Por otro lado, el parque está cada vez más envejecido, lo que provoca que tengas que tener una marca económica y otra premium... Y, por supuesto, ser capaces de dar respuesta a los vehículos eléctricos e híbridos, a las marcas chinas...

Supongo que aquí jugará un papel importante la marca propia...

Claro que sí. De hecho, tenemos cinco: HolyAuto para baterías, Original Pro -alternadores y motores de arranque-, Ice Pro -refrigerante-,

Stobdampfer -resortes de gas- y ÖLQ -aceite-.

¿Cómo ves a HolyAuto de cara al futuro? ¿Con más almacenes como el de Madrid?

Si pudiéramos, claro que sí. Pero vamos a ver primero cómo salimos de esta primera experiencia en Madrid y lo iremos viendo... Si encontrásemos a la persona idónea, ¿por qué no? En ese sentido, soy muy “echao p’alante”, y en HolyAuto siempre hemos tratado de hacer las cosas distintas a los demás.

Desde luego, el futuro más inmediato pasa por arrancar en Madrid. Luego veremos si incorporamos más familias de producto o algún proveedor más. Pocos nos querían y pocos nos apoyaron cuando empezamos y mira ahora. El valor de nuestras ac-

ciones se ha multiplicado por mil. Proveedores que no creyeron en nosotros luego han llamado a nuestra puerta... Y es que nosotros siempre hemos sido muy claros con los proveedores. Hubo fabricantes al principio que no quisieron entrar con nosotros porque querían defender a otros clientes más grandes...

¿Y el proveedor premia esa fidelidad de HolyAuto?

Creo que el proveedor que trabaja con nosotros nos valora bien. En cuanto a condiciones, eso es otra cosa. Un argumento que siempre suele decir Enrique Junquera (Andel) es el de que los proveedores suben tarifas porque tienen muchos costes de servicio, faltas etc. Y a almacenes como los nuestros, que pedimos en tiempo y forma y no les solicitamos faltas, nos lo tienen que premiar.

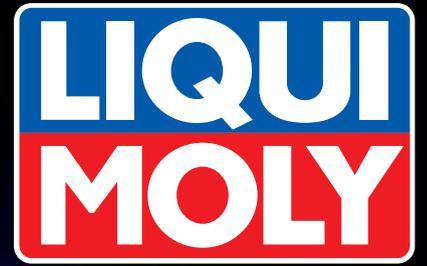
Para finalizar, ¿cómo se está desarrollando este 2025 para HolyAuto?

La distribución creció en 2024 en torno al 7%, según datos de Ancera. Pues nosotros crecimos un 15,5%. Es verdad que aquí hay que ponderar que entraron nuevos proveedores, que alcanzamos acuerdos con los grupos citados... Y el primer trimestre de 2025 hemos crecido un 18,7%... Veremos ahora las cifras hasta junio... A ver si se nota el crecimiento en Madrid y superamos el 20%.

Aparte de eso, pues lo de siempre, mucha pelea en el mercado, muchos distribuidores que se fijan sólo en el precio... La sociedad, en general, busca precio en todo; pero eso hay que compatibilizarlo con tener empresas que ofrezcan buenos sueldos, estabilidad, etc. Así que los márgenes son cada vez peores, ya que el coste laboral sube, el combustible, etc. ♦



Toda la información sobre el cambio de aceite con LIQUI MOLY está disponible aquí: www.liqui-moly.to/cambio-de-aceite



¿Necesitas un cambio de aceite?

¡Vamos!

Un deseo, una marca: encontrar el aceite de motor adecuado no requiere magia. Con la marca de lubricantes más popular de Alemania, los socios de LIQUI MOLY ofrecen una calidad superior fabricada en Alemania y saben exactamente lo que tu vehículo necesita. ¡Cámbialo ahora!



CHEMA RODRÍGUEZ

FUNDADOR Y DIRECTOR GENERAL DE RECALVI

Hemos de reconocer que nos encanta entrevistar a Chema Rodríguez. Siempre tiene disponibilidad y siempre nos contesta a todo, rotundo y directo, sin rodeos ni evasivas, proporcionándonos unos cuantos titulares. En esta ocasión, puedes encontrar no menos de tres o cuatro “bombas periodísticas” del sector y un sinfín de detalles sobre Recalvi Parts, sobre la entrada de ABAC Capital en el accionariado o sobre recientes e inminentes futuras incorporaciones...

Por Juanjo Cortezón y Miguel Ángel Jimeno 

Talleres en Comunicación: ¿Qué balance haces de Motortec?

Chema Rodríguez: Creo que esta edición -y es una opinión generalizada de los colegas con los que he hablado- ha sido, con diferencia, la mejor, al menos de los últimos años, desde 2010 que estamos presentes. Ahora la feria es más de distribución que de fabricantes y este año ha habido muchos visitantes profesionales. Nosotros tuvimos tres días intensos como nunca, no hemos parado ni un minuto y hemos notado ya, desde el primer día, que había una gran cantidad de tiendas y talleres. Claro está que la feria ya no es como antes, ya no es un sitio y un momento para hacer campañas. A nivel de recambio, se ha convertido, más que nada, en un certamen de exposición, para vender tu imagen, que vean tus productos y hacer relaciones públicas, recibir a nuestros clientes y a al-

gún proveedor, aunque para estos últimos tenemos otros foros.

Además, vosotros contásteis con un espacio dedicado a la competición, que hizo las delicias de los visitantes...

Sí. Hablando con David Moneo, su director, hace un año, nos comentó que sería bueno hacer una pequeña exposición, coincidiendo con que Madrid acogerá una prueba de Fórmula 1 en el entorno de Ifema. Así que llevamos una pequeña representación de coches y material de nuestra fundación, de nuestro museo. Y la organización nos comentó que estaba muy contenta, ayudó bastante y que fue el stand más visitado.

Recalvi empezó el año con muchas noticias, en especial la entrada de ABAC Capital, algo que ya nos avanzaste en la anterior entrevista...

Sí, la última vez que hablamos os comenté que Recalvi está bastante per-

sonalizado en torno a mí persona. Y yo ya voy cumpliendo años y, dado que el futuro no lo tenemos asegurado, porque no tenemos continuidad dentro del grupo, entendí que era momento de hacer algo. Teníamos ofertas, estuvimos negociando con Alliance, con LKQ y con alguno más, pero todos ellos querían comprar el 100% del negocio. Y a mí, personalmente, me fastidia desprenderme del 100%, ya que Recalvi es algo que he creado con mi gente, que he parido, con el único acierto de haber conseguido buscar y tener los mejores profesionales del sector en mi organización, por eso estamos ahí... Así que surgió el tema de ABAC Capital, al que conocíamos por alguna inversión en el sector (como Rhiag en Italia en su momento, Metalcaucho...) e iniciamos conversaciones, les presentamos el proyecto, ellos nos presentaron el suyo y decidimos que era un buen momento de que entrase un socio en Recalvi.

Lógicamente, ABAC tenía que adquirir la mayoría de Recalvi, es una condición ineludible para que un fondo de este tipo entre en un negocio, así que invirtieron con el 70% de la compañía.

Pero no ha habido cambios en cuanto a personal, ¿verdad?

Seguimos siendo los mismos, salvo la llegada de un director financiero, algo que es completamente lógico. ABAC nos aporta conocimiento, nos va a ayudar a hacer las cosas mejor de lo que hacíamos. Por ejemplo, creo que somos muy buenos en la parte comercial, pero no tanto en la parte administrativa y financiera, un área que ellos controlan muchísimo. Así que nos va a permitir crecer, consolidarnos y ser referentes.

Y tendremos que incorporar un CEO al negocio, porque al final hasta hoy, soy yo el que tengo que tomar todo



La idea de LKQ es, en torno a 2027, entrar en el mercado ibérico. Y Recalvi somos su primera opción en ambos países. Así que vamos a ver si llegamos a tiempo y, lógicamente, somos capaces de ponernos de acuerdo”

tipo de decisiones, hasta las más nimias: que si una furgoneta lleva demasiado tiempo parada sin motivo, que si a un trabajador no le han aumentado el sueldo como debían... Yo ya no puedo perder tiempo con estas historias en una empresa en la que ya somos casi mil personas. Ese día a día me mata, y así yo me vuelco más también al apartado de comprar em-

presas y de proveedores, que considero que es uno de los elementos más importantes de la compañía. Eso sí, uno de los temas que dejé claro cuando empecé a negociar con ABAC es que voy a morir con las botas puestas. Mientras pueda, mientras tenga cabeza suficiente y piernas para poder caminar, seguiré en Recalvi. Todos conocemos nuestro

cuerpo, y sé que cuando no esté capacitado o tenga dificultades, seré el primero en dar un paso al lado; mientras estaré aquí dirigiendo o ayudando, si hace falta, haciendo la función de lo que sea dentro de la compañía, Es verdad que si hubiéramos sido adquiridos directamente por un socio industrial, pues Chema Rodríguez tendría fecha de caducidad. Me obligarían a estar uno o dos años y luego adiós. En este caso, la única obligación es de unos años determinados de obligado cumplimiento, pero con contrato indefinido; por eso, como te digo, no tengo previsto ni pasa por mi mente ningún tipo de jubilación.

Pero la idea es que ABAC, como buen fondo, se deshaga de Recalvi Parts en unos años, cuando pueda obtener beneficio...

Claro como cualquier fondo, es su obligación. Al final, ABAC es un so-





En Recalvi estamos valorando seguir o no en Temot. Es un gran grupo, nos trae dinero a mayores e información y tenemos una gran relación, pero posiblemente necesitemos ir más allá. Estamos hablando con más actores y tomaremos una decisión de cara al 2026”

cio financiero que dentro de algunos años dará paso a un socio industrial. Para nosotros es un paso intermedio para seguir creciendo, mejorando, hacernos mas fuertes, más competitivos para preparar la compañía y, llegado su momento, dar este salto y entrar, si todo va bien, en LKQ, Alliance o al que sea.

LKQ -que a mí me gustaría fuese la elegida, llevamos años colaborando con ellos y algunas de sus compañías-, está adaptando la compañía, porque últimamente han acometido inversiones muy fuertes: la última en Canadá por valor de 2.000 millones de dólares, así que me imagino quieren hacer cash para nuevas inversiones. Su idea, por lo que comentan es, en torno a 2027, entrar en el mercado español y portugués. Y Recalvi somos su primera opción en ambos países, por cobertura -con más de 70 centros en España y 10 en Portugal- y facturación. Así que vamos a ver si llegamos a tiempo y, lógicamente, somos capaces de ponernos de acuerdo.

Para ello, es necesario unificar CIF, algo en lo que habéis avanzado en los últimos tiempos...

Sí, ha sido un trabajo increíble, más costoso de lo que pensábamos. Hemos unificado Recalvi Norte, Recalvi

S.L y Recalvi Canarias; con estos tres CIF se ha creado Recalvi Parts, que es la compañía en la que ha entrado ABAC. Y Recalvi Parts es y será la que compre e integre empresas, como Recalvi Mediterránea -que haremos este año-, Bombóleo -de la que se ha adquirido el 70%- Trusauto y Radsa, que haremos el año que viene.

En España pretendemos llegar a los 400 millones de euros de facturación en 2028 (ahora en el grupo facturamos 235) y en Portugal llegar a los 100 millones (ya superamos los 60). Y fuera del ecosistema de Recalvi estamos analizando la compra de algunas empresas; de hecho, tenemos dos con las que esperamos cerrar un acuerdo de compra pronto e integrarlas este año en nuestra organización.

Hemos hablado de algunas compras de Recalvi, pero, por ejemplo, Recambios Guadiana ha comenzado a formar parte de vuestro entorno pero sin transacción accionarial a día de hoy...

Hay una serie de distribuidores colaboradores que vamos incluyendo primero dentro del grupo Recalvi. En el caso de Guadiana, es uno más, viene de otro grupo, de trabajar otra serie de familias y de proveedores que no tienen que ver con las nuestros,

funciona de una forma diferente, tiene un sistema informático totalmente distinto... En estos casos, hacemos una valoración del negocio y tenemos una media de dos años vista para ejecutarla. Mientras, ellos tienen que sustituir proveedores, incorporar nuestro sistema informático..., etc. Digamos que tienen que empaparse de nuestra cultura y filosofía, trabajar con nuestros proveedores y sistemas y, pasados esos dos años, si procede y estamos de acuerdo, se ejecuta la operación. Es algo que ya hicimos con Bastida en Santander, con Autopris en Pamplona, Carmona en Mallorca, Marce en Burgos, Euskal en Vitoria, Mourente en Pontevedra o lo que vamos a hacer con Lagunak en el País Vasco en breve. Vamos, poco a poco, incorporando empresas, ya que tenemos, como te he comentado, un plazo de tres años que nos hemos propuesto para llegar a ese objetivo de los 400 millones. Y hacerlo con crecimiento orgánico es inviable, así que habrá movimientos, creceremos comprando empresas. Tenemos un plan muy bien definido, con conversaciones bastante adelantadas con varios distribuidores que nos irán permitiendo alcanzar ese objetivo. Y mientras, si se presenta alguna oportunidad, la estudiaremos, claro.

Porque consolidar parece la mejor opción ante la incertidumbre en el mercado...

Conozco casos de empresas que han contactado con LKQ, con ABAC, con otros fondos de capital riesgo... Diría por esas informaciones que media distribución en España está en posible venta. Y, realmente, creo que ahora es fácil integrar empresas; hoy la situación es buena en el sector, pero, a medio y largo plazo, hay bastante incertidumbre en torno a la descarbonización y la tecnología que se impondrá, a que el coche eléctrico trae consigo muchas menos operaciones de mantenimiento... Tenemos

Recalvi



Recalvi Parts

**DISTRIBUIDOR INTEGRAL DE RECAMBIOS
Y ACCESORIOS PARA EL AUTOMÓVIL**

www.recalvi.es

Fuera del ecosistema de Recalvi estamos analizando la compra de algunas empresas; de hecho, tenemos dos con las que esperamos cerrar un acuerdo de compra pronto e integrarlas este año en nuestra organización”

un futuro a largo plazo incierto y la concentración llegará, como ha ocurrido en otros sectores.

Tras la compra de Bombóleo, se da la paradoja de que Recalvi pertenece a Temot International pero Bombóleo Brasil sigue siendo parte de Nexus...

En Recalvi estamos valorando seguir o no en Temot. De momento, este año nos hemos comprometido a seguir con ellos, pero tenemos hasta el 30 de junio para definir si seguimos o nos cambiamos, por eso estamos conversando con varios grupos internacionales, porque creo necesitamos algo más de lo que nos aporta Temot. Temot es un gran grupo, nos trae dinero a mayores e información y tenemos una gran relación, pero posiblemente necesitemos ir más allá.

Bombóleo es socio y accionista de Nexus International, nos viene bien para saber cómo funciona Nexus. Así, ahora conocemos de primera mano la forma de actuar de dos grupos internacionales sin necesidad de hacer ningún cambio. No obstante, estamos hablando también con más actores. Eso nos permite no precipitarnos antes de tomar una decisión de cara al 2026.

CAMBIOS EN EL SECTOR

Con la entrada de ABAC y la unificación en torno a Recalvi Parts,

¿habrá cambios en vuestra forma de trabajar, que combina venta al mayor con venta directa al taller?

No vamos a cambiar nada en cuanto a nuestra distribución. Es una fórmula que nos va fantásticamente bien. Tenemos una zona mixta en el norte de España y las islas -Canarias, Mallorca, Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, Navarra y Logroño- donde fundamentalmente hacemos el taller combinado con el mayor, hasta Zaragoza donde ya hacemos sólo mayor. Y, en el resto de España (zona Centro, Sur y Mediterráneo) sólo hacemos el mayor. Eso lo vamos a mantener, pese a que nos pueda complicar alguna futura operación de compra.

A futuro, tengo claro -y es algo que hablo con nuestras tiendas más fieles, nuestros RecDealers, que ya suman más de 100 por toda España- que, tarde o temprano -me imagino no menos de 10/15 años- acabaremos yendo al taller en toda España. Un ejemplo: en Madrid tenemos tres centros de distribución al mayor, y con ellos jamás podremos dar cobertura al taller. Pero en esos años comentados -no sé cuántos-, lo normal será que esos minoristas se concentren, los podamos integrar y que, a través de ellos, hagamos la logística directa al taller. Así me imagino en el resto de zonas, fundamentalmente porque no va a haber margen para seguir como hasta ahora, creo que no habrá sitio para el mayor uni-

camente, por ese motivo. Amazon y muchos operadores más de internet como ejemplo ya venden al taller y al usuario final más barato que nosotros.

Hay quien piensa que, en ese entorno, los que más van a sufrir son los recambistas medianos, ya que los pequeños tienen una supervivencia más fácil...

Sí, recuerda que más del 60% de los distribuidores en España son lo que denominas “recambistas medianos”; más del 60% del sector en España, de los casi 4.000 recambistas que hay ahora mismo, entran en ese baremo. Y mientras, te pongo el ejemplo de algo que nos ha sucedido en varias provincias, en las que uno o dos trabajadores se montan por su cuenta, con un pequeño local, cercano a nuestras instalaciones, sin prácticamente stock -para eso nos tiene a nosotros-. Visitan a los talleres, venden muy barato (no necesitan tanto margen: su estructura es mínima) y, para ellos, es fácil facturar 70 u 80.000 euros al mes, ganando un dineral. Ese tipo de recambista, así como en las ciudades pequeñas o pueblos-, por la cercanía, entiendo que permanecerá: es una postura muy inteligente, porque tienen inversión baja, estructura bajísima y facturan, de esa forma son muy competitivos

¿Y qué papel juegan en todo ello los proveedores?

Los fabricantes tienen que empezar a buscar una distribución más selectiva. Tienen que ahorrarse la logística que hacen a todos esos recambistas medianos y, sobre todo, pequeños con cuentas muy pequeñas, para eso estamos los mayoristas. Muchos fabricantes están cerrando almacenes aquí y centralizando todo en Alemania, Francia o Italia. Acabarán sirviendo a 20 o 30 grandes clientes en lugar de a 2.000 o 3.000 más pequeños.



En cuanto a proveedores, ¿estáis pensando en ampliar más líneas de producto? ¿Tenéis en la cabeza ampliar o reducir proveedores?

Estamos pensando en reducir, estamos en una situación de que tenemos demasiados proveedores -cinco o seis- por familia, cuando lo ideal sería tener una primera marca como referente, una gama intermedia y una low cost. Llevamos trabajando en ello algunos años, sin que nos penalice el stock, que tiene que ser muy bueno y mantenerse vivo. En el fondo, se trata de trabajar con menos proveedores y hacer un poco más de cash sin perjudicar el inventario.

¿E incorporar nuevas gamas?... No sé, ¿pintura? ¿carrocería? ¿neumáticos?

En mecánica tenemos todo, pero, efectivamente, las líneas que citas apenas las trabajamos. Son líneas de producto que tenemos ahí, en stand-by, para, en el futuro, poder incrementar nuestras ventas. Seguramente atacaremos alguna de ellas en el medio o corto plazo. Pero, este año, no, porque vamos creciendo (a fecha de hoy, un 12,5%) sin tener en cuenta las nuevas incorporaciones.

Ahora nos mantenemos en una buena línea y no necesitamos invertir en personal para entrar en otras gamas que desconocemos y que nos aportarían facturación, pero también problemas.

Hablando de gamas, ¿qué papel juega para Recalvi vuestra marca privada, RecOficial?

Siempre consideré la marca blanca como un mal necesario en nuestro sector, si bien nosotros hemos ido por otra línea diferente a la de mercado: trabajamos un producto competitivo en precio, pero de proveedores de primer nivel; de esa manera, somos fieles a ellos, les compramos su marca premium y nos envasan la nuestra. Así no les hacemos la competencia, ya que, realmente,

son nuestros partner. Y ponemos en las cajas “genuine parts” o “recambio original”. Hace diez años, cuando empezamos con la marca, un constructor de vehículos nos denunció por hacerlo. El juez nos dio la razón, gracias a las cartas y a las declaraciones que hizo algún fabricante, y tenemos un documento que lo acredita y que textualmente, señala por ejemplo, que el producto que envasamos con la marca RecOficial propiedad de Recalvi es la misma que suministramos a la cadena de montaje a constructores de marcas como Fiat en Italia o Renault en Francia.

No trabajamos producto chino o turco, sino europeo, con fabricantes siempre de primer equipo. Conseguimos buenos precios con muy buena calidad y las tiendas y el taller nos lo reconoce. Y posiblemente no somos los más competitivos en precio, aunque tampoco lo pretendemos. Defendemos bien nuestra marca, ayudamos a nuestra Red Rec Oficial Service a que tengan también un gran producto con muy buen posicionamiento de precios y con calidad máxima, pese a que nuestra prioridad es apostar por la marca premium que, entre otras cosas, nos aporta más facturación.

Para finalizar, un par de aspectos que no hemos tratado: ¿se mantienen los acuerdos con Renault? ¿Y cómo va el negocio en Latinoamérica?

El acuerdo con Renault sigue vivo, no ha cambiado nada.

Y respecto a Latinoamérica, estos negocios, que están totalmente al margen de Iberia, ahora mismo atraviesan una situación complicada. Estamos presentes en cinco países y en prácticamente todos estamos bajando facturación por la situación sociopolítica, ya que empieza a haber inseguridad personal y, por supuesto, de cobro. Seguimos facturando pero no hacemos ningún tipo de esfuerzo en potenciarlo, ni en hacer nuevas aperturas, la verdad. ✦

ENRIQUE JUNQUERA

GERENTE DE ANDEL

La figura del mayorista goza de buena salud en el mercado español, sobre todo en ciudades como Madrid, Barcelona o Sevilla. Un ejemplo de ello es Andel, que no para de crecer, apoyado en sus tiendas asociadas, en una marca privada fuerte y, lo más importante, en su equipo humano. Porque, cuando hablas con Enrique, pone en primer lugar a su equipo, a las personas que conforman su organización y que son vitales a la hora de expandir Andel o desarrollar nuevos proyectos y servicios.

Por **Juanjo Cortezón** 

Talleres en Comunicación: Andel es ya un clásico en Motortec, ha estado presente casi desde su creación... ¿Qué balance haces de vuestra presencia en el certamen madrileño?

Enrique Junquera: Sí, la verdad es que ha sido ya la sexta edición de Motortec a la que acudimos con stand y la disfrutamos mucho, siempre vamos con ganas a la feria. Y en esta ocasión, cambiamos la fisonomía del stand. El año pasado creamos un departamento técnico, así que aprovechamos el stand para dar charlas técnicas a talleres, para presentarles nuestra red y también para mostrarles nuestra gama de maquinaria. Y lo cierto es que el stand estuvo muy concurrido toda la feria.

Desde que nació Andel en 2007, habéis ido abriendo nuevos almacenes: Madrid (2014), Barcelona (2018), Oporto (2022)... Parece que cada cuatro años, hay novedades, ahora toca 2026...

La verdad es que la cadencia ha sido así, cada cuatro años, pero es que también se han dado una serie de circunstancias, como que encontremos las personas idóneas, eso es fundamental. Sólo si tienes a la persona adecuada, puedes parar a pensar en abrir almacén en un sitio nuevo.

Eso sí, nuestra idea es crecer siempre. Somos mayoristas puros que no vendemos a talleres, así que la cercanía con la tienda es fundamental. Y, por ello, hay zonas en España que no podemos cubrir hoy. Así que nuestro plan pasa por estar más cerca de ellos, nuestra forma de actuar pasa por que la tienda de recambios se pueda apoyar

en ti, que le podamos solucionar un porcentaje muy alto de sus necesidades. Facilitarles que nuestro almacén sea una solución para ellos, darles un servicio rápido, convertirnos en un partner fiable para la tienda de recambios.

¿Y cómo es el proceso de instalarse en una plaza nueva?

Hay que demostrarle a la tienda que pueden confiar en nosotros. Con ellos, somos muy transparentes: sólo vendemos a tiendas. Hoy en España tenemos unas 150 tiendas asociadas con 200 puntos de venta. También vendemos a otro centenar de tiendas, clientes activos, a las que les damos servicio. La tienda necesita la pieza: se la demanda el taller, que necesita reparar el coche que tiene en el elevador. Y ahí estamos nosotros, que intentamos -y lo vamos consiguiendo- ganarnos la confianza de esa tienda, que sabe que nos tiene ahí para suministrarle el recambio que necesite.

¿Y los proveedores os ayudan?

Nosotros somos muy fieles con los proveedores, nos cuesta mucho trabajo cambiar. Pero también nos gusta poner en valor a aquellos proveedores que realizan una distribución más selectiva, porque premia nuestro tipo de negocio, al permitir a la tienda desarrollar el producto en su zona.



“

Somos muy fieles con los proveedores, nos cuesta mucho trabajo cambiar. Pero también nos gusta poner en valor a aquellos proveedores que realizan una distribución más selectiva”

Además, suelo comentar a los fabricantes que An-del ya se encarga, en su gestión diaria, de facilitarle las cosas al proveedor, de no pedirle urgencias. El fabricante se organiza con sus clientes, con sus pedidos diarios y nosotros tratamos de ser organizados y ahorrarles costes. Y sería justo que nos lo reconocieran.

En An-del, ¿se está produciendo un proceso de reducción o de ampliación de proveedores?

Ha sido un proceso gradual. Al principio teníamos sólo una marca o dos por familias de producto. Nuestra idea era abrir el abanico, aunque eso iba ligado a tener mayor volumen, claro. Afortunadamente hemos ido creciendo y a su

vez, hemos ido incorporando fabricantes que entendemos que, por su estrategia o por su política, encajan bien con nosotros. Y ahora, por cada familia de productos, podemos tener tres, cuatro o incluso cinco proveedores. Según hemos ido creciendo, hemos ido incorporando más marcas, para que nuestra tienda también pudiera diferenciarse y tener a su disposición diferentes opciones, diferentes soluciones. Que pueda defenderse en su zona y no tenga que buscarlas fuera de An-del.

En este contexto, ¿cómo avanza AGR, vuestra alianza en las compras con GrupAuto?

Poco a poco, hemos ido unificando proveedores y ya tres cuartas partes de las compras las realizamos conjuntamente. Estamos contentos, es una experiencia positiva para ambos.

Además, nos permite aprovechar sinergias más allá de las compras. Desde hace tiempo, nuestros socios, si no encuentran una pieza en An-del, pues la compran a GrupAuto y viceversa.

Hablando con otros grupos, muchos destacan la creciente pujanza de las marcas privadas, ante un claro envejecimiento del parque. Vosotros apostásteis desde el inicio por la marca An-del, y ahora incluso contáis con un nuevo responsable para su desarrollo internacional...

En An-del apostamos por las marcas premium, pero queremos que la tienda que nos compra tenga diferentes opciones. Y ahí la marca An-del le sirve para diferenciarse y para tener más margen.

An-del nació en el año 2007 y ya lo hizo con marca privada. Siempre hemos estado convencidos de contar con una marca potente en gama, referencias, nivel de calidad... Para ello, siempre trabajamos



En Andel trabajamos con la mirada puesta en que, a futuro, los cambios que se produzcan en el mercado nos cojan bien preparados, bien orientados. Que nuestra estrategia no se desvíe demasiado de hacia dónde bascule nuestro mercado. Y en ello estamos”



con proveedores contrastados. El año pasado, a raíz de una acción comercial con VT Batteries, que es una marca con presencia en muchos países, surgió la posibilidad de que nos ayudaran a exportar nuestra marca privada, que ya es muy compleja y cuenta con diferentes familias de producto. Entendimos que lo mejor para este proyecto es que lo llevara a cabo una persona con conocimientos, bagaje y experiencia internacional. Y surgió la posibilidad de contratar a Stéphane Hayes como responsable de Desarrollo de la marca, apoyándose en la red comercial de VT Batteries y en otros contactos que ya tenga o que vayan surgiendo.

¿Y en cuántos países está presente ya la marca Andel?

Bueno, vamos poco a poco. En primer lugar, vamos incorporando nuevas referencias y completando gamas, para poder cubrir diferentes mercados, pero lo cierto es que ya hemos hecho operaciones por varios países de Sudamérica y Asia.

Una gama en la que estáis poniendo el foco es la de equipamiento de taller, algo que vimos en Madrid, en la feria de maqui-

naria que organizásteis...

Sí, en Madrid hemos incorporados técnicos, que dan apoyo a las tiendas cuando van a visitar a los talleres. Eso nos ha permitido que las ventas de maquinaria crezcan muchísimo. Antes, vender un equipo era sólo cuestión de precio; ahora, los técnicos hacen las demostraciones, les resuelven sus dudas, les dan soporte posventa... El trabajo que realizan es vital, ya que, si no, es complicado vender maquinaria. Estos dos técnicos también dan apoyo a Barcelona y Oporto, aunque la idea es que allí también se contraten técnicos.

¿Y cómo va la Red de Talleres Andel?

Muy bien. De nuevo, fue gracias a la incorporación de una persona, en este caso de Juan José Salazar, que ha hecho un magnífico trabajo con la creación de un departamento técnico y call-center, con dos formadores y cuatro técnicos. Ello nos permite dar formación a los talleres y atenderlos, así que la red ha crecido de forma considerable y ya supera los 300 talleres.

¿Qué planes os habéis marcado para este 2025?

Para lo que queda de 2025, tal vez

lo más importante sea que nuestro almacén en Oporto alcance velocidad de crucero, algo que creo lograremos gracias a la incorporación -a finales de 2024- de José Alberto Martins y su equipo. El mercado portugués es muy complicado pero vamos haciéndonos un hueco, creo que allí encajamos muy bien, porque en Portugal la figura del mayorista tiene un papel muy importante. Y José Alberto y su equipo conocen muy bien el mercado y son personas reconocidas. Es cuestión de tiempo: de que nos vayan conociendo, que vayan probando, que vean que les aportamos soluciones, que somos serios, que somos fiables, que somos transparentes.

Para finalizar, ¿qué papel crees que juega y jugará Andel en el mercado ibérico, en el que se está avanzando hacia la consolidación de distribuidores?

La concentración o consolidación a nivel de empresas es un hecho, no hay más que ver la presencia de gigantes como Alliance o PHE, que van acaparando su cuota de mercado. En ese contexto, nosotros seguimos a lo nuestro. Creo que, como el mercado español está muy fragmentado, cada uno tenemos nuestra parcela, nuestro hueco. En este sentido, en Andel trabajamos con la mirada puesta en que, a futuro, los cambios que se produzcan en el mercado nos cojan bien preparados, bien orientados. Que nuestra estrategia no se desvíe demasiado de hacia dónde bascule nuestro mercado. Y en ello estamos. ✍

PROFESIONALES.
FABRICANTES.
TALLERES.
TIENDAS.

ANDEL, EL RECAMBIO QUE MUEVE EL SECTOR

5 plataformas
logísticas

12.700 m²
Sevilla, Málaga, Madrid,
Barcelona y Oporto.

Red de tiendas en
España y Portugal

+150 distribuidores.
+200 puntos de venta.

Red de
talleres

Más de 350 talleres.
Servicios exclusivos para la Red.
Servicio de asistencia técnica propio.
Formación propia.

 **ANDEL**

Líder en venta y distribución
de **recambios de automóvil**



www.andelautomocion.com



MAX
MARGALEF

CEO DE ASER



PEDRO
MOURA

DIRECTOR GENERAL DE ASER

Trabajando para el futuro, centrados en sus socios y los clientes de sus socios. Estos podrían ser los dos titulares que resumiesen el presente del grupo, de boca de dos de sus máximos responsables. Pero no todo queda ahí, porque a lo largo de la entrevista abordamos su política de proveedores -que pasa por la concentración y por canalizar compras desde el grupo-; charlamos sobre los socios que ya no están en ASER y los que están por llegar y, sobre todo, hablamos del plan del grupo para el corto y el medio plazo.

Por **Juanjo Cortezón** 

Talleres en Comunicación: ¿Cómo se está desarrollando este 2025 para ASER?

Pedro Moura: Los socios nos comentan que, a nivel de negocio, está yendo bien, y el plan que tenemos marcado para el grupo está en marcha.

Max Margalef: El envejecimiento del parque provoca que en el canal independiente tengamos que luchar de forma constante por cuidar la rentabilidad de nuestros negocios. Es un mercado cada vez más exigente en cuanto a condiciones de mercado. Nosotros nos

esforzamos, como siempre hemos hecho, en ofrecer el mejor servicio posible a nuestros clientes.

Y a nivel de grupo, es un año en el que estamos trabajando, focalizados en la concentración de compras y servicios a los talleres.

¿Por qué? ¿En qué estáis trabajando?

M. Margalef: Porque dentro del plan de desarrollo que Pedro nos presentó -y que consensuamos con el Consejo de Administración y con los socios-, este es un año en el que hemos apostado por la reducción de proveedores homologados en el grupo. Venimos de un entorno

en el que se homologaron un exceso de proveedores, ya que, cuando había socios que no trabajaban alguna línea de producto con los proveedores homologados, la solución que se tomaba era homologar dichos proveedores, y eso hizo que nuestra cifra se diversificara, se diluyera.

Así que ahora Pedro tiene un trabajo complicado. Deshomologar proveedores, quieras o no, conlleva que alguno de ellos quiera mantener su volumen de negocio, su cifra, con algunos de los socios del grupo. Y esto hace que se generen

conflictos, fricciones, problemas... En resumen, se trata de adecuar los proveedores homologados a las necesidades del grupo y concentrar compras en determinados proveedores, homologados por Nexus International. Y hemos comenzado en algunas líneas a centralizar compras desde el grupo, algo que está funcionando muy bien y es un camino que vamos a explorar más.

P. Moura: Todo forma parte de un proceso. Yo no defino cuáles son los proveedores con los que trabajar, sino que me dedico a escuchar a los socios, percibir sus necesidades y ver cómo están funcionando o se están comportando los proveedores en la actual situación de mercado. Y en conjunto tomamos decisiones.

Es importante tener una estrategia marcada y seguirla. Cuando hablamos de concentrar compras es importante el volumen, sí, pero también es fundamental escoger fabricantes con penetración en un gran porcentaje de socios. Porque podemos asistir a situaciones donde haya una relación muy fuerte con un determinado proveedor, con una cifra alta que, simplemente, resuelve una necesidad de dos o tres socios. Y nos gusta mantener relaciones bilaterales, que beneficien a las tres partes, proveedor, grupo y socio.

M. Margalef: El volumen es importante, pero hay proveedores que buscan una distribución que les proporcione penetración de su marca en una zona determinada, algo que deriva en una relación más prolongada en el tiempo y de más futuro, creciendo en cifra de forma continuada y desarrollando esa marca en las diferentes zonas donde estamos presentes.

¿Vais a profundizar en la centralización de compras?

M. Margalef: Lo hemos empezado a hacer con los proveedores en

“**Estamos** adecuando los proveedores homologados a las necesidades del grupo. Y hemos comenzado en algunas líneas a centralizar compras desde el grupo, algo que está funcionando muy bien y es un camino que vamos a explorar más”.

Max Margalef

el mercado español, en Portugal ya se hacía, y las primeras familias de producto en que lo hemos probado han hecho crecer nuestro volumen de negocio con esos fabricantes.

P. Moura: Soy consciente de los socios que tenemos hoy. Y ahora, el cruce de información es sencillo, y la detección de oportunidades también. Trabajando con menos marcas, pero todos los socios a una. Eso nos permite detectar determinadas oportunidades, determinadas líneas y referencias para trabajar y tener en stock. Y en este contexto, percibimos oportunidades de vender familias que no trabajábamos. Ahora remamos todos en la misma dirección, con una diversidad que nos enriquece.

¿Qué papel juega en todo ello vuestra marca propia ASER?

M. Margalef: Nosotros interpretamos la marca propia como una solución para aquellas líneas de producto donde, con pocas referencias, ya tienes una cobertura de ventas importante. Porque el marketing y otros costes añadidos para potenciar una marca propia con

muchas referencias encarece ese producto.

Y buscamos proveedores que nos garantizan un nivel de servicio y una calidad importante, porque no podemos poner nuestro nombre a cualquier cosa. No podemos poner nuestra marca a cualquier producto que no cumpla los mínimos de garantía y calidad que exigimos.

P. Moura: Eso sí, no estamos cerrados a incorporar nuevas gamas de marca propia, siempre en productos de mantenimiento que no sean excesivamente técnicos, como señala Max. Por ejemplo, aprovechando la campaña El Recambio vamos a lanzar un nuevo limpiador de frenos con nuestra marca. Y luego pensar en alguna oportunidad de mercado, como pueden ser las balizas V16, para poder atacar una necesidad que va a haber en el mercado.

Hace tiempo, hubo un grupo de socios que decidieron salir del grupo. Socios que, salvo algún caso aislado, no suponían una gran facturación. Pero más recientemente sí que se ha produ-

cido la salida de tres socios con facturación importante: Sureya, Engar y Hergar. Habéis comentado algunas medidas para paliar esa pérdida, pero me gustaría conocer cómo habéis vivido todo el proceso y qué ambiente se respira hoy entre los socios...

M. Margalef: Por supuesto, lamentamos las tres bajas, como lamentamos las bajas anteriores. Son casos distintos. En el caso de Sureya, por ejemplo, hubo un cambio en la gerencia que consideró un cambio de rumbo porque, desde hacía tiempo, su tipo de distribución era diferente a la de la mayoría de los socios que conformamos ASER. Sureya es un negocio enfocado a la venta al mayor y en nuestro grupo el enfoque es potenciar el marketing y herramientas como las redes para que los distribuidores tengan más cuota de mercado ante su cliente, el taller. Y ese ha sido uno de los motivos por los cuales pensaron en una opción distinta a ASER. En el caso de Engar, tiene varios puntos de venta, algunos de ellos muy enfocados al vehículo industrial. Siempre nos han apoyado en las decisiones que hemos tomado y trabajábamos muy bien con ellos en turismo y vehículo ligero. Pero por necesidades urgentes con las que se han encontrado, nos pedían profundizar más y más rápido en el segmento del vehículo pesado. Y Hergar tiene un plan estratégico para crecer como mayorista en la zona Centro, con un enfoque que combina venta al mayor con venta al taller. Mantuvimos conversaciones el año pasado que dieron lugar a unos acuerdos que se han cumplido. Les deseamos toda suerte en el mundo, y sé que ellos también nos la desean a nosotros.

Y me gustaría poner un último nombre sobre la mesa: Recam-

bios Jesús. Resulta paradójico que sea tienda NAPA pero que continúe dentro del Consejo de Administración de ASER....

M. Margalef: En la distribución de recambios en España ocurre que la inmediatez del suministro al taller es fundamental. Es una característica única y buenísima de nuestro mercado, nuestra capilaridad y su rapidez sirviendo la pieza. Y ocurre que, para esta inmediatez, en ocasiones, el socio tiene que comprar en plaza, a mayoristas de su zona, competidores, proveedores que no están homologados, para dar esa solución al taller. Siempre he dicho que el mayor proveedor de todos los grupos, el proveedor de más volumen, son los mayoristas. Y todos los grupos buscamos herramientas y fórmulas para que esa cifra se encauce hacia los proveedores homologados en compras dentro del grupo.

En este contexto, también le ocurre lo mismo a Recambios Jesús, necesita un proveedor determinado para poder proporcionar ese servicio a sus clientes, por lo que algunas urgencias las compra a este mayorista. Como se trata de un distribuidor con un volumen importante, hace más ruido un caso como este en el mercado...

P. Moura: Además, Recambios Jesús es un distribuidor que procede del eléctrico, al que siempre le ha costado más desarrollar la mecánica, relacionarse con determinados proveedores y mantener un volumen importante en stock, algo que no siempre resulta fácil.

Con las salidas de socios de ASER -todos ellos españoles-, Portugal gana peso dentro del grupo, ¿no?

P. Moura: ASER en Portugal es un proyecto joven, tiene apenas cinco o seis años. Y los socios lusos han apostado fuerte por el grupo, que está funcionando muy bien. Pero

España y Portugal son mercados completamente distintos. Al principio, éramos la puerta de entrada para muchos proveedores que querían aumentar su facturación en mi país y trabajar, sobre todo, con alguno de los socios principales. Pero, a día de hoy, no. A día de hoy, ASER es interesante en su conjunto, con todos los socios portugueses están creciendo a dos dígitos, y que no es un mercado tan agresivo como el español. Eso sí, por lo que estoy viendo, creo que tenemos un gran potencial en el mercado español, por parque y oportunidades de negocio.

M. Margalef: Para el grupo, es igual un socio portugués que un socio español. Eso sí, hablamos mucho entre todos los socios y, a nivel interno, buscamos cada vez más sinergias conjuntas.

¿Tenéis pensado incorporar más socios?

P. Moura: Antes de salir a buscar socios, quiero que ASER sea interesante para ellos. No quiero ser un grupo más. Y me gustaría elegir qué tipo de socios incorporar, porque, para que funcione, tiene que haber afinidad. De poco sirve incorporar un socio que nos aporte volumen pero que no trabaje nuestras marcas o que su estrategia no cuadre con la nuestra.

Estamos analizando nuestros números para, por lo menos en las familias principales, tener muy claro adónde vamos, las condiciones que tenemos y qué podemos hacer. Y tener también clara la situación de los diferentes servicios, porque es importante poder ofertar a los socios cada vez más herramientas y aportarles cada vez más servicios. Eso sí, llevo un año aquí y, dentro de poco, tengo planificado retomar conversaciones con algunos socios potenciales. Siempre teniendo claro que lo primero son las personas;

MEYLE

¿NUESTRAS PIEZAS? MÁS QUE UN SIMPLE REPUESTO



¿Buscas piezas de alta calidad y soluciones totalmente precisas? En ese caso con MEYLE estás en el sitio acertado. ¿Por qué? Porque cuando desarrollamos y fabricamos no solo confiamos por completo en nuestro conocimiento experto, sino que también cumplimos con los más altos estándares de calidad, que son los nuestros. Con nuestras propias fábricas y con nuestros excelentes ingenieros, nuestras piezas se convierten en más que un simple repuesto, ya se trate de dirección, tren motriz, frenos, motor, filtros, electrónica o sensores.

Toda la información sobre nuestros 24.000 productos disponible aquí: www.meyle.com



**SABER
MÁS**



ASER tomó la decisión de no estar en Motortec a cambio de hacer eventos más enfocados a los socios y sus clientes, los talleres. Queremos estar cerca del socio y que el socio tenga cercanía con sus clientes. Y que nuestros recursos de marketing, con la dimensión que tenemos, con los socios que somos, estén bien dedicados”. **Pedro Moura**

después, que haya entendimiento y afinidad con el proyecto y que tengan ganas de trabajar con nosotros.

Has hablado de herramientas y servicios..., habládme, más en detalle, de vuestras redes de talleres AutoDrive y ASERauto...

M. Margalef: El proyecto de las redes no es nuevo, lo que sí es nuevo es la fusión de dos redes (Star y TecnoTaller) en una: AutoDrive. Es un proceso que requiere limar algunas relaciones con los talleres: hemos pasado de tener una serie de servicios a la carta, donde los talleres abanderados no tenían compromiso de volumen y nosotros tampoco les aportábamos determinados valores añadidos que les ayudaran en ventas y beneficio. Ahora hemos hecho una criba y tenemos menos empresas abanderadas a este proyecto, porque no cumplían un mínimo de facturación y de compromiso con su distribuidor. Y ellos también han visto mejorado nuestro compromiso de ofrecerles servicios, campañas y otros valores añadidos. Hemos buscado que ambas partes ganemos en el proceso, hemos apostado

más por la calidad que por la cantidad y hemos trabajado para que ellos también tuvieran esta percepción.

P. Moura: Ha supuesto cambios. Tenemos una persona dedicada a visitar a todos los talleres de la mano de los socios y ver cada situación concreta. Y junto a Paula Soares, con un equipo pequeño, están haciendo un trabajo increíble, ya que están fusionando las redes en AutoDrive mientras desarrollan una propuesta nueva como ASERauto.

¿Qué otras acciones tenéis pensado desarrollar durante los próximos meses?

P. Moura: ASER tomó la decisión de no estar en Motortec a cambio de hacer eventos más enfocados a los socios y sus clientes, los talleres. Queremos estar cerca del socio y que el socio tenga cercanía con sus clientes. Es un concepto que nace de la idea de que nuestros recursos de marketing, con la dimensión que tenemos, con los socios que somos, estén bien dedicados. Haremos acciones de marketing bien dirigidas hacia los clientes de

los socios, eventos de marketing muy directo, con herramientas de venta y condiciones concretas para que cada socio y los talleres de esa zona lo aprovechen al 100%, sin dispersar. Vamos a promover eventos para que pueda afianzar su relación y acercarse a los talleres, a la vez que le ayudamos a desarrollar nuevas familias de producto, nuevas oportunidades de mercado, a través de formaciones o workshops concretos, viendo las necesidades de cada zona y diseñando, a medida, algo adecuado a cada socio y sus clientes. Haremos dos o tres de aquí a final de año.

Habéis hablado de apostar por los proveedores de Nexus.

¿Cómo están las relaciones con el grupo internacional y sus socios ibéricos?

M. Margalef: Hemos pasado unos meses convulsos y complicados y ahora es cuando estamos trabajando la agenda de reuniones. Pero, como te decía al principio, tenemos una estrategia de concentración hacia los proveedores de Nexus. En cuanto a nuestros socios de IDAP, con HolyAuto hay un acuerdo con una serie de familias. Y estamos convencidos de que podemos contribuir a generar sinergias para potenciar determinados productos o marcas.

Para finalizar, dadme un titular sobre ASER para este 2025...

M. Margalef: En 2025, ASER va a estar muy centrado en sus socios y en los clientes de sus socios.

P. Moura: En mi caso, tengo una tarea desafiante, que pasa por analizar nuestra situación, nuestro presente y ver las necesidades del futuro. Es un camino que estamos recorriendo. Tenemos una visión clara y definida y estamos ejecutándola. Estamos preparando el futuro. ✎



XXIII Premios Personajes de la Posventa

Éxito sin precedentes

Más de 400 personas se dieron cita en Ifema para homenajear a Juan Carlos Martín (AD Parts), Emilio Orta (DRiV) y Juan Carlos Pérez-Castellanos (GAUIb); José Luis Gata (Solera) y José Juesas (Recambios Segorbe) fueron premiados por su trayectoria y Bonilla Motor, como mejor taller ibérico.

La Sala Oriente de Ifema Madrid albergó, la tarde del 22 de abril, la entrega de los XXIII Premios Personajes de la Posventa, organizados por Posventa.info y Talleres en Comunicación, con el apoyo de Motortec. La ceremonia reunió a más de 400 personas, los principales referentes del sector del aftermarket español en un evento que reforzó su papel como plataforma anual de referencia.

En la categoría Personajes de la Posventa, Juan Carlos Martín, director general de AD Parts y vicepresidente de Ancera, recibió el premio de manos de Xabier Jauregizar, director comercial para España y Portugal de Alkar Automotive, quien realizó un resumen de la trayectoria del premiado, destacando su buen hacer al frente del principal grupo de distribución español. Por su parte, Emilio Orta, Senior Sales Manager Key Account Manager en DRiV, recibió el premio de su excompañero Egoitz Goiricelaya, recién nombrado director de Ventas y Operaciones en NRF para Iberia y de Stéphane Vershelde, managing director para Francia e Iberia en DRiV. Orta dedicó el premio a compañeros, familiares y amigos y quiso tener un recuerdo especial para su tierra, Valencia, agradeciendo a todos los voluntarios que acudieron tras la DANA.

El tercer premio Personaje de la Posventa recayó en Juan Carlos Pérez-Castellanos, ex director general

de Grouppauto Unión Ibérica, que recibió el galardón de manos de su sucesora al frente del grupo, Nines García de la Fuente, también presidenta de Ancera. Nines destacó el magisterio profesional de Juan Carlos quien, a su vez, señaló que su principal mérito laboral ha sido rodearse del mejor equipo. Pérez-Castellanos, además, quiso dedicar el premio a su mujer, presente en el evento.

Un paso a un lado

Tras estos premios, Miguel Ángel Jimeno, editor de Talleres en Comunicación y Posventa.info, anunció su “paso a un lado”, anunciando a la audiencia que se jubila pero que se mantendrá activo en el sector organizando los premios Personajes de la Posventa y “reuniéndome con amigos de un sector que me fascina”. Jimeno recibió el reconocimiento de la sala, que se puso en pie, de la redacción de la revista, quienes le entregaron una portada personalizada, y de sus compañeros y colegas de la prensa, que le obsequiaron con una pluma.

Traectoria Profesional

Por otro lado, en la categoría Traectoria, José Luis Gata, Business Development Manager de Solera recibió el galardón de manos de Jaime Silvela, director general de la compañía en Iberia, y de José María Galofré, CEO de Volvo España, quienes destacaron cómo Gata supo cambiar la posventa en Volvo y, más tarde, desarrollar el área de Posventa en Solera. Por su par-



te, José Luis Gata realizó una panorámica de toda su vida profesional, desde sus inicios en un taller independiente hasta esta última etapa en Solera.

José Jueas, cofundador de Auto Recambios Segorbe, fue reconocido por sus 48 años dedicados a la posventa de automoción. Jueas, quien inició su negocio en 1978 con horarios de más de 18 horas diarias, resaltó la importancia del relevo generacional y dedicó el premio a sus hermanos, cofundadores del negocio. Jueas recibió el reconocimiento de manos de Antonio López, director general de Reynasa y compañero de grupo en Serca.

#SoyPosventero

El premio Soy Posventero recayó Talleres Bonilla, concesionario Peugeot en Toledo. Lucía Bonilla, CEO de Bonilla Motor, recogió el galardón de un negocio en el que transformó el taller familiar en un ecosistema integral de movilidad. Bonilla enfatizó la importancia de las pymes y de la posventa dentro de los negocios marquisitas. Su enfoque en tecnología y experiencia del cliente refleja la adaptación necesaria ante cambios sociodemográficos. ✍





MAFLOW: INNOVACIONES EN AUTOMOCIÓN

CONOCE NUESTROS NUEVOS PRODUCTOS EN MOTORTEC 2025

En Maflow os invitamos a descubrir las últimas innovaciones en sistemas de refrigeración móvil, las novedades de los líquidos refrigerantes y cosméticos Borygo y soluciones para la automoción.

NUESTROS SERVICIOS:

- Sistemas de refrigeración móvil y aire acondicionado.
- Racores, mangueras y componentes.
- Fabricación aditiva 3D.
- Líquidos refrigerantes Borygo y cosméticos para el automóvil.



NUEVOS REFRIGERANTES GAMA HEAVY DUTY

Recomendables para maquinaria agrícola, obra pública, vehículos comerciales y equipos industriales de alto rendimiento.

Cumplen con la con la norma ASTM D6210, el estándar más severo hasta la fecha.



MAFLOW
spain automotive

borygo
anticongelantes refrigerantes

Aquí tenéis las mejores imágenes del evento, el más concurrido y uno de los más emotivos de los últimos años

Fotografía: IndieProf y Paola Robles









Motortec 2025: balance récord

Más de 65.000 visitantes profesionales de 80 países, 710 empresas expositoras (255 extranjeras de 28 países) y 100.000 metros cuadrados de exposición. Motortec 2025 se convierte en la edición récord de una trayectoria que arrancó hace 34 años. Tras este éxito, Ifema Madrid trabaja ya en su próxima convocatoria, que se celebrará del 7 al 10 de abril de 2027 en su recinto ferial.

TEXTO: BEATRIZ SERRANO



Un total de 65.514 profesionales, procedentes de 80 países, y 710 empresas expositoras se dieron cita en Motortec 2025, la feria de la posventa organizada por Ifema Madrid del 23 al 26 de abril. La oferta expositiva, distribuida en 100.000 m² en 6 pabellones de sus instalaciones, mostraron “el notable esfuerzo en I+D de una de las mayores industrias de nuestra economía”, tal y como recordó el ministro de Industria y Turismo, Jordi Hereu, durante la inauguración del certamen. Con estas cifras, la feria supera los 52.251 visitantes registrados en la edición en 2022 y los 60.349 de 2019, convirtiéndose en la edición récord de una trayectoria que arrancó hace 34 años.

El ministro, que recordó que España es el segundo fabricante de coches de Europa y el noveno del mundo, se refirió a la industria de componentes de automoción como un agente social y económico fundamental, a la hora de transmitir confianza en los talleres y prestar un servicio que da continuidad a la vida útil de nuestros vehículos. Este sector afronta retos como los de mejorar la movilidad sostenible, no perder el tren de la competitividad, y el de potenciar la colaboración público-privada. En este sentido, Jordi Hereu resaltó el esfuerzo inversor que está acometiendo su Administración, con el desarrollo de un plan de defensa activa y ayudas como las imple-

mentadas en hasta tres Pertes, dotados con 10.500 millones de euros. El sector representado en Motortec supone más del 10% del PIB español y el 12% de empleo, factura al año por valor de 30.000 millones de euros y genera en torno a 250.000 puestos de trabajo, cifra que se queda corta ante la necesidad de nueva mano de obra que garantice el relevo generacional y una adecuada atención de los talleres. Así lo expuso Benito Tesier, presidente del Comité Organizador del Salón y vicepresidente de Sernauto, quien coincidió con el ministro en la necesidad de potenciar la movilidad eficiente y la colaboración público-privada. Por su parte, Nines García, presidenta de Ancera, subrayó el músculo innovador propio de este sector, un segmento el representado por la asociación integrado por 43.000 empresas, más de 3.000 puntos de venta, alrededor de 40.000 trabajadores y que factura en torno a 16.000 millones de euros. Incidió también en la necesidad de potenciar la formación, captar talento joven y el reto de adaptarse al proceso de transformación digital que está acometiendo esta industria.

Protagonismo del taller

Entre los visitantes registrados en Motortec, tuvieron especial protagonismo de nuevo los talleres, con un total de 34.067 profesionales. Asimismo, destacó la visita de 7.213 estudiantes, los futuros profesionales de un sector que necesita garantizar su relevo ge-

neracional. En este sentido, Motortec, alineado con ese objetivo prioritario de la posventa, puso especial empeño en captar talento joven, haciéndoles atractivo un sector que ofrece interesantes salidas profesionales.

Por sectores de actividad, un 52% de los visitantes correspondió a talleres (con mayoría de talleres mecánicos, multimarca y electromecánicos), seguidos de distribuidores (13,18%), servicio (11,13%), fabricantes (7,29%), estudiantes (6,94%), exportadores/importadores (4,20%), grupos de compra (2,13%), asociaciones y organismos públicos (1,81%).

Por procedencia nacional, Motortec recibió a profesionales de todas las comunidades autónomas, destacando Madrid, Andalucía, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Cataluña y la Comunidad Valenciana. Y a nivel internacional, también se logró un récord de visitantes, superando la edición de 2019 en un 10%. Motortec 2025 recibió a 5.831 profesionales extranjeros (la previsión era alcanzar en torno a 4.000), procedentes de 80 países, destacando aquellos de Portugal, Italia, Francia, Alemania, China y Polonia.

Dimensión internacional

Esta afluencia de visitantes de todo el mundo, junto con la importante participación de empresas extranjeras (255 de 28 países) confirma la cada vez mayor dimensión internacional de Motortec, que ha incrementado ese posicionamiento con la implementación



de un ambicioso programa de compradores procedentes de los mercados de mayor interés para el sector, entre otras iniciativas. Conviene recordar también que, del 26 al 28 de junio, se celebrará la cuarta edición de Motortec Chile, trasladando el modelo de éxito de la feria matriz española al área iberoamericana.

Dentro de su estrategia de internacionalización, Motortec organizó un programa de networking entre empresas expositoras españolas y compradores procedentes de mercados estratégicos, principalmente de África (Marruecos, Costa de Marfil y Nigeria) y América (Méjico, Colombia y Perú). Una acción impulsada gracias al apoyo de las distintas delegaciones de Ifema Madrid en ambos continentes. Empresas participantes como Grupo Cartés, Icer Brakes y Lucas Oil valoraron muy positivamente la experiencia, destacando la profesionalidad de la organización y la efectividad de los encuentros. Además, señalaron el creciente interés por parte de mercados como Costa de Marfil, considerado como uno de los focos emergentes con gran potencial para esta industria.

Un gran escaparate

Motortec 2025 volvió a ser el mejor escaparate de las últimas soluciones y tecnologías para la posventa de automoción. Además de la oferta expositiva, Motortec volvió a ofrecer un espacio de análisis y debate con una intensa agenda de más de 250 actividades, entre conferencias, mesas redondas y campeonatos, desarrolladas en una superficie de 6.159 metros cuadrados, que contaron con la participación de 5.406 profesionales. Finalmente, el Salón lanzó su iniciativa Pasaporte Motortec, con el fin de contribuir a dinamizar la visita a la feria con un total de 15.000 participantes, superando las previsiones iniciales.

Tras el éxito de este 17ª edición de Motortec, Ifema Madrid trabaja ya en su próxima convocatoria, que se celebrará del 7 al 10 de abril de 2027 en su recinto ferial. ■

Premios Galería de la Innovación

■ **Motortec 2025** fue el marco elegido para celebrar la entrega de los Premios Galería de la Innovación. Un total de 33 empresas presentó 41 propuestas que fueron evaluadas por un jurado especializado en I+D+i, y respaldados por Sernauto. Durante la ceremonia se destacó la diversidad de soluciones presentadas, desde tecnologías para la movilidad sostenible, hasta herramientas disruptivas para la gestión de talleres. Los ganadores por categorías fueron los siguientes:

<p>SOLUCIONES Y TECNOLOGÍAS DE MOVILIDAD SOSTENIBLE Y ECONOMÍA CIRCULAR Premio: Sistema de inyección de hidrógeno, de Phinia Delphi Spain. Mención: Brembo Beyond Greenance Kit, de Brembo Iberia.</p>
<p>COMPONENTES ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS Premio: Osram Night Breaker LED Speed H7, de Osram Lighting. Mención: Solución Integral para la Reparación de Baterías de Vehículos Híbridos y Eléctricos, de Robert Bosch España.</p>
<p>COMPONENTES MECÁNICOS Premio: Unidades completas de buje de rueda Fuel Efficient, de Fersa Bearings. Mención: Air Spring N7, de Continental Iberia Sales and Services.</p>
<p>COMPONENTES DE MANTENIMIENTO Premio: LMD – pastillas de freno de larga duración para vehículos de reparto, de ICER Brakes. Mención: Gama de productos Green Filter, de Mann+Hummel Ibérica.</p>
<p>EQUIPAMIENTO Y HERRAMIENTA PARA EL TALLER Premio: ACE23: Automatic ATF Cleaner Exchanger, de TCMatic. Mención: ATIA – “Asistente Técnico de Inteligencia Artificial”, de Golden Wash.</p>
<p>ESTACIONES DE SERVICIO Y LAVADO Premio: Aegis Safety Assistant, de Istobal España. Mención: EasyPay Energy, de Avalon Informática y Servicios.</p>
<p>COMPONENTES DE CARROCERÍA Premio: Masilla HE Fill Termo Chromatic, de Car Repair System.</p>
<p>SERVICIOS O PLATAFORMAS DE GESTIÓN, FORMACIÓN, DIAGNOSIS E INFORMACIÓN EN EL TALLER Premio: PPG LinQ Color, de PPG Ibérica Sales&Services. Mención: Certificado de funcionamiento del vehículo, de Robert Bosch España.</p>
<p>MEJOR INNOVACIÓN PARA VEHÍCULO INDUSTRIAL Premio Especial: Sistema de inyección de hidrógeno desarrollado por Phinia Delphi Spain</p>

Cetraa Miguel Pérez Carballo, nuevo presidente

● Cetraa celebró su Asamblea Electoral 2025 en las instalaciones de Ifema, en el marco de Motortec, durante la cual Miguel Pérez Carballo fue nombrado nuevo presidente de la Confederación Española de Talleres, sucediendo a Enrique Fontán, quien deja el cargo tras ocho años al frente de la entidad. En su toma de posesión, Miguel Pérez agradeció a Enrique Fontán su labor durante estos años y reconocido el trabajo realizado en pro de la defensa de los talleres de reparación, destacando acciones como la denuncia conjunta con Conepa, Fagenauto y Ganvam ante la Comisión Europea contra las prácticas abusivas de las aseguradoras. Además, destacó la apuesta de Fontán por la unidad del sector, tanto a nivel interno como con otras entidades y administraciones, y el impulso dado a Cetraa como la principal representante de los talleres de automoción en España. Pérez adelantó que, en breve, se presentarán las principales líneas estratégicas para la nueva legislatura, así como el equipo directivo encargado de implementarlas. Éstas estarán enfocadas en reforzar los avances conseguidos hasta ahora y abordar los retos que la Confederación tiene por delante. El objetivo será continuar defendiendo los intereses de los talleres y trabajar en soluciones que fortalezcan el sector frente a los desafíos actuales y futuros. Miguel Pérez es presidente de la Asociación del Automóvil del Principado de



Asturias (ASPA) desde 2022. Su carrera se ha desarrollado en el grupo empresarial familiar dedicado a la distribución, alquiler, venta y reparación de automóviles, donde ejerce como consejero delegado y accionista. Ha sido parte de la Junta Directiva de ASPA desde 2005 y ha negociado el Convenio Colectivo del Automóvil desde su incorporación. Desde 2006 ha formado parte del Comité Ejecutivo de la Asociación y en 2020 asumió el cargo de vicepresidente, pasando a ser presidente en 2022.

Durante el proceso electoral, también se presentó la candidatura de Mario Pinilla, presidente de Associació d'Automoció [Cetraa Lleida], quien igualmente recibió el apoyo de varios miembros de la Confederación. Miguel Pérez expresó su agradecimiento a Pinilla por su compromiso y dedicación, destacando que ambas candidaturas son un reflejo de la vitalidad y el dinamismo de Cetraa, que sigue apostando por la unidad y el trabajo conjunto por el futuro de los talleres. Antes de las elecciones, se rindió home-

naje a varios exmiembros destacados de la Confederación en un emotivo acto. Los homenajeados han sido Rogelio Cuesta, ex vicepresidente primero de Cetraa y ex presidente de ASPA; Guillermo Moreno, ex miembro del comité ejecutivo de Cetraa y expresidente de Atayapa (Cetraa Alicante), y Pilar Gallart, ex secretaria general de la Associació d'Automoció. La Confederación ha querido agradecerles su contribución a la entidad y al sector a lo largo de los años.

Valoración positiva de Motortec

Cetraa tuvo una destacada participación en Motortec, en la que estuvo presente con un stand donde se visibilizaron las asociaciones que la conforman y sus principales comisiones de trabajo, y participó en varias actividades clave en el marco de la feria. En la inauguración de Motortec, el ministro de Industria, Jordi Hereu, visitó el stand de la entidad donde Antonio Atiénzar, vicepresidente primero de Cetraa, y Lara Torres, coordinadora de la Confederación, explicaron al ministro y a la secretaria de Estado de Industria, Rebeca Torró, los principales retos que enfrentan los talleres de reparación y las acciones que Cetraa lleva a cabo para defender sus intereses.

“Motortec ha sido una gran oportunidad para mostrar la labor que realizamos en defensa de los talleres de reparación de vehículos y para estrechar lazos con los actores del sector”, ha declarado Miguel Pérez, nuevo presidente de Cetraa, quien anuncia que la Confederación estará de nuevo presente en la próxima edición, como siempre, representando a los talleres españoles y trabajando por su futuro”. ■





PRO Service Nueva gama de recambios multimarca

PRO Service, el distribuidor de Recambios Originales para el taller independiente del Grupo Volkswagen y productos y consumibles de la marca HORUM, presentó en Motortec su nuevo plan estratégico 2030, que contempla el lanzamiento de la nueva gama PRO Service Selección, la apertura de cinco nuevos centros y un incremento de la plantilla del 30%, todo ello para duplicar su volumen hasta 2030.

PRO Service Selección es una nueva gama de recambios multimarca para las marcas del Grupo Volkswagen que complementará a su portfolio actual de Recambios Originales. Contará con más de 15.000 referencias, en 100 familias de producto, procedentes de 20 nuevos proveedores en las categorías de mantenimiento, desgaste, mecánica, iluminación y carrocería (lunas).

El objetivo es acompañar al taller independiente en cada etapa de su negocio con una gama enfocada a vehículos de mayor edad (más de 10 años, el 60% del parque), a un precio competitivo, con una mejor disponibilidad de producto, más servicios y una mejor experiencia de compra. Los productos de la gama PRO Service Selección, que se comercializarán con caja de los propios fabricantes, se anunciarán el próximo mes de junio. Durante la presentación de la nueva gama, la directora general de Posventa de Volkswagen Group España Distribución, Laura Ros, explicó que PRO Service Selección es una muestra del compromiso del Grupo Volkswagen con la seguridad vial, ante un parque de vehículos con una antigüedad media de 14,5 años. "Queremos dar respuesta a esta situación y ofrecer los recambios idóneos por



calidad y coste para mantener la seguridad de los vehículos de más edad", añadió.

Por su parte, Joan Solans, director de PRO Service, aseguró que "estamos envueltos en un proceso de transformación en PRO Service con nuestro plan estratégico 2030. Estamos asentando las bases para hacer un proyecto más sostenible y contamos para ello con el mejor equipo de profesionales y colaboradores. En Motortec 2025, comienza una nueva dimensión en PRO Service". Solans también destacó que ocho de cada diez talleres independientes trabajan actualmente con PRO Service y seis de cada diez conocen su marca HORUM.

48 centros de servicio

El plan estratégico de PRO Service supone un nuevo posicionamiento y una nueva dimensión al ampliar su red con cinco nuevos centros que se sumarán a los 43 ya existentes. Además, 14 puntos cambiarán su ubicación por la necesidad de ampliar las instalaciones para dar cabida a la nueva operativa de PRO Service Selección. Asimismo, PRO Service prevé incrementar en un 30% su plantilla, con lo que pasará de los 500 profesionales actuales a más de 650 en los próximos dos años. Este plan contempla continuar con la excelencia que caracteriza el ser-

vicio de PRO Service al taller independiente, con el asesoramiento personalizado de Master PRO –programa de suscripción de servicios al taller con el objetivo de superar los 2.500 suscriptores en 2026–, y con una frecuencia de reparto de seis entregas diarias en zona urbana, tres entregas interurbanas y dos entregas al día en las zonas rurales.

Campaña SOS DANA

En su stand de más de 300 metros cuadrados en Motortec, PRO Service desarrolló un amplio programa de ponencias para los talleres mecánicos y carroceros, así como distintas actividades lúdicas dirigidas a todos los visitantes. Además, PRO Service y Aldeas Infantiles SOS consiguieron la suma de 2.000 euros para los afectados por la dana en Valencia a través de la campaña SOS DANA desarrollada en la feria. La iniciativa consistió en la recogida de unos cupones con un valor virtual de 1 euro que los visitantes depositaron en un bidón solidario ubicado en el stand de PRO Service, que ha convertido estos euros virtuales en euros reales para donarlos a Aldeas Infantiles SOS. Para todos aquellos que no pudieron asistir a la feria, se ha habilitado una página web para recoger fondos para esta causa, que estará activa hasta el 30 de junio. ■

Sernauto Fortaleza de los proveedores españoles

● La Asociación Española de Proveedores de Automoción (Sernauto), que ostenta la Presidencia del Comité Organizador de la feria, ha colaborado con el equipo de Motortec en la organización y celebración del certamen, fomentando la participación de los fabricantes de recambios a esta 17ª edición. Como en anteriores ediciones, Sernauto contó con un stand institucional que fue punto de encuentro de autoridades, empresas, medios de comunicación y otras entidades, así como escenario de varios eventos a través de los que Sernauto hizo hincapié en la aportación de los proveedores de automoción a la economía y sociedad española, así como la innovación desarrollada por estas empresas para contribuir a la mejora de la seguridad vial y la protección del medio ambiente.

Homenajes Sernauto

El primer día de la feria, el 23 abril, tuvo lugar la 3ª edición de Homenajes Sernauto “Contribución destacada al sector de componentes de automoción”, en la que se reconoció públicamente a Jordi Hereu, ministro de Industria y Turismo, y a Antonio Garamendi, presidente de CEOE por su apoyo y contribución al sector de automoción.

El presidente de la Comisión de Recambios de Sernauto y presidente del Comité Organizador de Motortec, Benito Tesier, hizo entrega del reconocimien-



to a Antonio Garamendi por su empeño en defender la competitividad de las empresas españolas y a los empresarios y social de nuestro país. En su discurso, el presidente de CEOE defendió “los valores de libertad, democracia y diálogo que son los que nos inspiran y los que hacen que las empresas de automoción den un excelente servicio a la economía y la sociedad del país”.

Por su parte, el director general de Sernauto, José Portilla, fue el encargado del segundo homenaje a Jordi Hereu por desempeñar un papel fundamental en el impulso del desarrollo industrial y la transformación del modelo productivo de nuestro país, así como por su firme compromiso con la reindustrialización de España, la transición ecológica y digital, y el fortalecimiento de sectores estratégicos como el de la automoción. Para el ministro, “la política pública es un acto de servicio y estamos aquí para apoyar al esfuerzo que hacéis los empresarios y los emprendedores, que sois quienes arriesgáis y aportáis conocimiento e innovación. Queremos acompañar este modelo de colaboración público-privado y sumar esfuerzos para

tener éxito en esta gran transición en la que seremos líderes”.

Sostenibilidad

También se celebró una nueva edición de la jornada “Impulsando la Sostenibilidad”, organizada por Sernauto, Hays y Fundación Repsol, haciendo hincapié en la prioridad estratégica que supone en las empresas la captación de talento ESG, la transición energética y el impulso de proyectos que combinen sostenibilidad, innovación y empleo. Se presentó el estudio “Talento ESG en el sector Automoción”, según el cual el 73% de las empresas considera prioritaria la captación de este tipo de talento, mientras que el 80% ve la sostenibilidad como una ventaja competitiva para atraer talento. Por su parte, el 83% de los profesionales valora el compromiso ESG de las empresas al buscar nuevas oportunidades laborales. Además de dar a conocer las iniciativas de Repsol para fomentar la transición energética, en la jornada también acogió las novedades implementadas en el Portal de Impacto de Sostenibilidad sectorial creado por Sernauto, “una auténtica palanca de cambio y una guía práctica para avanzar hacia un modelo más sostenible y competitivo”, aseguró Cristina San Martín, directora de Coordinación, Proyectos y Servicios de Sernauto.

La jornada culminó con una mesa redonda moderada por Carolina López, gerente de Comunicación y Sostenibilidad de Sernauto, en la que se presentaron ejemplos de buenas prácticas empresariales de la mano de Eva Raquel Hernández, responsable de Marketing Canal Distribución y Vehículo Industrial de España y Portugal en Bosch Automotive Aftermarket; Jorge de la Calle, director de Desarrollo de Negocio Global en Olipes; Carlos Garrido, key account manager Aftermarket Iberia en Osram Group; y David Iglesias, director técnico de Delphi Aftermarket en Phinia. ■





PIERBURG



RECICLAJE DE GASES DE ESCAPE

LA ACREDITADA TÉCNICA DE PIERBURG PARA LA REDUCCIÓN DE CONTAMINANTES

Motorservice lleva esta tecnología al mercado posventa.



www.ms-motorservice.com/int/es/egr

TAKING RESPONSIBILITY IN A CHANGING WORLD



RHEINMETALL

GS Yuasa Presume de nuevas instalaciones

● GS Yuasa, especialista mundial en fabricación de baterías, aprovechó la asistencia de muchos de sus clientes a Motortec para presentar esos días sus nuevas instalaciones en España, en el distrito de Vicálvaro, en la zona Este de Madrid. El evento contó con la presencia de más de 200 personas y sirvió como acto de inauguración oficial. Andrew Taylor, director general y CEO de GS Yuasa Battery Europe, destacó la labor del equipo ibérico de GS Yuasa. "Hace 23 años comenzaron en España con sólo tres empleados; hoy tenemos unas magníficas instalaciones. Quiero agradecer a nuestros clientes el apoyo durante todos estos años".

Taylor también habló de los planes del fabricante, que se ha marcado como objetivo facturar 550 millones de euros en Europa y continuar invirtiendo en sus operaciones locales. "Además, aumentaremos nuestro enfoque hacia las energías renovables y el almacenamiento energético, si bien creemos imprescindible seguir atendiendo nuestros canales tradicionales, como la posventa de automoción", concluyó.

"Estas nuevas instalaciones tienen 3.400 metros cuadrados, con capacidad para 3.800 palés y más de 1.200 referencias disponibles (600 de automoción, 300 de moto y 300 de industrial). Además, están preparadas para gestionar la recarga diaria de hasta 1.000 baterías y un volumen logístico de 30.000 envíos anuales, optimizando el servicio a clientes de todos los sectores", señaló Juan Ignacio Egea, director general de GS Yuasa Battery Iberia. "Queremos ser un referente no sólo en producto, sino en servicio y eficiencia. Es-



tas instalaciones están diseñadas para acompañar ese salto de calidad, atraer talento y preparar a la compañía para los retos del futuro. No se trata únicamente de un cambio de ubicación, es una declaración de intenciones: estamos preparados para competir en primera división, con las mejores marcas del mundo", concluyó Egea.

Tecnología de primer nivel

GS Yuasa mostró en el certamen madrileño su amplia gama de baterías de las marcas Yuasa y GS, el servicio de la empresa y su tecnología de primer nivel. Desde su primera participación en Motortec en 2001, GS Yuasa Battery Iberia ha proporcionado soluciones para todas las necesidades del mercado. En esta nueva edición, el fabricante mostró la tecnología de baterías de plomo-ácido y de iones de litio, con sus gamas Yuasa YBX y GS como protagonistas. El stand acogió productos diseñados para satisfacer las exigencias de

diversas aplicaciones, desde la automoción y los vehículos industriales hasta las motocicletas y los vehículos de recreo. Entre los productos exhibidos, se encuentran también su gama de cargadores inteligentes YCX; los comprobadores de baterías GYT050 y GYT250 y el configurador de baterías Yu-Fit. GS Yuasa Battery Iberia también presentó herramientas online, como el buscador de baterías fit.yuasa.com y fit.gs-battery.com, donde los profesionales pueden encontrar la batería adecuada para cualquier vehículo, junto con toda la información técnica detallada e instrucciones de montaje.

Además, los visitantes tuvieron la oportunidad de conocer la GS Yuasa Academy, una plataforma online que ofrece una formación integral sobre baterías, proporcionando a los profesionales del sector los conocimientos necesarios para mantenerse al día con las últimas innovaciones y técnicas. ■





DESTACADA PRESENCIA EN FERIA MOTORTEC

Presentó toda su gama de productos y las últimas novedades



Frenómetros de pesados



Banco de potencia y Tacógrafos



Tornos de frenos



Columnas elevadoras



Frenómetros portátiles

LINEAS DE ITV PARA VEHÍCULOS PESADOS Y LIGEROS, ELEVADORES Y TORNOS DE FRENOS

RAMÓN HOEKMAN

DIRECTOR COMERCIAL DE WAI-PSH PARA EUROPA

Con casi dos décadas en WAI, Ramon Hoekman es un gran especialista en máquinas eléctricas, gama de productos a la que ha estado ligada durante, prácticamente, toda su trayectoria profesional. Hace sólo unos meses, tras la compra de PSH por WAI, fue nombrado director comercial para pilotar la integración de ambas compañías en Europa y su traslación al mercado. Eso sí, como él mismo nos reconoce durante la entrevista, trabajando conjuntamente con los equipos locales.

Por **Juanjo Cortezón** 



Talleres en Comunicación: ¿Qué aportará Wai a PSH en el mercado europeo?

Ramon Hoekman: WAI no es muy conocido en el mercado europeo, pero PSH tiene un mensaje y un conocimiento muy fuerte sobre el mercado español. Así que la integración de las dos empresas está progresando muy bien. Todo va según lo previsto y estamos trabajando conjuntamente ambas empresas.

En la sede central estamos con flujos de trabajo establecidos, se han creado canales de comunicación y se han formado equipos. En mi caso, me uní al equipo de Remy (Remy Chretien, director general de PSH en Iberia) y me siento orgulloso de formar parte de su equipo aquí en Motortec. Son un gran equipo de trabajo con mucho conocimiento del mercado y, de hecho, PSH tiene una presencia muy fuerte en este certamen.

Y esa es una de las razones clave por las que WAI estaba claramente interesado en la cooperación con PSH. Adquirimos la empresa, pero es más una fusión, donde unimos dos empresas.

¿Cómo se va a adaptar la imagen de la compañía en los embalajes de los productos?

Tanto las cajas como en el “look and feel” de nuestras marcas y productos van a continuar como están. Lo más probable es que, con el paso del tiempo, haya algunos retoques, pero lo que intentamos es mantener una línea continuista. En el caso de +Line, por ejemplo, consideramos que es una muy buena marca, muy conocida en el mercado ibérico. Junto a ello, traeremos productos con la marca WAI. WAI también tiene un conocimiento muy sólido de los productos eléctricos rotativos, por lo que

queremos que convivan estas dos marcas, disponibles en el mercado.

La integración de ambas compañías, ¿traerá consigo el lanzamiento de nuevas líneas de producto?

Absolutamente. La integración de las dos empresas juntas dará lugar a una gran expansión de líneas de producto. Por un lado, se producirá un lanzamiento más rápido de nuevos productos al mercado y, además, crecerán las gamas con la incorporación del parque circulante americano. Ampliaremos gamas, como compresores de aire acondicionado y lanzaremos nuevas; por ejemplo, pinzas de freno, entre otras, durante los próximos meses.

Al final, esto supondrá que seremos una mejor opción para el cliente, con mejor disponibilidad y, diría, acceso a las tecnologías que hay actualmente en el mercado.

Además, habéis aumentado vuestra capacidad de almacenaje en Europa...

Sí, nuestro almacén en Polonia ha pasado de tener 8.000 metros cuadrados de superficie a tener 18.000. Al unir fuerzas y equipos, tenemos más personas trabajando en todos los países. Como te decía, ahora podemos ofrecer productos más rápidamente al mercado, tendremos acceso a una gama más amplia y, claro, la disponibilidad y logística será aún más eficaz. En el día a día, para el mercado ibérico nada cambiará, salvo que daremos mucho más apoyo a Remy y a su equipo.

En España, PSH lleva trabajando con los grupos de distribución desde hace años y el crecimiento en las ventas ha sido continuado, ¿Se mantendrá esta estrategia?

Por supuesto, tenemos fe en el equipo ibérico para hacer crecer la compañía con la estrategia existente. No cambiaremos nada más en la estra-

tegia, están haciendo un gran trabajo. La empresa está progresando muy bien año tras año.

¿Cómo va a trabajar WAI-PSH con los grandes actores del mercado europeo, tales como PHE, LKQ, Alliance...?

Creo que la respuesta rápida a eso es mantener nuestra estrategia actual. No creo que sea prudente trabajar con todos, ya que nos gusta trabajar codo a codo con el cliente y desarrollarlo, por lo que no podemos vender a todas las empresas. Sin duda, son actores que están incrementando su presencia en el mercado, pero igualmente WAI y PSH están creciendo. Hoy yo diría que somos el mayor proveedor de máquinas eléctricas en el mercado, y eso nos está abriendo muchas puertas.

Al ser una empresa multinacional con presencia global, ¿cómo os está afectando la política arancelaria de Trump? ¿La compañía re-

percutirá esta subida de aranceles al mercado?

Creo que será difícil no trasladar estos problemas al mercado, porque hay muchas costes que asumir. Al ser una empresa global también tenemos que trabajar con políticas globales, por lo que siempre tenemos diferenciaciones en los mercados, pero hay que mantener nuestra filosofía mientras aplicamos algo de creatividad. Por ejemplo, dentro de nuestra propia organización estamos tratando de apoyar a nuestra base de clientes en todo el mundo, y el tener almacenes en diferentes partes del globo nos permite evitar aranceles en muchas ocasiones...

De cara al futuro, suele ser habitual que la empresa compradora, en este caso WAI, haga que prevalezca su imagen frente a la empresa comprada (PSH). ¿Ocurrirá esto en vuestro caso?

El mercado ibérico es una prioridad clave para WAI y PSH. Como dices, con el tiempo, sí, lo más probable es que la marca PSH o el nombre de la empresa PSH decrezca y WAI sea la marca dominante. Sin embargo, con el gran trabajo previo, los clientes se mantendrán con productos que conocen y en los que confían. Los clientes no compran PSH: compran +Line, por ejemplo, así que si luego se llama WAI en lugar de PSH no creo que haya ninguna interferencia en las ventas.

¿Qué te ha parecido Motortec?

Es increíble cuánta gente viene a este evento. Es una gran feria nacional e internacional, con muchos actores clave, con los que toman las decisiones aquí presentes. De hecho, nuestro stand de WAI-PSH ha estado muy ocupado todos los días de la feria.

De un tiempo a esta parte, hay varias tendencias en el mercado ibérico. Me gustaría fijarme en tres: la

“**La integración de las dos empresas dará lugar a una gran expansión de líneas de producto. Se producirá un lanzamiento más rápido de nuevos productos al mercado y, además, crecerán las gamas con la incorporación del parque circulante americano**”



Tenemos fe en el equipo ibérico para hacer crecer la compañía con la estrategia existente. No cambiaremos nada más en la estrategia, están haciendo un gran trabajo. La empresa está progresando muy bien año tras año”

sostenibilidad, la llegada de nuevas marcas chinas de coches y la descarbonización/apuesta por el coche eléctrico. ¿Cómo está posicionada vuestra compañía en estos ámbitos?

Interesantes preguntas. En primer lugar, respecto al vehículo eléctrico e híbrido enchufable, WAI y PSH han estado trabajando en productos que se adapten a todos esos motores. Es verdad que hay un cambio, pero no se va a producir tan rápido como pensamos, el parque de estos vehículos es aún minoritario y con problemas por resolver, como, por ejemplo, la infraestructura de recarga. En términos de sostenibilidad, somos una empresa que funcionamos en parte con productos remanufacturados y de intercambio, comprando cascos y recuperándolos para luego venderlos.

Por último, en el caso de los vehículos chinos, tenemos un equipo en ese país analizando cuáles son los productos futuros que llegarán al mercado con el fin de fabricarlos y tenerlos a disposición de los clientes lo antes posible.

¿Qué titulares nos proporcionará WAI-PSH en los próximos meses?

Creo que durante los próximos meses, WAI y PSH seguirán avanzando con fuerza. Tenemos un objetivo claro y una gran oportunidad en el mercado. Disponemos de una amplia gama de productos, con las dos empresas juntas, uniendo fuerzas y combinando lo mejor de ambas. No quiero pecar de arrogante pero tampoco andarme con rodeos: no hay una empresa como la nuestra en el mercado de alternadores y motores de arranque. Para nosotros

es importante creernos lo grandes que somos: juntos somos una gran empresa que podemos aportar mucho más al mercado.

En el caso del mercado ibérico, hace sólo unos años, PSH exponía en Motortec y los clientes apenas conocían la marca. Y mira dónde están hoy. Remy y su equipo han hecho un trabajo fabuloso. Ahora les toca crecer con otra empresa, con una empresa muy grande que les ayudará a que su organización crezca aún más y más rápido de lo que pudieran imaginar.

Para finalizar, ¿cómo resumirías los principales valores diferenciales que tiene ahora PSH Group & Wai Global en el after-market?

En pocas palabras, tratamos de ofrecer soluciones al mercado, confianza en una gama de productos y orientación al cliente. Somos una empresa global con presencia en varios continentes. Tanto WAI como PSH construirán relaciones sólidas en el mercado y juntos estaremos mejor posicionados y avanzaremos. Lo que un distribuidor o un taller puede esperar de nosotros es un apoyo continuo, una logística mejorada, conocimiento, disponibilidad del producto y, básicamente, lo mejor de ambos mundos. ✎



t talosa

La Fuerza del Líder

MANGUETAS

VEKA[®]

COMMITTED TO EXCELLENCE

ÚNICA ALTERNATIVA AL
RECAMBIO ORIGINAL y DESGUACE

EL MAYOR CATÁLOGO DE MANGUETAS
AFTERMARKET DEL MERCADO



ENTREGA -24 HORAS

www.talosa.com



Brembo Una gama de producto para cada necesidad

● Brembo desarrolla soluciones innovadoras que respondan mejor a la evolución de los vehículos modernos. Esto se refleja en la continua ampliación de su oferta de productos de recambio y en la estrategia general de productos Brembo, para anticiparse así a las necesidades de los clientes y lograr las mejores prestaciones. Así lo destacaron Benito Tesier y Fernando Cantón, CEO y director comercial de Brembo, respectivamente, en el transcurso de Motortec 2025. La compañía presentó en su stand toda su gama de soluciones de recambio, dividida en cinco familias de productos, cada una de ellas destinada a responder a las necesidades específicas de los clientes y de los vehículos.

Cada gama de Brembo agrupa productos de recambio con características similares, tanto en su uso final como en su posicionamiento en el mercado. El objetivo de la compañía es apoyar y facilitar la elección de sus clientes, en función de sus necesidades específicas, respondiendo a las diferentes exigencias del siempre cambiante mercado de la posventa. Todos los productos de la gama posventa de Brembo están ahora disponibles en la nueva app Bremboparts, que también incluye productos para motocicletas, donde el taller puede registrarse y encontrar el distribuidor más cercano.

Cinco familias

Brembo Essential es la línea para quienes se inician en las oportunidades de



las piezas de recambio en el mercado posventa, que incluye tambores de freno, zapatas, componentes hidráulicos y pinzas reacondicionadas. Brembo Prime, la línea premium, está hecha a medida para los consumidores que buscan la mejor solución. Los ingenieros de Brembo han desarrollado esta gama para cubrir las especificaciones de todos los vehículos y para mejorar sus características, gracias a los altos estándares técnicos y de calidad. La familia Brembo Prime se compone de discos de freno, pastillas de freno, pinzas, líquido de frenos y accesorios de freno adicionales. Brembo Beyond comprende dos gamas diferentes y responde a la misión de la compañía de convertirse en un proveedor único de soluciones, mejorando la dinámica de conducción de los vehículos de la nueva movilidad. El Brembo Beyond Greenance Kit ofrece soluciones de frenado conformes con la norma Euro 7, que reducen las emisiones de PM10 y PM2,5 hasta en un 80%. El kit, disponible también para los sedanes, permite ahorrar en el coste total del mantenimiento del vehículo sin comprometer las prestaciones. Además, el Kit Brembo Beyond

EV, dedicado a los vehículos eléctricos y plug-in, es una gama de discos con revestimiento especial y pastillas de freno que son más silenciosas y que garantizan la ausencia de corrosión más allá de los 100.000 km.

Brembo Xtra, la línea más “cool” del mercado posventa, es la opción para los conductores apasionados de 4 y 2 ruedas que buscan elementos de personalización para sus coches y motocicletas. Xtra incluye discos de freno perforados y ranurados, pastillas de alta fricción, nuevas pinzas de aluminio de color y un nuevo líquido de freno optimizado. A partir de ahora, el disco de freno Brembo Sport entra en esta familia de productos.

Brembo Upgrade representa el mundo exclusivo de Brembo y ofrece a los entusiastas de la conducción un mayor rendimiento, estilo y pasión. Los resultados obtenidos por la compañía en los circuitos de carreras más importantes del mundo se han traducido en una actualización del sistema de frenos, mejorando el estilo, las prestaciones y la fiabilidad de los vehículos, tanto en carretera como en circuito. Esta gama incluye los sistemas Brembo Gran Turismo (GT), compuestos de pinzas, pastillas, discos, soportes, latiguillos y tornillería, que ofrecen una gran potencia de frenado en el día a día, y el Kit Brembo Pista, diseñado para el circuito de carreras, que incluye pinzas, discos, soportes, latiguillos y tornillería de competición.

Por último, los discos de freno Brembo Carbon Ceramic Material (CCM), ahora disponibles para posventa, se incluyen de serie o como opción en los principales superdeportivos del mercado y ahora el exclusivo disco está también disponible como recambio. ■





Un mundo por descubrir empieza aquí

Fácil decisión. A partir del montaje de referencias originales Brembo directo de nuestro embalaje premium, proporciónale a tus ruedas la calidad a la que están acostumbradas.

Producidos en nuestras plantas con la misma fiabilidad que los componentes de equipo originales, Brembo asegura la misma calidad para sus recambios.

De modo que, cualquiera que sea el recambio que vayas a sustituir, sustitúyelo con uno auténtico. No hay nada mejor.



BREMBO PRIME
DUAL CAST DISC

BREMBO PRIME
LIGHTWEIGHT DISC

MANTENTE ORIGINAL

SOLUCIÓN EXCLUSIVA BREMBO

REDUCCIÓN DE PESO

MENOR CONSUMO Y EMISIONES



bremboparts.com

Mann+Hummel Muestra su lado más sostenible

● Mann+Hummel Ibérica estuvo presente, como cada edición, en Motortec con los últimos desarrollos de sus marcas Mann-Filter, Wix Filters y Filtron. Y también, como cada año, la compañía convocó a los medios de comunicación para compartir con ellos su análisis sobre la evolución de la industria de componentes, así como para hacer un repaso de los aspectos más destacados que ha experimentado a nivel corporativo la empresa, que este año cumple su 60º aniversario en España.

“Desde la última edición de Motortec, marcada por la pandemia, el sector se ha seguido enfrentado a crisis, como la del desabastecimiento de microchips y semiconductores, o la recién iniciada batalla arancelaria”, destacaba ante la prensa Ricardo Peris, director comercial de Mann+Hummel Ibérica, para quien, en este contexto, “las empresas han de implementar estrategias de adaptación y utilizar como palanca la innovación”. Peris aseguró que Motortec constituye el mejor marco para, entre todos, “trabajar unidos por el futuro, un futuro incierto pero un futuro en el que Mann+Hummel estará siempre al lado del taller, de los distribuidores y fabricantes”.

I+D+i

Por su parte, Antonio Martínez, responsable técnico de Mann+Hummel Ibérica, profundizó en el encuentro en algunos de los últimos lanzamientos de la compañía, algunos de ellos orientados a la sostenibilidad medioambiental. “Ejemplo de ellos es nuestra gama de filtros sostenibles, una selección de filtros con impregnación de lignina, subproducto que proviene de la madera y que puede utilizarse como alternativa natural a las resinas fenólicas de origen fósil, reduciendo el impacto medioambiental de cada filtro, y su huella de carbono”. Igualmente, muchos de los desarrollos expuestos por la empresa se orientan a fórmulas de propulsión más respetuosas con el medio ambiente, tales como vehículo eléctrico o propulsión por hidrógeno.

En su intervención, Martínez también resaltó un importante desarrollo para ve-



hículo industrial: los cartuchos secadores. “Los filtros secadores cumplen una función clave en la protección de los componentes y de seguridad en el vehículo industrial, ya que se ocupan de mantener libre de partículas, de humedad y de aceite el sistema neumático que acciona, entre otras cosas, los frenos del vehículo”, subrayó.

60º aniversario en Zaragoza

Para terminar, la responsable de Marketing de Mann+Hummel Ibérica, Irene Pardo, comenzó destacando la “especial ilusión” de esta 17ª edición de Motortec pues “supone el arranque las conmemoraciones del 60º aniversario de nuestra planta de Zaragoza”. Tras un repaso por la historia de la fábrica aragonesa, Pardo compartió su balance de esta trayecto-

ria de 60 años. “Desde sus humildes comienzos, la compañía ha crecido y evolucionado, adaptándose a los cambios del mercado y apostando siempre por la calidad y la innovación”.

También destacó Irene Pardo el último reconocimiento en este sentido por parte del grupo, recordando a los presentes que, en 2023, la matriz alemana designó a la planta de Zaragoza para la fabricación en exclusiva en Europa de sus sistemas de ventilación para para baterías de vehículos eléctricos (venting units). Según explicó la responsable de Marketing, “esta designación respondió a factores como la capacidad y experiencia de la plantilla y la ubicación estratégica de la planta dotada, además, de las últimas tecnologías en producción”. ■

**MANN
FILTER**

Con el poder de la naturaleza.

Tecnología de filtración inspirada en la naturaleza.



Descúbrelo:

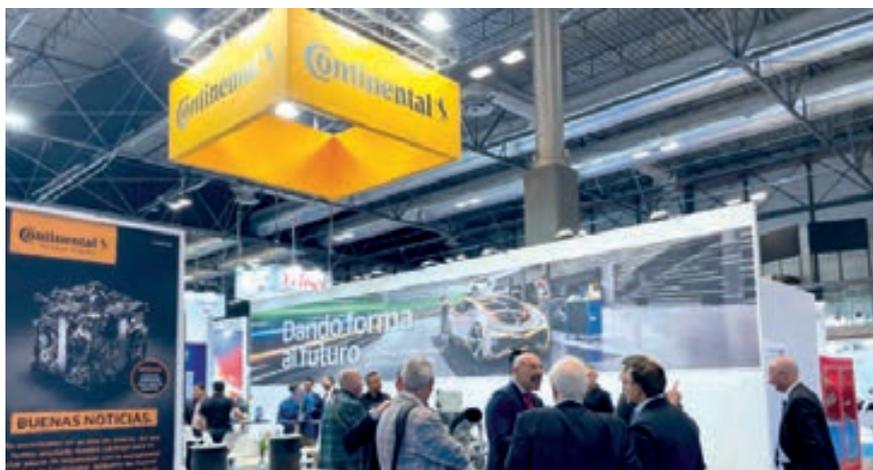


Descubre los nuevos filtros MANN-FILTER desarrollados con una nueva tecnología con aplicación de lignina, una solución innovadora y sostenible. La lignina, un biopolímero derivado de la industria del papel, reduce la huella de carbono y el uso de petróleo. Al elegir estos filtros, contribuyes a un planeta más limpio sin sacrificar rendimiento ni durabilidad. Además, los filtros con lignina ofrecen la misma estabilidad, rigidez y resistencia química que los filtros convencionales. Apuesta por una sostenibilidad real y consciente. Ahora la marca amarilla es la opción verde. ¡Go Green con MANN-FILTER!

MANN-FILTER – Perfect parts. Perfect service.
www.mann-filter.com

Continental Automotive Nueva línea ATE New Original y SecuBrake

Como uno de los principales proveedores de automoción, Continental Automotive Spain mostró la recientemente ampliada gama de productos y servicios, con novedades más respetuosas y siempre sin deteriorar el rendimiento. Así, participó en Motortec con su marca ATE para presentar innovaciones que impulsan la sostenibilidad y la electromovilidad, como la nueva línea de productos ATE New Original, con discos y pastillas de freno de la misma calidad que los equipos originales y que ofrecen una óptima durabilidad, rendimiento de frenado, comodidad y sostenibilidad; y el nuevo líquido de frenos SecuBrake, que supera los requisitos de los líquidos de frenos DOT 4, es adecuado para vehículos eléctricos y se fabrica de manera sostenible. Con la evolución de los vehículos, es cada vez más común que los talleres reciban



automóviles con sistemas de asistencia al conductor o eléctricos, por lo que los clientes exigen cada vez más reparaciones de mayor calidad. Por ello, es necesario que los talleres estén preparados y cuenten con las piezas y herramientas de calidad necesarias para poder atender a los clientes y, así, prosperar en sus negocios. Este servicio de calidad y profesional estuvo representado en Motortec a través de los Centros de freno ATE, reconocidos como la única red especializada en frenos en España.

Además, Continental ha ampliado con más de 700 nuevas referencias su oferta de productos en gestión de motores y suministro de combustible, especialmente con unidades de bomba de combustible, válvulas de control de escape, sensores de flujo de masa de aire y sensores para la gestión del motor. Durante la feria, la compañía también realizó actividades promocionales y participó en el programa Pasaporte Motortec para potenciar su visibilidad y networking en el sector. ■

Carsmarobe Jesús Baña Moreno, Mejor Técnico Motortec



El Concurso al Mejor Técnico Motortec, organizado por la empresa de formación y asistencia técnica Carsmarobe, pretende reconocer la innovación, la excelencia técnica y el talento en el ámbito de la reparación y el mantenimiento de vehículos. Para ello, contó con el apoyo de Ifema y Skywell y la colaboración de una decena de patrocinadores (Delphi -Phinia-, Varta -Clarios-, Brembo, Bahco, Infopro Digital, Meyle, Talleres en Comunicación y Posventa.info, RecOficial Service, DRiV y TotalEnergies). El concurso reunió a los mejores profesionales del sector, quienes se enfren-

taron a un exigente proceso de selección estructurado en tres pruebas. La primera fase, que se llevó a cabo el 22 de marzo, consistió en un examen online tipo test. Los 50 mejores clasificados accedieron a la segunda prueba teórica presencial y a la final posterior, en el transcurso de Motortec 2025, donde los finalistas demostraron sus habilidades para diagnosticar y reparar averías reales. La prueba práctica consistió en una simulación de una avería en un vehículo eléctrico de la marca Skywell, en concreto, un BE11. Durante esta se evaluaron diferentes parámetros, como son la recepción y

atención al cliente desde la llegada del vehículo al taller, el diagnóstico y reparación de la avería y por último, la implementación de las medidas de seguridad y protección ante averías en vehículos eléctricos. El ganador fue el gaditano Jesús Baña que, además, resultó también vencedor de la primera fase, acertando las 20 preguntas del test. Completaron el podio Santiago Vicente, de Alicante, que quedó segundo, mientras que Alberto José Río (Teruel), ocupó la tercera posición. Los tres ganadores se repartieron premios que superan los 10.000 euros, proporcionados por los patrocinadores. ■

NOVEDAD

**PIEZAS DE
SUSPENSIÓN
CON 5 AÑOS DE
GARANTÍA**



LA SEGURIDAD ANTE TODO.

Máxima calidad en la que puede confiar para disfrutar de la máxima seguridad. Descubra nuestros nuevos componentes de suspensión con una garantía de 5 años para ofrecerle un servicio aún mejor.

Obtenga más
información





Mónica Fuentes, directora comercial de TCMatic, junto al premio.

TCMatic Su equipo ACE 23.01, premiado

TCMatic acudió a Motortec para dar a conocer sus últimas novedades, entre las que destacó su nuevo equipo ACE 23.01, premiado por el certamen en su “Galería de la Innovación de Motortec 2025” como vencedor en la categoría de Equipamiento y Maquinaria para el taller. El equipo ACE 23.01.01 permite que el proceso de mantenimiento de las cajas de cambio sea sencillo, preciso y auto-

mático. Esta máquina, diseñada íntegramente por TCMatic, se beneficia de todo el expertise de la firma navarra en el sector del cambio automático y ha sido diseñada para facilitar su uso en el entorno real del taller.

Con un diseño lleno de detalles, como su bandeja XXL, cajones integrados para racores, visores retroiluminados, extensas mangueras, conexiones rápidas, sistemas antigoteo, ruedas de fácil desplazamiento..., la ACE 23.01 cuenta con una base de datos integrada, que ofrece información técnica, especificaciones y cantidades de ATF, intervalos de mantenimiento, adaptadores y sus puntos de conexión, pares de apriete o identificación de kits, entre otros aspectos. Además, permite conectarse al TCMatic Data Service, sistema centralizado de información técnica de TCMatic con fichas técnicas completas, tips, instrucciones paso a paso, fotografías, esquemas, procedimientos de nivel, vídeos descriptivos, etc., permitiendo al profesional seguir procedimientos guiados paso a paso, adaptados a cada modelo de vehículo.

La ACE 23.01 incorpora un innovador y completo software que permite al usua-



rio el control integral de todos los procesos del mantenimiento de una caja de cambio (carga, descarga y enjuague de ATF). También puede utilizarse con un procedimiento automático -preconfigurado para cada vehículo desde la base de datos para realizar “paso a paso” la limpieza y el mantenimiento-, que adecúa la carga de ATF a la cantidad exacta estipulada por el fabricante, así como la limpieza automática del circuito del enfriador o de las mangueras de servicio o el vaciado del depósito de ATF usado mediante bombeo automático. ■



ACE23

Designed by **tematic**

LA REVOLUCIÓN EN
EL MANTENIMIENTO DEL
CAMBIO AUTOMÁTICO



tematic

AUTOMATIC TRANSMISSION EXPERTS

TCMATIC.COM

AISIN

BORGWARNER



SCHAEFFLER



Diesel Technic Los 'Parts Specialists' conquistan a los talleres



● Numerosos profesionales de talleres mecánicos de España y Portugal visitaron el stand de Diesel Technic en Motortec, ubicado estratégicamente en un pasillo muy concurrido de la feria, donde pudieron conocer a los 'Parts Specialists' y los beneficios que los productos DT Spare Parts y los servicios de Diesel Technic les ofrecen, siempre de la mano de sus distribuidores autorizados. Entre ellos destacó especialmente su programa de fidelización, la Premium Shop, en el que se registraron varias decenas de nuevos participantes que se vieron premiados con la mochila de los 'Parts Specialists', incluyendo varios artículos promocionales, y que a partir de ahora también verán recompensadas sus compras de productos DT Spare Parts.

Vehículo PSMobile

El equipo de 'Parts Specialists' se mostró satisfecho con la gran afluencia de visitantes, que superó sus expectativas. "Aunque la asistencia a la feria ha mejorado las ediciones anteriores, no esperábamos recibir tantas visitas de mecá-



nicos y responsables de recambios. Les estamos muy agradecidos. Ha sido una experiencia fantástica", comentó Sebastián Moreno. Sobre todo, añade, "estamos muy contentos por las alabanzas que ha recibido nuestro nuevo vehículo, el PSMobile, con el que seguiremos realizando nuestras habituales visitas de la mano de los distribuidores". Una vez realizada la presentación de los productos y servicios, el papel del distribuidor autorizado es fundamental. "Nuestra labor está hecha y ahora es el distribuidor quien debe continuar guiando a los clientes. No obstante, siempre pueden contar con nosotros para resolver cualquier duda técnica a través de nuestro HelpDesk", subrayan los 'Parts Specialists'.

Muebles modulares

"También se han interesado mucho por el conjunto de muebles modulares que vamos a sortear entre los usuarios de nuestro programa de fidelización Premium

Shop y por nuestra gama de recambios para furgonetas de la marca DT Spare Parts, cuya amplitud permite efectuar reparaciones y mantenimientos fiables y completos desde una sola fuente y con una garantía de 24 meses", afirma también Sebastián Moreno.

Tanto para los propietarios de un taller mecánico como para aquéllos que trabajan en uno, los 'Parts Specialists' de Diesel Technic sortean un conjunto profesional de cuatro muebles modulares, incluyendo un carro con ruedas, entre los usuarios que canjeen coronas en su programa de fidelización en abril y mayo de 2025. Pueden registrarse en la Premium Shop de DT Spare Parts.

La marca ofrece una gama completa con más de 45.000 recambios y accesorios para automoción que se pueden localizar en el Partner Portal, su plataforma de información y aprovisionamiento, que se comercializan exclusivamente a través de la red de distribuidores autorizados de Diesel Technic en más de 150 países. ■





Genuine Quality.
Durable Trust.

A brand of

DIESEL TECHNIC

Global Automotive Solutions – Made in Germany



All

you need



Your brand for One-Stop-Shopping.
www.dt-spareparts.com

Bugobrot Novedades por doquier

● Bugobrot aprovechó Motortec para presentar nuevos modelos de equipos de aire acondicionado eléctricos de techo de su serie TE2810 y TE2210, para distintos voltajes y capacidades. Estos equipos son muy demandados y, para la compañía, han resultado todo un éxito en ventas.

Además, la empresa mostró dos nuevos modelos de compresor (QP21E y QP30) de TCCI, fabricante para primeros equipos. QP21E es una versión mejorada del QP16, que gracias a su innovador diseño permite un gran avance en las capacidades de rendimiento frigoríficas de los equipos sin tener que variar los soportes de motor.

Bugobrot también presentó novedades en máquinas OKSYS, destacando Agrilite, máquina portátil muy demandada por



un perfil de cliente que debe hacer cargas fuera de su taller o debe desplazarse a donde se localiza el vehículo. Además de estas novedades, la firma mostró su amplio porfolio de compresores Sanden, Delphi, Uniclá y QUE –tanto para auto-

moción como para aplicaciones industriales y agrícolas–, ventiladores y turbinas SPAL y otras familias de producto como condensadores, evaporadores, racorería, filtros deshidratadores, etc. Por último, Bugobrot actualizó su catálogo de componentes para frío transporte, teniendo ya más de 4.500 referencias.



Equipataller-Autel Ibérica Diagnóstico con IA

● En su espacio expositivo, Equipataller mostró su nueva gama de diagnóstico con Inteligencia Artificial (IA), destacando, como buque insignia, la nueva Ultra EV, en su versión con IA, que la convierte en la mejor ayuda posible para el técnico del taller. “No nos basamos en el Chat GPT, partimos de la base de que si no tenemos información sobre la avería en cuestión, nuestra IA no se inventará nada”, apuntan desde la empresa, que tiene unas 550.000 máquinas activas trabajando a diario con fallos de vehículos. “Una gran comunidad para que nuestro ‘know how’ crezca vertiginosamente en poco tiempo y se convierta en el técnico especialista dentro del taller”.

Este equipo cuenta con cobertura en casi todas las marcas que existen en el mundo, incluyendo las que están aterrizando en

nuestro país de procedencia china, con las mismas funciones en ajustes básicos o codificaciones que los equipos originales. Además, cuenta con un módulo de osciloscopio de 4 canales, con masas independientes completamente guiado, y un generador de señales, lo que mejora las pruebas y diagnósticos a realizar ante una vería. Estos equipos están conectados con toda la gama de productos: TPMS, comprobadores de baterías, ADAS y alineadores.



Alkar Automotive Punto de encuentro

Alkar Automotive, empresa dedicada a la fabricación y distribución de espejos e iluminación para el IAM, estuvo presente en Motortec 2025, como es habitual en todas sus ediciones desde el inicio, con un stand de 105 metros cuadrados situado en el pabellón 3. Allí, Alkar aprovechó la ocasión para presentar sus novedades, entre ellas las nuevas gamas para coche chino y eléctrico, que hacen que sea un referente en el mercado, apoyado por su nivel de servicio y su gama, la más amplia del mercado europeo, alcanzando una cobertura cercana al 98% del parque circulante.

“Las más de 16.000 referencias activas en sus catálogos de iluminación y espejos retrovisores para turismo, vehículo comercial e industrial nos posicionan como líder europeo en el IAM”, destacan desde la compañía vizcaína, resaltando el gran impacto que está generando la certificación CZ en su gama de espejos retrovisores.

Además, Alkar Automotive aprovechó su presencia en Motortec para crear un punto de encuentro para sus clientes tanto de exportación como nacionales, así como para establecer nuevos contactos.



Retrovisores Certificados



VERIFIED FITTING



VERIFIED PRODUCTION

por **CENTRO ZARAGOZA**



Maflow Nuevas gamas de anticongelante-refrigerante

● Maflow expuso sus novedades en líquidos refrigerantes para motores de vehículos industriales, maquinaria agrícola y de obra pública (gamas Borygo Heavy Duty y Borygo Power Duty), dos anticongelantes-refrigerantes con tecnologías avanzadas, diseñados para proteger motores en vehículos y maquinaria industrial sometidos a las condiciones más exigentes. Formulados con tecnología OAT (Organic Acid Technology), Borygo He-



avy Duty está indicado para maquinaria agrícola como tractores y cosechadoras, vehículos de construcción como excavadoras, equipos forestales y camiones de transporte. Su fórmula completamente orgánica, libre de aminas, ácidos 2-EHA y fosfatos, garantiza una protección anticorrosiva hasta un millón de kilómetros o cinco años.

Por su parte, Borygo Power Heavy Duty utiliza tecnología N-OAT (Nitrited Organic Acid Technology) y está diseñado para motores de hierro fundido sometidos a trabajos extremos. Este anticongelante-refrigerante es ideal para maquinaria agrícola de gran capacidad. Lo que diferencia a este producto es su cumplimiento con la estricta normativa ASTM D6210, el estándar más severo en la industria, y la eliminación de la necesidad de aditivos suplementarios, lo que simplifica el mantenimiento y reduce los costes operativos.



Estandi Automoción El valor de la especialización

● Un año más, Estandi Automoción acudió a Motortec presentando innovaciones en cajas de cambio y suspensión para Land Rover, 4x4, SUV y turismos. Este año destacan nuevas cajas de cambio para mejorar el rendimiento y la eficiencia de los vehículos, junto con una avanzada línea de suspensión neumática. También lanzan la línea Defender-premium, diseñada para restauradores de Land Rover clásicos, con piezas de alta calidad que mantienen la autenticidad y el rendimiento original de estos vehículos.

Nissens Automotive Novedades y premio

● Nissens Automotive, con sus marcas Nissens, AVA y Highway, participó como expositor en Motortec con su amplia gama de recambios y las últimas actualizaciones de producto. Como principales novedades, el fabricante dio a conocer la gama de enfriadores EGR para camiones, turbocompresores con unidades controladas electrónicamente y turbos para camiones, así como piezas para la reparación del sistema EGR para el sector de servicio pesado de la marca Highway.

La principal novedad fue una nueva gama de producto: los cuerpos de mariposa Nissens, que se lanzará tras el verano. La gama inicial consta de 77 referencias que cubren 280 equivalencias de equipo original para turismos y vehículos comerciales ligeros, para circuitos refrigerados por aire o agua, con o sin regularización por vacío, y eléctricos o electromecánicos.

Los cuerpos de mariposa de Nissens están disponibles para las marcas más comunes en el mercado, dando cobertura a los ve-

hículos más modernos. La mayoría son unidades accionadas por un motor de corriente continua. Algunos modelos integran solenoide y están equipados con un control mecánico adicional. Las piezas pueden integrar hasta tres sensores de posición, un sensor de temperatura y un refrigerante/capa de aire o la conexión de línea del sistema de vacío. Desde Nissens enfatizan que sus cuerpos de mariposa “están diseñados, fabricados y probados según nuestros estándares de calidad. Los cuerpos de mariposa de Nissens son productos First Fit, lo que significa que se entregan con todas las tóricas, abrazaderas y juntas necesarias para una instalación segura y rápida. El producto se prueba minuciosamente a través de pruebas completas, resistencia a altas temperaturas, durabilidad, carga y series de pruebas de corrosión para garantizar su funcionamiento duradero, sin problemas y con un excepcional rendimiento”.

Además, durante el certamen, Nissens fue premiado por GrupoAuto como Proveedor del Año, premio que recogió el máximo responsable de la compañía en el mercado español, Juan Domingo Muñoz. Días después de la feria, Nissens fue de nuevo galardonada, en esta ocasión por ADI, por su “Liderazgo en Servicio”, debido a “su excelente disponibilidad de productos y un servicio fiable”.



UPG Spain Especialistas en transmisiones para V.I

● UPG Spain compartió stand en Motor-
tec con Travasa, con el fin de darse a co-
nocer como empresa multinacional cen-
trada en la distribución de transmisiones
cardanes y sus componentes. Esta com-
pañía, cuya filial española llegó a nuestro
mercado el año pasado, comparte insta-

laciones con Travasa, empresa dedicada
a la reparación y construcción de trans-
misiones cardan, lo cual permite apro-
vechar numerosas sinergias, sobre todo
de cara al cliente, que puede obtener un
servicio completo necesite lo que necesi-
te: reparación de transmisiones, cons-
trucción a medida con piezas nuevas,
transmisiones completas nuevas para
sustituir aquellas que no se pueden o no
merecen la pena reparar, componentes
y despieces para transmisiones cómo
cruceas, soporte rodamientos, flectores,
platos, horquillas correderas y fijas, etc.
“Para nosotros, el balance de la feria
ha sido muy positivo, nos han visita-
do clientes ya existentes, pero también
posibles nuevos clientes y el interés por
nuestras empresas ha sido excepcional.
Motortec nos ha permitido darnos a co-
nocer más en el mercado español y in-
ternacional”, explican desde la compañía.



Phira Recambio certificado CZ

● Phira es un fabricante español de pa-
ragolpes, con más de 1.500 referencias
disponibles en stock de los vehículos eu-
ropeos más importantes y que exporta a
más de 50 países. En el stand de la em-
presa en Motortec, los asistentes pudie-
ron obtener más información de sus más
de 100 referencias de guardabarros con
aplicación a 65 modelos de coche dis-
tintos, todos ellos certificados por Cen-
tro Zaragoza.

Talosa Más gamas y más referencias

● El stand de Talosa en cualquier feria en la que están presentes es siempre un pun-
to de encuentro y cita ineludible, ya que Talosa es un proveedor estratégico para dis-
tribuidores y reparadores, y referente nacional e internacional en componentes de
dirección, suspensión y caucho-metal. En esta ocasión, la firma navarra mostró la re-
ciente incorporación de nuevas gamas de producto junto al incremento de referencias
en su amplia gama caucho-metal. Además, Motortec permitió presenciar algunas de
las novedades que Talosa ya mostró en Automechanika, como sus gamas específicas
de componentes de dirección y suspensión para vehículos eléctricos y chinos y juntas
homocinéticas y transmisiones íntegramente nuevas, para las que no es necesaria la
devolución de cascos, optimizando el proceso logístico ante el distribuidor y el taller.



Todo lo que tu 4x4 necesita, en un solo lugar

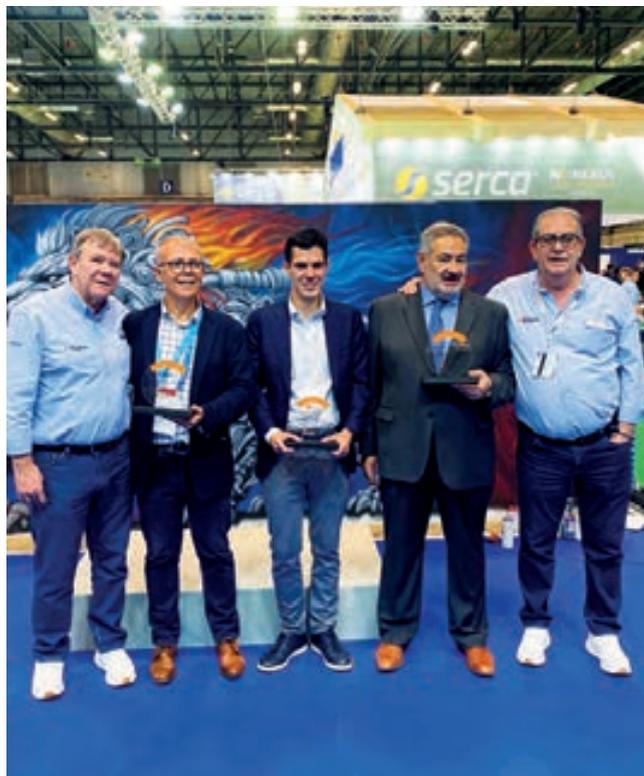


Pasión por el 4x4

Reynasa Reconocimiento, excelencia y solidaridad

En el transcurso de Motortec, Reynasa celebró un momento muy especial en su stand con la entrega de reconocimientos a tres profesionales por su compromiso con el sector. Carlos Martín, secretario general de Ancera, fue premiado por su labor desde la asociación en defensa de la distribución independiente, una tarea que lidera desde diciembre de 2019 con compromiso, visión y dedicación constante. Además, Reynasa otorgó el Premio al Mejor Proveedor del Año 2025 a Dayco, en reconocimiento a su excelencia, compromiso e innovación. La placa fue recogida por Bruno Padierna, director comercial de la compañía.

El evento también contó con un gesto solidario con una donación a la ONG Karit Solidarios por la Paz, comprometida con proyectos de desarrollo humano y justicia social, al frente de la cual se encuentra Raúl Duro, ex director de Ventas para Automotive Aftermarket de Robert Bosch España. Entre sus iniciativas más destacadas figura la Escuela de Mecánicos de Burkina Faso, un proyecto que une formación técnica con oportunidades reales para jóvenes del país africano.



Varta Nueva gama de baterías

Varta Automotive mostró su renovada gama de productos diseñada para simplificar la elección de baterías para distribuidores, talleres y operadores de flotas. La nueva gama de baterías Varta está organizada por tecnología, facilitando a los socios IAM la navegación por la creciente complejidad de los nuevos vehículos. El Azul representa la tecnología SLI (Starting, Lighting,



Ignition), el Plata distingue las baterías EFB (Enhanced Flooded Battery) y el Oro se utiliza para las avanzadas baterías AGM (Absorbent Glass Mat). Para vehículos Start-Stop, híbridos y eléctricos (segmento xEV), Varta, la marca de Clarios en la región EMEA, lanza las nuevas baterías EFB H9 y AGM H3, mientras que para vehículos industriales, la gama Varta ProMotive se ha reforzado con los nuevos modelos EFB Tipo A y AGM Tipo B.

En palabras de Rocío Fernández Palomar, directora de Marketing de Varta para el Sur de Europa, "la participación en la feria ha sido una experiencia muy positiva. Desde el primer día notamos una gran afluencia al stand y mucho interés por parte del público profesional. Motortec es una cita clave de nuestro sector, y para nosotros una oportunidad de presentar las últimas novedades de Varta y conectar con nuestros clientes, así como con distribuidores y talleres".

Además del producto, hubo muchas actividades en el stand. "Queríamos que nuestro espacio fuera una experiencia completa", explica la directora. "Realizamos concursos diarios de Kahoot, donde los participantes pusieron a prueba sus conocimientos sobre baterías de forma dinámica y entretenida. También destacaron el simulador de conducción, que atrajo a numerosos visitantes, y una experiencia inmersiva con gafas de realidad virtual, que permitió vivir la emoción de ser copiloto en una carrera. Pero el más fotografiado del stand fue el coche de Antonio Albacete Jr, un Toyota GR86 con el que está corriendo la Toyota GR Cup Spain, y que despertó el interés de muchísimos visitantes. Además, llevamos a cabo varios eventos y reuniones clave que sirvieron para fortalecer nuestros lazos con clientes, colaboradores y profesionales del sector".

ZF Aftermarket Entorno digital completo

● En su área de exposición, ZF Aftermarket mostró sistemas como ZF [pro]Tech, un programa de soporte para talleres de turismos con instrucciones de montaje específicas para más de 15.000 modelos, y cuya versión Plus ofrece soporte personalizado y formación en vehículo sobre nuevas tecnologías; o ZF [pro]Service, versión para vehículos industriales [camiones, tráileres o buses]. Entre las novedades, destacó ZF [pro] Manager, una herramienta integral de gestión digital diseñada para llevar la relación del taller con el cliente al mundo digital. Por su parte, ZF [pro]Diagnostics es una solución integral para todas las necesidades de diagnóstico del taller moderno que permite leer y reparar más de 35.000 sistemas diferentes de vehículos de las principales marcas y ofrece diagnóstico remoto en casos difíciles. Por su parte, Vandy es una plataforma intuitiva que reúne todos los datos de los vehículos y ofrece funciones digita-



les inteligentes para un mantenimiento preventivo, respuesta rápida ante averías inesperadas, datos sobre uso y la digitalización documental del vehícu-

lo. Junto con toda esta oferta, ZF Aftermarket mostró productos orientados al vehículo pesado, como ZF Bus Connect o Scalar.



¡GRACIAS POR VUESTRA VISITA!

Motortec Madrid y Autopromotec Bologna 2025 han sido un auténtico éxito.
¡Gracias a vosotros!

Esto no acaba aquí...
¡Nos vemos en Equipauto París!



motortec



autopromotec



**14 - 18
OCTUBRE
2025**

EQUIP AUTO



TecAlliance Adquisición de Autotecnic

● TecAlliance explicaba durante Motortec los detalles de la adquisición de la empresa española Tecnomania BCN XXI S.L., conocida bajo el nombre comercial de Autotecnic, proveedor de soluciones de diagnóstico y reparación, formación técnica especializada y servicios profesionales de consultoría. La adquisición coincide con el objetivo de TecAlliance de mejorar y globalizar su solución TecRMI, que ofrece información de reparación y mantenimiento estandarizada y conforme al equipo original. Al integrar las herramientas y bases de datos de Autotecnic, TecAlliance aspira a ampliar su implantación a nivel mundial, ofreciendo soporte a talleres, distribuidores y proveedores. “El conocimiento y las soluciones de Autotecnic complementan nuestro catálogo de TecRMI”, señala Peter van der

Galiën, CEO de TecAlliance. “Su analítica SARA basada en IA y su amplia base de datos de casos verificados de reparación nos permitirán prestar un soporte innovador y accesible a talleres de todo el mundo para ayudarles a alcanzar una mayor eficiencia y rentabilidad”. Por su parte, Francisco Creus y César González, fundadores y propietarios de Autotecnic, expresaron su entusiasmo por la adquisición. “Al buscar un inversor, dimos prioridad a un socio con conocimiento del sector que pudiera ayudar a globalizar nuestras soluciones. La experiencia de TecAlliance y su implantación mundial la convierten en el socio ideal para llevar Autotecnic al siguiente nivel. Aprovechar su huella global nos permitirá escalar nuestro soporte multilingüe al cliente y mejorar la adopción de nuestra herramienta de AI SARA en todo el mundo”.



Grupo Vagindauto Equipo Thinkcar con un asistente de IA

● Grupo Vagindauto, nuevo distribuidor e importador de los equipos Thinkcar, estuvo presente en Motortec, junto al fabricante Thinkcar, con grandes novedades como el primer equipo con un asistente de inteligencia artificial, capaz de optimizar los diagnósticos como nunca antes. Además, cuenta con 19 marcas de programación en línea, sistema PassThru para una conectividad avanzada y control remoto para una gestión más eficiente, así como cuatro niveles de soporte técnico para clientes Thinkcar.

Bosch Mobility Aftermarket Visión del taller del futuro



● Bosch Mobility Aftermarket exhibió en la feria su propuesta tecnológica para impulsar la transformación de los talleres en un entorno posventa cada vez más definido por el software, la conectividad y la electrificación. Entre las novedades figura ESI[tronic], el primer software de posventa con capacidad de conexión OEM en los

vehículos del fabricante Tesla. Gracias a una arquitectura de comunicación mediante Ethernet, este sistema puede acceder directamente al HPC del vehículo, permitiendo realizar tareas de diagnóstico profunda, lectura y borrado de fallos, además de recuperar manuales de reparación e información técnica específica. Junto a ello, Bosch presenta el Certificado del Vehículo Usado (Vehicle Health Certificate), una solución basada en software para generar un informe objetivo y detallado sobre su estado real. Este certificado, independiente del fabricante, especialmente útil para gestores de flotas, aseguradoras y proveedores de movilidad, permite conocer desde códigos de fallo activos hasta el historial de accidentes, el estado de mantenimiento, una posible manipulación del kilometraje o

el estado de la batería de alto voltaje en modelos eléctricos e híbridos. Otra de las grandes apuestas de Bosch fue su solución integral para la diagnosis y reparación de baterías de vehículos híbridos y eléctricos. La compañía proporciona al taller un ecosistema completo que incluye herramientas de diagnosis como KTS 560 y KTS 590, compatibles con más del 95% de los modelos eléctricos del mercado; equipamiento de taller específico (descargador y cargador de baterías, mesa elevadora, balanceador de carga y comprobador de estanqueidad); piezas y kits de reparación originales; y un itinerario de formación estructurado en tres niveles, que capacita a los técnicos para realizar desde operaciones básicas hasta intervenciones de alta tensión de forma segura y certificada.



Imprefil Balance positivo y múltiples novedades

● Imprefil acudió a la última edición de Motortec, donde aprovechó para presentar, dentro de su oferta de catalizadores y filtros de partículas, una gama de DPF para camión totalmente intercambiables con los originales, con sus juegos de abrazaderas y juntas. También presentaron monolitos cerámicos para GPF (filtros de partículas para gasolina) y SDPF, que son DPF convencionales con impregnación de

SCR (reducción catalítica) para vehículos Euro 6 con AD Blue.

Además, desde la organización de la compañía destacan que el balance de la feria "ha sido bastante positivo. Ha habido mucha actividad, principalmente los dos primeros días, con un gran número de visitantes y de expositores. En nuestro caso, hemos realizado muchos contactos de posibles clientes y proveedores para

nuestras gamas de productos de filtración, térmico y catalización".

De cara a los próximos meses, Imprefil tiene pensado realizar diferentes acciones encaminadas a mantener y aumentar su grado de servicio (de +90% de las solicitudes se sirven en el día). "Más stock, más gama, mejores acuerdos logísticos para aumentar la rapidez en las entregas y de un forma mas económica", comentan. ■

Busque lo que busque **Lo tenemos**

Especialistas en:

FILTRACIÓN

TÉRMICO

CATALIZADORES/DPF

Distribuidores de:

Con la garantía y la calidad que su negocio necesita

imprefil

www.imprefil.com :: imprefil@imprefil.com :: Tienda on-line: e-imprefil

IMPREFIL
Avda. Artesanos, 38. - 28760 Tres Cantos (MADRID)
Tel: +34 918 031 119 - WhatsApp +34 608 944 363

DELEGACIÓN CATALUÑA:
IBARFIL
C/ Escultor Ordoñez, 164. - 08016 BARCELONA
Tel: +34 933 592 620

Elige calidad, Elige Confianza Homenaje al mecánico

● Un año más, 'Elige calidad, elige confianza' (ECEC), iniciativa que agrupa a una veintena de fabricantes de componentes de primer nivel adheridos a Sernauto, participó en Motortec para dar la máxima visibilidad a la labor que los profesionales de la mecánica realizan en sus talleres. "Cuidamos coches, cuidamos vidas" es el tributo que presidió el stand de ECEC en la feria, dando la máxima visibilidad a la importante labor que los profesionales de la mecánica realizan día a día en sus talleres. Por todo ello, ECEC quiso premiar tanto el trabajo del mecánico, como el esfuerzo de los estudiantes que serán el futuro de la profesión. Así, a través de una divertida dinámica al estilo de la ruleta de la fortuna, los asistentes pudieron ganar atractivos premios.



Delphi Doble reconocimiento en innovación

● Delphi, una marca de Phinia, consiguió dos premios en los Premios Galería de Innovación: logró el reconocimiento al sistema de inyección directa en la categoría de Soluciones y tecnologías de movilidad sostenible y economía circular, además del Premio Especial a la mejor innovación para Vehículo Industrial para el sistema de inyección indirecta de hidrógeno. A la hora de conceder estos galardones, el jurado, compuesto por ocho expertos del sector, ha valorado cuatro criterios esenciales: grado de innovación, funcionalidad, diseño y sostenibilidad.

"Estamos muy orgullosos por estos dos premios otorgados a uno de nuestros productos", subrayó David Zapata, Country Director Spain Portugal de Delphi. "A pesar de la larga historia de Delphi, siempre es una enorme satisfacción que se reconozca el esfuerzo innovador que llevamos a cabo y que nos define como empresa. Somos pioneros en la industria con numerosos productos, que ponemos en el mercado seguros de su calidad contrastada, sus capacidades y, sobre todo en estos tiempos, su sostenibilidad.



Por último, quiero agradecer a nuestros equipos de I+D su trabajo constante para ofrecer productos cada vez más avanzados y que respondan a las nuevas exigencias del mercado, así como a los miembros del jurado que han valorado tan positivamente nuestra propuesta. Por nuestra parte, sólo podemos prometer que seguiremos buscando la excelencia".

TAB Group Nuevo diseño para sus baterías de arranque



● TAB Group presentó en Motortec una mejora en el diseño de las cubiertas de polos de las baterías de arranque para coches, camiones y motos. Las nuevas tapas son más prácticas y fáciles de usar, ya que permiten un acceso fácil a los terminales de las baterías por ambos lados, facilitando así la conexión de los cables sin necesidad de quitar las cubiertas. Además, el nuevo diseño es más seguro porque las tapas permanecerán en su lugar incluso después de conectar la batería, reduciendo de esta forma el riesgo de cortocircuitos. Desde el punto de vista medioambiental, las cubiertas, fabricadas con materiales ecológicos, permanecerán en la ba-

tería durante todo su ciclo de vida, de modo que se reciclarán junto con las baterías usadas al final de su vida útil.

Por otro lado, TAB Group dio a conocer su nueva red exclusiva EXPERTAB, dirigida a talleres mecánicos y distribuidores de baterías en la Península Ibérica diseñada para fortalecer la relación con sus clientes y ofrecer herramientas para el desarrollo y fidelización de sus negocios. Esta comunidad contará con soporte técnico directo y una relación fluida con el equipo comercial del equipo TAB, así como con acciones específicas para mejorar la visibilidad, aumentar la rentabilidad y reforzar la fidelidad de sus propios clientes.

Ancera

Presencia institucional, estratégica y expositiva

“Motortec 2025 ha sido una plataforma ideal para poner en valor la innovación, el compromiso y la capacidad de transformación del sector de la posventa. Desde Ancera, seguiremos trabajando para visibilizar y defender a nuestro sector, fundamental para el tejido empresarial nacional. Continuaremos apostando por la digitalización, la captación de talento joven, la sostenibilidad y la colaboración institucional, y seguiremos haciendo en nuestro camino hacia la próxima edición de la feria”, destacaba Nines García de la Fuente, presidenta de la asociación, al término de la feria.

En cuanto a sus novedades, la entidad presentó “Ancera Innova”, su nuevo eje estratégico centrado en la transformación digital, la sostenibilidad y la innovación como motores del cambio en el sector de la posventa. En el marco de esta nueva línea de trabajo, Ancera dio a conocer un informe exclusivo con 100 tendencias globales en la distribución



de recambios de turismo y V.I. Además, se lanzó la sección renovada de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la web de Ancera, también incluida en su eje Ancera Innova, que alberga el decálogo ético de la asociación, sus políticas de sostenibilidad, la memoria de RSC y

herramientas prácticas para ayudar a las pymes a implementar criterios ESG. En este contexto, se presentó Ancera BI (Business Intelligence), una plataforma digital que permite acceder a un cuadro de mando con análisis sectorial avanzado.

Continental
The Future in Motion



NUEVOS

KITS DE RODAMIENTOS
DE RUEDAS, COMPONENTES DE CHASIS
Y DIRECCIÓN

**¡AHORA ES EL
MOMENTO!**

Estamos ampliando nuestra gama de productos para prestar aún más servicios de una sola fuente. Obtenga ahora Compra ya nuestras piezas de máxima calidad con 5 años de garantía.

Más información:



Conepa Abre su “Cocina del Taller”

● Conepa quiere que los empresarios de la reparación sean más tenidos en cuenta por el Gobierno a la hora de trazar las estrategias del país en materia de movilidad sostenible. Así se lo transmitió Ana Ávila, directora corporativa de Conepa, al ministro de Industria, Jordi Hereu, en el transcurso de la visita que éste realizó al stand de la Federación Española. Además de participar en diferentes encuentros y jornadas, la entidad trasladó su visión sobre el problema de la falta de personal en los talleres y las dificultades que tiene el sector para captar talento joven. También firmó un acuerdo protocolario con la Asociación Española del Desguace y Reciclaje del Automóvil (Aetra) para fomentar entre sus asociados el uso de plataformas de tramitación digital en la gestión de bajas definitivas de vehículos entregados en los CATs por concesionarios y talleres.

Desde su stand, también con la presencia de la asociación madrileña Asetra, Conepa activó “La cocina de taller” en colaboración con la compañía tecnológica DealerBest, para que los profesionales disfrutasen de un almuerzo y una dinámica de networking con conocimientos útiles



para mejorar la gestión del negocio. Por su parte, el equipo de profesionales del área de Formación llevó a cabo una campaña de divulgación de los beneficios de la FP Dual y las ventajas de los “contratos de formación en alternancia”, en colaboración con Fundación Confemetal. Final-

mente, Conepa ofreció simulaciones del potencial de ventas de recambios para el taller realizadas por Solera. Los talleres pudieron, igualmente, familiarizarse con la última tecnología de la compañía, su Plan Manager, en colaboración con NOVA, para planificar y ordenar el trabajo.

VT Batteries Soluciones energéticas a medida

● VT Batteries se presentó en Motortec como un proveedor integral de soluciones de acumuladores de energía, ofreciendo respuestas personalizadas a cada necesidad gracias a una gama de productos que abarca desde marcas premium has-



ta opciones de óptima relación calidad-precio, todas con stock permanente. La atención individualizada y la diversidad de su cartera permitieron a VT Batteries cerrar múltiples acuerdos comerciales y establecer nuevas alianzas estratégicas. Marcas como Willard y Exide, presentes en el stand con espacios propios, también se beneficiaron del respaldo de VT Batteries, fortaleciendo su presencia en el mercado y ampliando su red de contactos.

“En Motortec 2025, hemos demostrado que VT Batteries es la respuesta real a todas las necesidades de acumuladores de energía. Nuestra amplia oferta de productos, unida a la atención personalizada que hemos dado a cada visitante, ha sido el factor clave de este éxito. Estamos muy orgullosos del trabajo de todo el equipo y de la confianza de nuestros clientes”, destaca José Miguel Álvarez y David Hernández Sobrino, directores de VT Batteries. Para José Luis Bravo, director de Iberia de VT Batteries, “esta feria ha reafirmado que VT Batteries es el socio estratégico que el mercado necesita: cercano, fiable y preparado para crecer junto a sus clientes. El volumen de oportunidades y acuerdos cerrados confirma el gran momento que vivimos”.

ICER**Pastillas de freno LMD**

● La participación de ICER en Motortec 2025 ha sido muy positiva. Durante los cuatro días de feria, la empresa recibió en su stand a más de 400 visitantes y ofreció sesiones formativas a cargo de tres expertos invitados, que compartieron su conocimiento y experiencia con el público. Además, Icer Brakes fue reconocida con el Premio Galería de la Innovación, en la categoría de Componentes de Mantenimiento, por las pastillas de freno LMD para vehículos de reparto. “La gama LMD es el resultado de años de investigación para desarrollar un producto que responda a las exigencias reales del mercado”, destaca Aitor Rueda, director técnico y de I+D en Icer Brakes. “Las pastillas LMD han sido sometidas a numerosos ensayos dinámicos y tests de flota hasta obtener un material de fricción que garantiza un rendimiento superior. Este premio reconoce no sólo nuestros esfuerzos en I+D, sino también el enfoque práctico y orientado al cliente que ICER aplica en cada desarrollo”.

**Osram****Expectativas superadas**

● Clientes, socios y profesionales de la posventa aprovecharon la visita a Motortec para conocer el porfolio de productos de Osram, que se muestra “muy satisfecha por el gran interés del mercado durante los cuatro días de duración de la feria”, agradeciendo “a todos los que han contribuido a hacer posible este gran éxito”. La compañía, que vio superada sus expectativas, subraya el gran interés por la luz de advertencia de Osram conectada a la DGT 3.0, la LEDguardian Road Flare Signal V16 IoT, obligatoria desde 2026 en España, sustituyendo al triángulo de advertencia.

Además, destacaron especialmente los productos LED homologados para las vías públicas y para uso off-road. Se distinguió la última versión de la familia de lámparas LED homologadas, la Night Breaker LED Speed H7, por su facilidad de montaje gracias a su diseño idéntico 1:1 con las lámparas tradicionales, y su tecnología LED de alta durabilidad. Por su carácter innovador, la Night Breaker LED Speed H7 de Osram fue galardonada en los Premios Galería de la Innovación en la categoría de “Componentes eléctricos y electrónicos”.

GRUPO
CARTÉS
Expertos en soluciones globales desde la filtración

STOCK DE PRIMERAS MARCAS
TRATAMIENTO DE COMBUSTIBLES

**SOLUCIONES COMPLETAS PARA LA
MONITORIZACIÓN DE ACTIVOS QUE
MEJORAN EL RENDIMIENTO DE TU FLOTA**



Madrid Barcelona Sevilla La Coruña Vizcaya

916 707 210 | info@grupocartes.es | www.grupocartes.es

Grupo Cartés

Propuesta sólida y bien recibida



“Grupo Cartés cerró su participación en Motortec con una propuesta sólida y bien recibida, centrada en la eficiencia, la digitalización y la rentabilidad del mantenimiento industrial y del vehículo”. Así destacan desde la compañía su presencia en la feria, el escenario para mostrar sus soluciones más innovadoras en filtración, conectividad y monitorización de activos para sectores como el vehículo industrial, automoción, agricultura, obra pública y cabinas de pintura. Además, el stand de Grupo Cartés recibió la visita del ministro de Industria, Energía y Turismo, Jordi Hereu Boher, quien

pudo conocer de primera mano las propuestas tecnológicas y sostenibles que la compañía está desarrollando para el sector. En automoción, la empresa reforzó su posición como proveedor integral gracias a su marca propia Step Filters, con más de 1.000 referencias, y su servicio de comercio digital, que facilita la gestión de pedidos de forma ágil y eficiente. En el ámbito de la digitalización, se presentaron los servicios del departamento de IT para integrar sistemas y optimizar procesos: conexiones ERP/API, envío y lectura de archivos, y desarrollo de proyectos colaborativos para mejorar el servicio y los plazos de entrega.

Ceroil

20º aniversario de Inyetsol+

La utilización de los productos y aditivos de Ceroil es clave para mantener los vehículos en las condiciones idóneas para un funcionamiento fiable y seguro. Y así quiso transmitirlo la empresa en Motortec, donde mostró sus novedades en productos para el cuidado del motor y sus soluciones innovadoras para la prevención de averías. Ceroil aprovechó la feria para celebrar el 20º aniversario de Inyetsol+, su aditivo para la limpieza de inyectores de última generación. Para ello, decoró su stand con una réplica inflable de 4 metros del envase de Inyetsol+ y presentó una edición conmemorativa de color dorado.



Service Next

Primera participación muy positiva



La empresa tecnológica Service Next finalizó su primera participación como expositor independiente en Motortec con una valoración muy positiva. Durante los cuatro días de feria, el equipo presentó en directo nuevas soluciones orientadas a la digitalización, eficiencia y profesionalización del taller, estableciendo un contacto directo con cientos de profesionales del sector. “Motortec ha sido un punto de inflexión”, aseguran desde

Service Next. “Hemos mostrado lo que estamos haciendo, hemos escuchado de cerca lo que los talleres necesitan y hemos generado nuevos proyectos que ya están en marcha”, añaden. La marca presentó cuatro lanzamientos clave: Comprobación de componentes con Realidad Aumentada, integrada en su plataforma de formación técnica Next Academy; Módulo de Vehículos de Ocasión para Next GO, que centraliza la gestión de compraventa de coches usados dentro de la plataforma de gestión del taller; Kiosco interactivo para puntos de venta, para automatizar y agilizar la compra de recambios; e Infotechnic PRO, la evolución de su plataforma de datos técnicos. Además de mostrar estas soluciones, el equipo resolvió dudas en tiempo real, conversó con distribuidores y talleres, y reforzó el valor de una relación más cercana y útil con los profesionales del aftermarket. “Motortec ha sido también una forma de ponerle cara a quienes ya usan nuestros productos, y de conectar con nuevos talleres que quieren dar un paso más”, destaca la firma. “Con este impulso, Service Next continúa su camino apostando por una tecnología útil, una formación accesible y un acompañamiento técnico pensado para la realidad del taller independiente”.



Mewa Máquinas lavapiezas, limpieza respetuosa

● Ya se trate de paños de limpieza, alfombrillas absorbentes de aceite o máquinas lavapiezas, el servicio textil de Mewa libera a los talleres de una tarea diaria como es la gestión de los textiles. Este servicio integral centró la participación de la empresa en Motortec, dando a conocer las ventajas en eficiencia y menor coste para el taller y mejora del equilibrio ecológico. En su stand, Mewa mostró el poder de limpieza de sus paños, la gran capacidad de absorción de las alfombrillas Multitex y las prestaciones de los lavapiezas de alta presión. Estas máquinas garantizan grandes resultados al limpiar herramientas y piezas metálicas. El producto de limpieza no contiene COV y biodegrada las grasas y los aceites. Incluso las piezas muy sucias se limpian a fondo.

Durante el certamen, Javier Fernández, director de Ventas de Mewa España y Portugal, subrayó la gran repercusión que las máquinas lavapiezas automáticas con base biológica están teniendo entre los más de 6.000 clientes activos de la compañía en España. "Reutilizamos, ni usamos ni tiramos, promoviendo la economía circular. Nuestro sistema de alquiler completa todo el círculo de limpieza. Los clientes de Mewa pueden utilizar estas máquinas como parte de nuestro servicio integral".

Con estas máquinas, el efecto del líquido de limpieza biológico se intensifica gracias a una alta presión de hasta 90 bares, con una temperatura de limpieza de unos 40 °C. Con la boquilla de alta presión se pueden limpiar de forma eficaz incluso piezas muy sucias con geometrías complejas. La gran superficie de trabajo permite limpiar piezas muy grandes, mientras que el uso de agentes desengrasantes y microorganismos en el líquido de limpieza de pH neutro, a base agua, garantiza una larga vida útil y, por tanto, una solución sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Los microorganismos descomponen biológicamente las grasas y los aceites de forma totalmente natural.



Texa Nuevo software de diagnóstico IDC6

● Texa presentó novedades clave en su oferta de soluciones de diagnóstico para el taller, entre ellas, el nuevo software de diagnóstico IDC6, que incorpora inteligencia artificial para mejorar la eficiencia y la experiencia de los mecánicos en sus procesos de reparación. También dio a conocer las nuevas interfaces Navigator Multihub 2 y Navigator Nano S2, dos evoluciones tecnológicas que, combinadas con el IDC6, refuerzan su propuesta de valor para los talleres multimarca.

El IDC6 introduce la IA como un elemento diferenciador. "Nuestro software ya era práctico, intuitivo y con una gran cobertura, pero ahora damos un paso más al integrar la IA para facilitar el acceso a la información y los boletines técnicos, esenciales para la reparación y muy demandados por el taller", comentan desde la compañía, añadiendo que esta innovación "no pretende sustituir la capacidad del técnico, sino potenciarla. La llegada de estas tecnologías facilita el trabajo diario en el taller, permitiendo que los mecánicos accedan más rápidamente a la información que necesitan y trabajen con mayor seguridad. La inteligencia artificial no repara el coche, pero sí ayuda a que el profesional encuentre antes la información clave para actuar con precisión. Nuestro objetivo es simplificar este acceso y mejorar la operatividad de los talleres".



SOLUCIONES QUÍMICAS AUTOMOCIÓN



Descarga nuestro
catálogo completo
en PDF

La MEJOR solución es la PREVENCIÓN
www.ceroil.com





Liqui Moly Presencia estratégica

Con un gran stand de más de 135 m², Liqui Moly presentó sus más recientes innovaciones y también celebró varias actividades paralelas a lo largo de los cuatro días de la feria. “Formar parte de Motortec ya está en el ADN de Liqui Moly. Esta presencia estratégica ha sido una palanca para nuestro crecimiento sostenido en España, y seguimos viendo un potencial inspirador para los próximos años. Queremos compartir esta energía con todos nuestros clientes de España y Portugal, en un stand envolvente y lleno de vida”, afirma Matthias Bleicher, CEO de Liqui Moly Iberia. Dos novedades fueron las novedades más importantes para los talleres: una gama actualizada de productos de cuidado automotriz y los más re-

cientes equipos profesionales, como la Gear Tronic III y la Jet-Clean Tronic III. Además, Liqui Moly expuso por primera vez el concepto Bag-in-Box, envases de aceite de 20 litros con estructura de cartón, más sostenibles, diseñados para reducir el impacto ambiental. Esta solución estará disponible próximamente para España y Portugal. “Estamos en un momento de crecimiento sólido en el mercado ibérico y esta feria es la oportunidad ideal para celebrar este recorrido con nuestros socios y sembrar las semillas del futuro. Es con una visión clara y duradera que caminamos lado a lado con nuestros clientes”, destaca Sadhna Monteiro, directora de Ventas y Marketing de Liqui Moly Iberia.

JBM Nuevo Catálogo 2025

JBM Campllong, especialista en soluciones para la automoción, participó en Motortec con un stand en el que presentó su nueva gama de herramientas, equipos para talleres y soluciones para la gestión de vehículos. Con más de 30 años de experiencia, la compañía ofreció demostraciones y asesoramiento personalizado para los profesionales del sector. JBM acaba de lanzar su nuevo Catálogo 2025, una herramienta esencial diseñada para satisfacer las necesidades de sus clientes. Disponible en siete idiomas, el manual incluye más de 7.000 referencias que cubren desde herramientas y equipos para automoción hasta suministros industriales, así como más de 500 productos nuevos, incorporando las últimas tecnologías y soluciones del mercado.



Launch Ibérica Equipamiento para taller



Launch Ibérica dio conocer en Motortec sus últimas soluciones en diagnóstico, con equipos como Eurodiag V4, el nuevo PAD9, la solución Euroinmo para inmovilizadores y llave que lee EEPROM, o los nuevos programadores TPMS y los servicios de diagnóstico remota. También mostró el nuevo ADAS PRO PLUS y el RADAR KIT para calibración específica de radar. En inspección y mantenimiento, Launch expuso un carro de herramientas con 375 piezas, el extractor de aceite 72+10L, gatos de transmisión, prensas, grúas, etc., además de un nuevo laboratorio de inyección. Para neumáticos, destacaron alineadores, desmontadoras con doble velocidad y equilibradoras con luz LED, medidor automático y marcador láser de serie. También exhibió la empresa el nuevo elevador electromecánico de 4.000 kg sin base, los modelos de tijera con sobre elevación y el elevador para moto de 600 kg.

NRF

Con stand propio por primera vez

● NRF, proveedor de soluciones de termocontrol, participó por primera vez en Motortec con stand propio en el que la compañía presentó sus últimas novedades y ofreció formaciones técnicas a los visitantes, quienes pudieron obtener una visión detallada de su catálogo y su enfoque tecnológico. Esta participación forma parte de su estrategia de crecimiento y consolidación en el mercado español, en el que la empresa continúa reforzando su presencia de forma sostenida. En los últimos



años, NRF ya ha llevado a cabo acciones clave como la creación de un laboratorio de sensores en sus instalaciones de Granada, dedicado a la validación y control de calidad, y la apertura de un nuevo almacén de 14.000 metros cuadrados en Valencia, que mejora su capacidad operativa y logística en los mercados de España, Portugal y exportación.

Olipes

Productos Averoil y gama EV-Fluids

● Olipes acudió a la feria para anunciar el Programa Partner para Talleres en España, que responde a las necesidades de los profesionales que buscan un servicio rápido, fiable y con ventajas exclusivas. Está estructurado en tres niveles (Bronce, Plata y Oro), permitiendo a los talleres evolucionar según sus necesidades y su nivel de compromiso con la marca. Cada nivel ofrece ventajas exclusivas, como identificación personalizada, campañas promocionales, ropa laboral, soporte técnico, posicionamiento online, planes de formación o asesoramiento en la gestión del negocio. La empresa también presentó en Motortec los nuevos productos Averoil, desarrollados para los modernos motores a gasolina, diésel e híbridos de los automóviles comercializados en estos últimos cinco años; y la nueva gama EV-Fluids para vehículos eléctricos e híbridos, con los que se consigue una mayor protección del motor y la transmisión y se reduce el impacto ambiental. Además, Olipes mostró sus servicios de soporte técnico, como el análisis de aceites usados, y su compromiso con la sostenibilidad, ofreciendo soluciones más ecológicas y eficientes.



65 Familias de producto



21.000 Referencias de producto
22.000 Referencias OEM



215.500 Aplicaciones en climatización y térmico

NUESTRAS DISTRIBUCIONES



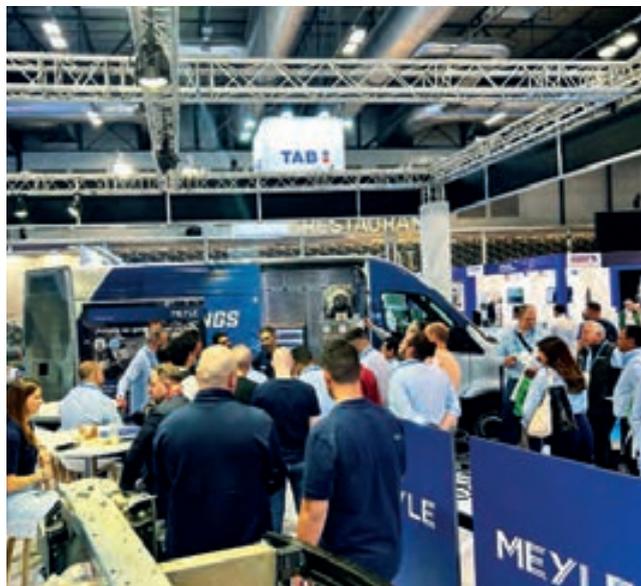
C/ Dinamismo nº15, P.I. Los Olivos - 28906 Getafe - Madrid
Tel. 91 684 61 84 - info@bugobrot.com

www.bugobrot.com



Emotive Debuta con fuerza

● La edición 2025 de Motortec no sólo marcó el debut de Emotive en este evento, sino también su primera gran presencia en España, reuniendo todas sus marcas de producto bajo un mismo techo. Entre estas marcas, una destacó a nivel local: VEGE España, ahora conocida como Emotive Iberia S.L. “Los visitantes que acudieron presenciaron de primera mano lo que representa este cambio: un fuerte compromiso con la región, una conexión más clara con nuestro ecosistema Emotive y una imagen renovada y unificada que refleja las necesidades cambiantes del mercado de accesorios”, afirman desde la empresa. El stand de Emotive se convirtió también en un centro de actividad, con la oportunidad de interactuar con socios y distribuidores habituales pero también con profesionales de taller y nuevos participantes interesados en marcas de productos, como ERA y VEGE, que demostraron su sólida posición en el mercado español, mientras que MPM despertó un creciente interés y muchos visitantes quisieron conocer más sobre el futuro de Optimal. Durante la feria, Emotive presentó. Igualmente, una gama de productos con visión de futuro, que cubre el 98% del parque automovilístico europeo, y una red que llega a más de 120.000 talleres en 100 países.



Meyle Soluciones orientadas al futuro

● “Ferias como Motortec son plataformas indispensables para comprender mejor las necesidades del mercado y desarrollar conjuntamente soluciones innovadoras y orientadas al futuro”. Así lo indican desde Meyle, que acudió a la feria española para mantener un intercambio directo y práctico con sus socios, clientes y talleres. Para lograrlo, la compañía se centró en tres temas: el módulo especial de Tesla, que permitió a los visitantes experimentar con componentes que se integran en las arquitecturas de vehículos modernas; la demostración en vivo de un cambio de aceite, práctica y muy relevante para el trabajo diario en el taller; y la presentación de nuevos productos y soluciones, como el nuevo brazo de control del eje trasero Meyle HD para Volkswagen, la nueva barra de dirección premontada o el nuevo eje de transmisión Volvo.

Amalie Más de 350 referencias de productos

● Amalie Petroquímica dio a conocer el nuevo Amalie Amax 500F 5W-20, un lubricante sintético para motores de altas prestaciones gasolina equipados con tecnología EcoBoost en automóviles Ford. Especialmente indicado para motores en los que el fabricante recomiende la especificación Ford WSS-M2C948-B, su uso también está permitido en motores de gasolina donde se requiera un lubricante que cumpla las especificaciones Ford WSS-M2C913B, WSS-M2C913-C y WSS-M2C925B. Asimismo, la multinacional exhibió sus últimos productos, que abarcan aceites para motores gasolina y diésel de automoción, agrícola, cambios y diferenciales, lubricantes de transmisiones, fluidos hidráulicos, grasas, anticongelantes y aditivos. Todos ellos con las homologaciones de los principales fabricantes de automoción e instituciones internacionales y cumplen con los requisitos establecidos. Amalie ya gestiona más de 350 referencias de productos.





Altaroda Iberia Inicia su actividad en España

Con una trayectoria consolidada en Portugal y una identidad como proveedor técnico especializado, Altaroda Iberia inicia su presencia directa en el mercado español a través de la creación de su nueva sede operativa y comercial en España. Altaroda Iberia nace con la voluntad de ofrecer una propuesta sólida, cercana y diferenciada, sustentada en el trato directo, el conocimiento técnico y el acompañamiento continuo al taller. “El taller actual necesita confianza, rapidez en el servicio, asesoramiento real y un proveedor que entienda sus necesidades más allá del producto”, explica Vítor Rocha, fundador y gerente de Altaroda. “Esa ha sido siempre nuestra forma de trabajar en Portugal, y venimos a España con la misma filosofía: no vender por vender, sino ayudar a nuestros clientes a trabajar mejor cada día”, añade. Entre su catálogo de productos destacan elevadores, alineadoras, desmontadoras y equilibradoras de neumáticos, compresores, herramientas técnicas y una gama de unidades móviles para el servicio en carretera o a domicilio. Gracias a acuerdos con fabricantes internacionales y a la disponibilidad de repuestos y servicio posventa, la compañía distribuye en exclusiva marcas de referencia en el sector, entre las que destacan Mondolfo Ferro y Tech, Performetec, Guernet, Astra y Samôa, y ha desarrollado una marca propia de equipamiento técnico: Garage 777.



Top Recambios Días de trabajo intenso

Top Recambios acudía a Motortec con un stand muy amplio y moderno, de concepto abierto, con el que dio la bienvenida a todos los clientes. Se trataba de crear un ambiente cómodo en el que poder mantener un contacto directo con los profesionales que visitaran el certamen, con mesas de trabajo en las que compartir un punto de encuentro con los clientes. Desde el distribuidor de neumáticos destacan cuatro días de trabajo intenso en la feria. “Han sido días en los que hemos recibido a clientes con los que ya estábamos trabajando y también a nuevos clientes que quieren trabajar con nosotros. Días en los que hemos podido compartir con todos ellos cual es nuestra estrategia y hacia donde se dirige Top Recambios. Gracias a todos y cada uno de ellos por dedicarnos su tiempo, por hacernos partícipes de lo que hacemos bien, y también de aquello en lo que debemos mejorar. Nos ponemos a trabajar todo el equipo de Top Recambios, con el firme compromiso de ser cada día mejores, y de aportar cada día más valor en la gestión de sus negocios”.

Vulco GRIPS, la apuesta digital

Goodyear, compañía matriz de Vulco, lleva 15 años desarrollando GRIPS, una plataforma digital integral que permite centralizar todos los procesos clave del negocio: atención al cliente, gestión de citas, control de stock, facturación o análisis de indicadores de rendimiento. GRIPS está desarrollada sobre Microsoft Dynamics / Business Central, la solución ERP de Microsoft utilizada por pequeñas y medianas empresas en todo el mundo. A partir de esta base, Goodyear ha añadido funcionalidades específicas para el sector de los neumáticos y los servicios del automóvil. Actualmente, GRIPS

está operativo en 12 países y más de 700 puntos de venta, según explicaron en Motortec los responsables de Vulco, red con más de 240 centros en España y 280 en la Península.

Conectado también con la DGT, GRIPS permite gestionar las citas de los clientes y vincular esa información con los documentos de venta. El profesional puede monitorizar el estado de cada trabajo y visualizar de forma sencilla las citas mediante un sistema de colores personalizados. Además, el sistema permite configurar márgenes y estrategias de precios para generar presupuestos de for-



ma rápida y estandarizada. Gracias a la conexión con los principales portales de compra de neumáticos y piezas, el taller puede comparar precios, comprobar disponibilidad y realizar pedidos directamente desde GRIPS. Entre otras funciones, la plataforma permite integrar la gestión de flotas de Goodyear (MyWay - FOS) y la tienda online de Vulco.

GAMA DE GASES PARA AUTOMOCIÓN DE HISPACER

Refrisol Green Cold

Refrisol Green Cold es un gas ecológico, totalmente compatible con los gases utilizados en automoción, como el R134a, R12 y 1234 YPF y se muestra muy eficaz en sistemas de frío que funcionan con R22-, R407-, R410 y R404.



Refrisol Green Cold EKO 14

Refrisol Green Cold EKO 14 es específico para equipos que trabajan con el gas 1234-IF (hidrocarbonado).



Refrisol Sellante

Refrisol Sellante incorpora en su fórmula un efectivo sellador de pequeñas fugas, en especial las que se producen en el interior de los circuitos de refrigeración por el desgaste de sus componentes (retenes, conexiones, juntas, radiadores, enfriadores, válvulas de expansión, etc.) por el uso excesivo, envejecimiento o deterioro de dichos elementos. Es efectivo en todas las microfugas de manguitos, plásticos o metales.



Refrisol Aircosol Industrial

Refrisol Aircosol Industrial es un tapafugas para todos los sistemas de frío, independientemente del gas que utilicen. El envase dispone de producto suficiente para seis dosis.



Modo de empleo

Estos productos no provocan atascos en el sistema y su fórmula HC (hidrocarburos) está exenta de clorados, fluorados ni otros productos tóxicos o contaminantes, por lo que su uso no produce contaminación ni calentamiento global y su calificación es de "gas ecológico".

Por lo tanto, no está afectado por la nueva normativa sobre gases fluorados o clorados

En todos los casos, Su aplicación es sencilla. No es necesaria máquina, sino que se aplica fácilmente con el grifo de servicio del bote de Refrisol y un juego de manómetros con los acoples del equipo a cargar. Tampoco hay que hacerle vacío ni extraer el gas que contenga, ya que, debido a su fórmula HC, Refrisol, al contrario que otros

gases, es compatible con el aire y el hidrógeno regenerará el gas que contenga el circuito en su interior. Sólo hay que conectar el equipo, poner el motor y el aire acondicionado a cargar en marcha y con el bote de Refrisol siempre boca abajo, inyectar el gas por baja (siempre por baja) hasta conseguir

la presión que corresponda. Con Refrisol no hay que tener en cuenta los parámetros de otros gases, tales como peso, temperatura ni cantidad, sólo la presión de trabajo del equipo que estemos cargando, ya que Refrisol aporta con el gas carbono una presión extra y permanente que reduce el consumo de combustible.

HISPACER, S.L. Paseo de la Victoria nº 29, La Victoria 14140 [Córdoba] - www.hispacersl.com
Teléfono y fax: 957 308 373 • 655 845 684 - Correo electrónico: hispaelias@hotmail.com y hispacer@hispacer.com

HISPACER REFRISOL SELLANTE

Refrisol Sellante es un nuevo gas ecológico que incorpora un efectivo sellante que evita las fugas de invierno por inactividad del sistema y las microfugas que se producen en el circuito de refrigeración por el desgaste de sus juntas, retenes, radiadores, su uso o envejecimiento de los mismos.

100% orgánico

Ecológico. Su fórmula (HC) hidrocarbonados no contiene productos clorados, fluorados u otros componentes tóxicos y contaminantes, por lo que se garantiza que su uso no produce contaminación y se califica como gas ecológico.

No daña el ozono

Menos consumo de energía

Más fácil, rápido y seguro. Sus componentes hidrocarbonados puros efectúan en el circuito una limpieza extra de la suciedad producida por la composición de los gases degradados, ayudando a la regeneración de dichos componentes sin producir atascos en el sistema.



Compatible con la mayoría de gases cloro fluorados

No precisa máquina de carga, ya que no es necesario hacer vacío

Menos fugas

Más duración

Menos desgaste

Más capacidad de frío

Perfecto para equipos antiguos de gas refrigerante R12

Los talleres generaron 65.000 toneladas de aceite usado en 2024

En la situación actual, marcada por los desafíos del cambio climático, la presión sobre los recursos naturales y la creciente generación de residuos, la economía circular (que incluye, entre otras cosas, la fabricación de productos más reciclables y la transformación de residuos en recursos) se presenta como un modelo imprescindible para garantizar un desarrollo sostenible.



En este contexto, los talleres de reparación y mantenimiento de vehículos desempeñan un papel fundamental en la protección del medio ambiente, derivado de su participación en la cadena de gestión de los muchos y diversos residuos que se generan en estas actividades, entre los que ocupa un lugar prioritario el aceite usado de motor. Un caso paradigmático de circularidad gracias a la actividad de SIGAUS, el sistema colectivo de responsabilidad ampliada del productor (SCRAP) que desde hace 18 años garantiza la recogida y el tratamiento adecuado de este residuo en toda España.

Tal y como informó SIGAUS en la pasada edición de Motortec, el modelo operativo de este SCRAP garantiza la recogida del residuo en todos los rinco-

nes del país sin excepción, y sin coste para los talleres, siempre que el aceite usado cumpla determinadas especificaciones. La entidad trabaja con más de 160 empresas gestoras autorizadas, que en 2024 realizaron cerca de 180.000 desplazamientos para recoger 154.000 toneladas brutas de aceite usado, atendiendo 66.500 establecimientos repartidos por 4.800 municipios.

En 2024 la red de empresas gestoras que trabaja con SIGAUS dio servicio a más de 35.000 talleres –el 53% del total de establecimientos generadores de aceite usado atendidos– a través de cerca de 103.000 operaciones de recogida. En el sector de la posventa de automoción se generaron 65.000 toneladas de aceite industrial usado, un residuo considerado peligroso por su elevado potencial contaminante: solo un

litro puede llegar a contaminar hasta un millón de litros de agua y permanecer en el medio durante más de una década.

De residuo a nuevos productos

Una vez recogido, el aceite usado pasa por un proceso de tratamiento para eliminar impurezas y permitir su valorización. De las 132.568 toneladas netas de residuo gestionadas por SIGAUS en 2024, más de 97.800 se destinaron a regeneración, el tratamiento prioritario que permite obtener bases lubricantes válidas para la fabricación de nuevos aceites. Este proceso materializa la circularidad del producto, ya que puede repetirse una y otra vez para obtener nuevos aceites válidos para su uso en el mercado: con tres litros de aceite usado recogido en talleres o industrias pueden obtenerse dos litros de nuevos lubricantes regenerados que, tras su uso, podrán volver a regenerarse.

El resto del residuo recuperado (aproximadamente un 25% del total) fue descontaminado para su posterior uso como combustible, permitiendo la producción de unas 30.000 toneladas de fuel BIA (fuel óleo con bajo índice de azufre) utilizado en hornos y calderas industriales.

Además de evitar el impacto ambiental de un residuo peligroso, la gestión del aceite usado aporta importantes beneficios ambientales. Frente a la obtención de estos productos (bases lubricantes o fuel óleo) mediante el refinado del petróleo, el tratamiento del aceite usado permite un ahorro significativo de materias primas, energía y emisiones. Solo en 2024, el tratamiento del aceite usado evitó la emisión de más de 83.000 toneladas de CO₂, una cantidad equivalente a la que producirían más de 300 vuelos de ida y vuelta entre Madrid y Nueva York. ■



EuroTaller elige a sus EuroPremium 2025

EuroTaller, la Red multimarca y multiservicio promovida por Groupauto Unión Ibérica (GAUIb), alcanza ya los 810 talleres (508 Plus y 50 Plus 5 Estrellas) en territorio nacional. “Cada vez somos más y mejores”, destacaba Álvaro León, director de EuroTaller, en el transcurso de la reunión del jurado de prensa para la elección de los EuroPremium 2025.

Tras la presentación de candidaturas por parte de los distribuidores y coordinadores de la Red, este jurado de prensa –del que forma parte el equipo de Posventa.info / Talleres en Comunicación– ha valorado los 28 talleres finalistas preseleccionados, votos que se unirán a los de los proveedores para elegir a los ganadores de los premios con los que la enseña reconoce a sus mejores talleres. Cabe destacar que a esta edición se unirán los galardonados en los EuroPremium 2024, cuya entrega se aplazó el pasado mes de noviembre por las graves consecuencias de la dana en Valencia. De este modo, los mejores EuroTalleres recogerán sus EuroPremium 2024

y 2025 en una cena de gala que tendrá lugar el próximo 20 de junio en el hotel Eurostars Madrid Tower.

Cliente corporativo

EuroTaller continúa avanzando en calidad, innovación y facturación bajo sus cuatro nuevos pilares: Imagen, Conocimiento, Cliente y Rentabilidad. Álvaro León, director de EuroTaller, acompañado Radek Kolasa, responsable de desarrollo de Red, destacó ante los medios de comunicación, reunidos el 8 de mayo en Madrid, cómo avanza la nueva propuesta de imagen para fachadas paneladas, con varias opciones de color, a la que se están sumando muchos servicios oficiales que se unen a la red con fachadas muy grandes y me-

jores adaptaciones para cubrirlas. En el ámbito del Cliente, Álvaro León subrayó la importancia del renting para EuroTaller; de hecho, el cliente corporativo ya aporta 35 millones de euros a la red, alcanzando una media de 50.000 euros de facturación al año en cada taller asociado. En los últimos diez años, el parque de vehículos de renting en España se ha duplicado, pasando de 447.623 en 2015 a 947.666 en 2024, mientras que el número de clientes se quintuplicado, de 55.586 en 2015 a 262.780 en 2024.

Para el cliente particular, la red continúa con su Plan de Fidelización miurotaller.com con tarjetas con saldos acumulables en Carrefour, Decathlon o El Corte Inglés y descuentos de un 4% por litro en gasolineras Galp. Además, EuroTaller se encuentra dentro del ranking de las redes que lideran el mundo digital en España: de acuerdo a de Marketalia presentado en Motortec, EuroTaller es la primera red de electromecánica y la cuarta de la lista tras Rodi, Euromaster y Norauto.

Consultoría

EuroTaller sigue trabajando en la consultoría de procesos y rentabilidad a la que puede optar cada taller libremente. Con un equipo de cuatro expertos en posventa sobre el terreno (que pronto serán cinco), destacan en el último año los 110 talleres con consultorías realizadas, las 330 visitas, los 440 días presenciales en talleres y los 1.980 seguimientos online. “Se trata de la única red que ofrece este servicio a sus talleres sin coste”, apuntó Álvaro León, incidiendo también en la mejora de la rentabilidad tras las fases de análisis, acompañamiento y desarrollo del plan de acción realizado por la figura del consultor.

La evolución de procesos mejora de un 67% de cumplimiento en fase 1 al 85% en fase 3, mientras que las horas vendidas por orden de reparación pasan de 2,3 en fase 1 a 2,6 en fase 3; así, las horas vendidas crecen de un 64% a un 86% (los talleres no llegan actualmente al 40% de horas vendidas). También se incrementa la venta de recambios, gracias al aumento de la venta cruzada y a la mejora del asesoramiento al cliente. ■

Red de Talleres CGA impulsa su futuro



CGA mantiene los 1.130 talleres asociados en España (CGA Car Services, MultiTaller y Sacorauto Service) y Portugal (MultiOficina Service), junto con Auto Check Center promovida por ATR, y lanza la nueva AutoPartner en el país luso. Así lo anunció en la Convención 2025 de la Red de Talleres, celebrada en Zaragoza ante un millar de personas bajo el lema “Un cambio hoy, el impulso del futuro”.

Más de un millar de personas se reunieron los días 23 y 24 de mayo en Zaragoza en la Convención 2025 de la red de talleres CGA, bajo el lema “Un cambio hoy, el impulso del futuro” y con la imagen de una mariposa batiendo las alas, un símbolo del llamado “efecto mariposa”. “Esta mariposa que revolotea por aquí sois cada uno de vosotros. Hoy, cada conversación, cada idea compartida, cada pequeña decisión que tomemos juntos puede desencadenar un efecto que transforme nuestro mañana”, destacaron desde la enseñanza.

Conducido por Roberto Brasero, presentador de El Tiempo de Antena 3, el encuentro se inició la tarde del 23 de mayo con las palabras de Alejandro Vicario y José Miguel Ibáñez, director general y director adjunto del Grupo CGA, respectivamente, quienes dieron la bienvenida a todos los participantes: talleres asociados de España y Portugal de CGA Service, MultiTaller Service, Sa-

corauto y MultiOficina Service, proveedores que colaboran con la red (muchos de ellos con sede en Zaragoza), asociaciones del sector, colaboradores y medios de comunicación.

Empredimiento

Benito Tesier, director general de Brembo y presidente de la Comisión de Recambios de Sernauto, también ofreció unas palabras a los asistentes haciendo referencia a la importancia de la cadena de valor de la automoción, tanto desde el punto de vista asociativo como de fabricación y posventa. “En España, tenemos la mayor cuota de mercado en reparación”, aseguró Tesier, quien también subrayó la capacidad de los talleres de vertebrar el territorio, dando asistencia y servicio en todas las regiones. Como vicepresidente de CEOE Aragón y Cepyme Aragón, Benito Tesier habló de la posición de ambas patronales en cuanto a su defensa del orgullo del emprendimiento. “Con su aportación al bienestar social y a la rique-

za, los talleres son los principales valores de esa realidad. Organizaciones como CGA, que os dan el mejor servicio, tecnología y producto, se convierten en elementos diferenciales”.

Evolución

Solange Ochoa, directora red de talleres CGA, mostró la evolución de la enseñanza que, desde el congreso de 2023 en Lisboa, mantiene los 1.130 talleres en la Península dentro de su red de talleres, compuesta por CGA Service, MultiTaller Service, Sacorauto (España) y MultiOficina Service (Portugal). Destacan los 43 talleres Auto Check Center, de la red internacional ATR, y los más de 100 talleres en el país luso, gracias a la entrada de socios estratégicos. Como principal novedad, Ochoa anunció el lanzamiento de la nueva red AutoPartner, que proviene de ATR, para su desarrollo en Portugal. Presente en otros países europeos, surge de manera paralela a Auto Chek Center y también se desarrolla de manera modular para adaptarse mejor al perfil de cada taller. Igualmente, la directora hizo hincapié en los 2,5 millones de euros invertidos para sostener el plan de talleres CGA, del que un 40% se destinó a herramientas técnicas, un 21% a marketing, un 17% a formación, un 7% a programas de gestión y un 15% a varias partidas (vestuario, cartelería, bonus a talleres,...). “Esta estructura no sería posible sin la ayuda de los proveedores del grupo”, añadía Solange Ochoa, que también habló de los 135 cursos de formación impartidos (tanto técnicos como de gestión), lo que supuso un aumento de casi el 20% en el número de cursos. En 2024, se incluyó la Tecno-pedia como nueva herramienta técnica audiovisual.

Sostenibilidad, renting y peritación

Red de talleres CGA también asume nuevos compromisos. En el marco del Plan de Sostenibilidad 2024-2026, se han impartidos tres cursos de formación sobre regulación medioambiental (con la participación de 260 personas), además de poner en marcha un canal ético compuesto por el código ético y el canal de denuncias, y el planteamiento de la creación de una línea de apoyo para el taller. “Esperamos que alcance



toda la cadena de suministro, involucrando a los principales grupos de interés”, apuntó Ochoa, para quien, “aunque este plan de sostenibilidad puede ser un coste a corto plazo, a medio y largo puede suponer una oportunidad competitiva y un valor diferencial”.

CGA da un paso firme también en el campo del renting, un mercado en crecimiento con 111.000 vehículos matriculados en el primer cuatrimestre de 2025, el 46% perteneciente al canal de empresa (39% en furgonetas y pickups) y el 51% correspondiente a vehículos de energías alternativas. En 2024, el grupo puso en marcha un proyecto piloto para relacionar la flota de vehículos de renting con la red para suplir los requisitos específicos de este tipo de clientes. Para ello, se seleccionaron talleres con requisitos asumidos de tiempos, trazabilidad y servicio, en los que se están produciendo una revisión continua de la puesta en marcha para ajustar protocolos y procesos antes del siguiente paso, que será la expansión del acuerdo, una vez validado, a todos los talleres de la red.

El renting para los talleres supone como ventajas unos mayores volúmenes, relaciones estables y venta cruzada, pero también conlleva desafíos como menores márgenes, un mayor número de exigencias y de trato al cliente. “Como claves estratégicas antes de lanzarse a este mercado, los talleres necesitan invertir en las capacidades y los recursos necesarios, para no comprometer la rentabilidad, y una planificación adecuada, para no devaluar la calidad del negocio”, indicó Ochoa. Destaca también el servicio de peritaciones judiciales en el que, además

de informes judiciales, incluye guías de buenas prácticas para la reparación desde un enfoque preventivo y formativo, todo ello con la cobertura de garantía de red de talleres CGA, un servicio que muestra el compromiso con la calidad técnica y jurídica de la enseñanza.

Acciones de Marketing

A continuación, Eva Laguna, directora de Marketing del Grupo CGA, enumeró las distintas acciones de marketing y comunicación desarrolladas, como la iniciativa Ponle Freno de Atresmedia, en favor de la seguridad vial, de la que CGA es patrocinador oficial desde hace ya siete años. Este circuito de carreras, que consta de diez ciudades, ya ha recaudado más de 3 millones de euros en estos años. La última parada fue en la ciudad de Zaragoza, en la que se batió récord de participantes y de recaudación para diferentes asociaciones. Asimismo, la red de talleres CGA participa en el deporte de motor o en iniciativas tan diferentes como el musical “La moida, el musical de los 80”, en cartel en la ciudad de Madrid. Cabe destacar la participación de Grupo CGA como expositor en Motortec 2025, con un amplio stand que acogió diferentes actividades y presentaciones; y la presencia de la imagen de la red en la prensa sectorial.

Los mejores mecánicos

La Convención también acogió la ponencia “Fact Check - Verdades, semiverdades y mentiras de la posventa”, a cargo de Fernando López, director general de GiPA, y una mesa redonda sobre la situación actual de los talleres en España y Portugal, con la participa-

ción de Ana Ávila, directora corporativa de Conepa, y Rodrigo Ferreira da Silva, presidente de Aran. Por su parte, Paula Aldea, directora de Comunicación y Marketing de Ancera, expuso ante el auditorio el trabajo de la asociación de recambistas en el ámbito normativo. Además, el presentador Roberto Brase-ro, Toni Cuquerella, ingeniero consultor y comentarista de Fórmula 1 de DAZN, y el periodista deportivo Antonio Lobato mantuvieron una charla sobre tecnología, deporte y pasión.

Para cerrar la jornada, CGA celebró la entrega de premios a los mejores mecánicos de la red, reconociendo la labor de Óscar Rodríguez Rodríguez (Mad Motor), Juan Francisco Ríos Iniesta (Talleres RymAuto), Luis Miguel Rodríguez González (Garage Rodríguez y Mariano Andrés Rojo (MX Motor).

Durante la reunión interna del 24 de mayo, los talleres de las redes CGA pudieron asistir a las ponencias de Wellington Alves (ATE), Manuel Baez y Sergi Guardado (Assistec Re-Evolution), David Fernando (Valeo) y Fernando Checa (CGA). También se celebró una mesa redonda con Begoña Vázquez (Auto Mecánica Fermín), Jorge Moreno (Moreauto), César André (Rasec Auto), Juan Naranjo (Talleres Naranjo) y Leire Sánchez (EGS Taller Electromecánica), quienes compartieron experiencias reales y retos comunes del sector. Como colofón, el grupo Efecto Mariposa ofreció un concierto en directo, mientras que el cierre oficial corrió a cargo de Alejandro Vicario, quien agradeció la participación de todos los asistentes antes de disfrutar juntos de una comida final animada por el espectáculo del mago Pablo Costas. ■

Autopromotec 2025: motor estratégico para la posventa

Con un récord de asistencia de casi 100.000 visitantes, la feria italiana cierra su última edición con la participación de 1.692 empresas, el 45% de ellas extranjeras procedentes de 46 países. También se han generado 858 reuniones B2B durante los cuatro días de celebración, con más de 180 eventos institucionales y técnicos organizados, además de demostraciones de expositores.

TEXTO: BEATRIZ SERRANO



La 30ª edición de Autopromotec, la feria internacional bienal de equipamiento y productos para la posventa de automoción, ha cerrado sus puertas con cifras récord reforzando su papel como punto de referencia global para la innovación, la formación y la sostenibilidad. El certamen italiano, celebrado del 21 al 24 de mayo en Bolonia, recibió a un total de 97.348 visitantes, con una participación del 17% de operadores profesionales extranjeros provenientes de 130 países (131 con Italia), lo que refleja la vocación cada vez más internacional del evento. Autopromotec también destaca por tener la mayor asistencia media diaria de operadores profesionales a nivel europeo, con 24.337 de media durante los cuatro días de la feria. La asistencia media diaria de la edición de 2025 también supera a la de 2019, que había sido la

edición récord de la exhibición. Respecto al número de expositores, 1.692 empresas han participado en esta 30ª edición, con 61 marcas representadas, con una participación extranjera del 45% de 46 países, incluida Italia. Cabe destacar también los esfuerzos conjuntos de Autopromotec, el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional (Maeci) y la Agencia Italiana de Comercio Exterior (ICE - Agenzia), que han llevado a compradores seleccionados de todo el mundo a Bolonia, generando 858 reuniones B2B e involucrando a 146 representantes de al menos 110 empresas italianas expositoras.

Uno de los resultados más significativos de esta edición ha sido la obtención por parte de Promotec de la certificación ISO 20121 que acredita la gestión sostenible del evento. Este reconocimiento confirma el compromiso de la organización con un modelo de feria responsable desde el punto de vista ambiental, social y económico: desde la gestión de residuos hasta la eficiencia energética, desde la selección ética de proveedores hasta la inclusión social, pasando por el diálogo activo con los grupos de interés y las comunidades locales.

Cifras certificadas

“Autopromotec 2025 concluye con resultados extraordinarios”, destaca Renzo Servadei, CEO de Autopromo-

tec, para quien las cifras hablan por sí solas. “Somos un punto de referencia para el sector a nivel internacional, pero lo que más nos enorgullece es la calidad del diálogo con los operadores y su disposición a mirar juntos hacia el futuro. La certificación ISO 20121 es un paso importante hacia una nueva y más consciente forma de hacer ferias”. “Los resultados obtenidos por Autopromotec 2025 no son fruto del azar, sino una prueba concreta del valor y el saber hacer de toda la cadena de suministro de la posventa automotriz”, continúa el CEO de la feria, quien también agradece “a todas las empresas que siguen creyendo en nuestro proyecto y a todos los que, con pasión y competencia, contribuyen a construir este gran contenedor de tecnología, innovación y visión. Las cifras que presentamos están certificadas: un hecho que garantiza la máxima transparencia y credibilidad, además de confirmar la eficacia del trabajo en equipo que nos permite ofrecer un evento sólido y en constante crecimiento. Autopromotec no es sólo una vitrina expositiva, sino un motor estratégico para la evolución del sector, capaz de impulsar el cambio y anticiparse a los desafíos del futuro”.

Diálogo y crecimiento

La innovación tecnológica, la conectividad, el acceso a los datos, el uso de la inteligencia artificial y la sostenibi-





lidad han sido los temas centrales de los más de 180 eventos institucionales y técnicos (conferencias, encuentros, debates, demostraciones,...), que ofrecieron una visión del futuro de la reparación de automóviles entre la transición ecológica, la digitalización y las nuevas competencias.

Como la edición más completa e informativa de la historia, Autopromotec se confirma también como un verdadero motor del mercado de la posventa, como un lugar estratégico para el debate y el intercambio, donde se captan tendencias, se analizan problemas y se delimitan las direcciones futuras del sector, además de explorar las innovaciones del sector desde la perspectiva del lanzamiento de nuevos productos, la orientación del mercado y las actualizaciones normativas. Uno de los momentos clave de Autopromotec fue la Reunión Internacional del Mercado de Recambios (IAM), donde cada año se analizan los temas principales que cambiarán el paradigma del mercado de posventa. En 2025, el encuentro puso el foco en la ciberseguridad en el contexto de los vehículos definidos por software y cómo afectará al mercado independiente de reparación para ofrecer servicio y mantenimiento. Los vehículos conectados deben estar protegidos contra riesgos de ciberseguridad, medidas que pueden incluir restricciones en el acceso a la información de diagnóstico del vehículo y la posibilidad de ofrecer e instalar piezas de repuesto relevantes desde el punto de vista de la ciberseguridad. La Comisión Europea está preparando un Acto Delegado para equilibrar la necesidad de ciberseguridad con el acceso sin restricciones a la información OBD de los vehículos por parte de los reparadores independientes.

Athena, innovación 'Made in Italy'

- **Athena**, marca de referencia en el mercado del recambio, acudió a Autopromotec 2025 con sus mejores soluciones, una feria que dio la oportunidad de compartir la dedicación, la experiencia y la pasión que impulsan a la compañía italiana a desarrollar soluciones inteligentes y confiables para el mundo de la automoción. "Gracias a todos los que buscan no sólo productos, sino también un socio técnico de confianza con el que crecer", apuntan desde la empresa.
- **Para el sector de la carretera**, Athena presentó la gama de juntas Guarnitauto, diseñada para brindar fiabilidad, durabilidad y seguridad. Para el mundo de las carreras, exhibió las juntas de anillo cortado y MLS, junto con espaciadores disponibles en varios grosores y colores. Y para los entusiastas de las cuatro ruedas, la marca celebró un homenaje a las leyendas de rally más icónicas de los años 90.
- **En este mundo de la competición**, el Lancia Delta HF Integrale de 16 válvulas es un auténtico icono del rally y un símbolo atemporal para los aficionados al automovilismo. Para este legendario vehículo, Athena Guarnitauto ha diseñado un completo juego de juntas de motor de calidad profesional, diseñado para todos los modelos Delta Integrale de 16 válvulas fabricados entre 1989 y 1995. Este kit de juntas para motor Lancia Delta 16V, que incluye 78 componentes, destaca por su integridad, materiales de primera calidad y compatibilidad total con configuraciones de motor, tanto de serie como modificadas, para un sellado, durabilidad y fiabilidad óptimos.



Próximas citas

Ya están fijadas las próximas citas: Futurmotive Talks se celebrará en el Tecnopolo de Bolonia los días 21 y 22 de mayo de 2026, mientras que Autopromotec volverá al recinto ferial BolognaFiere del 26 al 29 de mayo de 2027, con nuevos desafíos y una visión aún más global y sostenible para el mundo

del mantenimiento de vehículos. Además, la organización destaca que los datos de participación de la 30ª edición de Autopromotec han confirmado la tendencia de crecimiento marcada en las últimas ediciones, traduciendo en que numerosos expositores ya han solicitado confirmar y ampliar sus espacios para la edición de 2027. ■

NTN Europe se convierte en fabricante de amortiguadores

La compañía entra en el capital de LTM, la filial especializada en amortiguadores del Grupo Mecatech, tras el acuerdo de asociación industrial suscrito en 2023.

A finales de 2023, NTN Europe anunciaba su acuerdo de asociación industrial con LTM, la filial especializada en amortiguadores del Grupo Mecatech, y lanzaba su gama bajo la marca SNR. Un año más tarde, esta colaboración ha seguido consolidándose en torno al desarrollo técnico de productos y cuestiones clave como los datos y la logística, hasta culminar con la entrada de NTN Europe en el capital de LTM.

“Esta participación del 35% viene a concretar el trabajo realizado durante casi dos años, y lo que los equipos de LTM y NTN Europe experimentan a diario a través de sus intercambios”, explica Christophe Idelon, vicepresidente Automotive Aftermarket de NTN Europe, que añade que, “impulsados por la excelente dinámica industrial y comercial que ha surgido de esta asociación, ahora queremos ir más allá y superar nuevas etapas para desarrollar nuestra actividad común en la producción de amortiguadores. Por ello, hemos decidido invertir en el Grupo Mecatech. Esta posición nos permitirá reforzar aún más nuestra estrecha colaboración”.

La inversión realizada por NTN Europe permitirá desarrollar directamente las capacidades industriales de LTM para aumentar los volúmenes de producción y así alcanzar el objetivo del fabricante: entrar en el mercado de los amortiguadores como fabricante y socio de referencia. Para hacerse un lugar en este sector, NTN Europe se apoya en el know-how técnico de LTM y capitaliza su propia experiencia en equipo original en materia de componentes de suspensión. El desarrollo de esta actividad de amortiguadores en Túnez, donde se encuentran las fábricas de LTM, repercutirá también positivamente en todas las actividades de NTN Europe tanto en Europa como en Francia, donde se fabrican y/o almacenan sus otras gamas de productos, como rodamientos de rueda, juntas homocinéticas y topes de suspensión. ■



Christophe Idelon, vicepresidente Automotive Aftermarket de NTN Europe, y Abdesslem Ben Ayed, presidente y director general de Mecatech.



Una oferta diversificada en constante crecimiento

Al añadir una gama de amortiguadores a su catálogo, NTN Europe ofrece a los distribuidores una oferta global, coherente y más atractiva. Todas las familias de productos de la compañía se beneficiarán de una mayor visibilidad en el mercado, algo que también pudimos comprobar en Autopromotec 2025, donde NTN Europe exhibió una muestra de sus últimos lanzamientos:

Amortiguadores 100% gas: esta solución cubre más del 80% del parque europeo con 800 referencias. Para desarrollar esta gama, NTN Europe sigue basándose en su dominio del “corner rueda” (conjunto de rueda-transmisión-suspensión) y en el saber hacer industrial de su socio LTM. Diseñada para el mercado EMEA, esta línea de amortiguadores 100% gas es una garantía de calidad y facilidad de montaje para el taller, al tiempo que garantiza confort y seguridad para el conductor.

Gama de sensores: abarca ahora siete tipos de sensores, comercializados bajo la marca SNR: sensor de posición del árbol de levas (CMP), sensores del cigüeñal (CKP), de temperatura del líquido refrigerante (CTS), de presión de los gases de escape (EPG), de temperatura de los gases de escape (EGT), sensores de presión de los neumáticos (TPMS) y de velocidad de rueda (ASB).

Transmisiones refabricadas: la compañía se orienta hacia la economía circular y, al optar por la renovación en lugar de producir una transmisión nueva, la huella de carbono de esta pieza puede reducirse hasta un 75%. La gama, lanzada a finales de 2024, está compuesta por 64 productos renovados, disponibles en stock. Posteriormente se ampliará, junto con la gama de transmisiones nuevas. El objetivo es disponer de 200 referencias de aquí a 2026 para cubrir los vehículos de más de 10 años más comunes en el mercado europeo.

Modulo Powertrain: la optimización de NTN Europe, que ahora incorpora los componentes Driveline, permite agrupar todos los componentes de transmisión de potencia para el motor y la caja de cambios que se comercializa en un único módulo Powertrain, que abarca todo tipo de motores (combustión interna, eléctricos o híbridos). Su gama, con más de 100 referencias, abarca desde la caja de cambios hasta todo el sistema de propulsión del motor, incluyendo rodamientos para cajas de cambios, kits de distribución y accesorios con o sin bomba de agua, y kits de cadena.

Conecte sus sentidos al futuro de la movilidad



DOC: PA_SENSORS_LIANGENES - 11 - 21/06/2011 - Conception et réalisation : Service publicitaire NTN © 02/2021 - Photos : Quentin Decaler - X



Make the world
a responsive
road to drive



1500 sensores...1500 sensaciones.

SNR amplía su oferta con una amplia gama de sensores. Temperatura, presión, velocidad, posición o calidad del aire, nuestros sensores dan respuesta a los retos de un mundo cambiante y cada vez más sensible al entorno.

Las personas se reúnen, se conectan y se desplazan... Los sensores SNR siguen el ritmo de este movimiento. Le aseguran una lectura óptima, esencial para la seguridad, el confort y una experiencia de conducción inigualable.

Los vehículos del mañana serán autónomos, estarán comunicados y serán aún más seguros. Nuestra experiencia en mecánica, acumulada durante más de 30 años, capta el punto más preciso entre la carretera y sus emociones.

DOGA Parts, un aliado estratégico para el distribuidor



En un mercado de posventa en constante evolución, DOGA Parts se posiciona como un socio fundamental para el distribuidor, ofreciendo una combinación de extenso catálogo, soluciones de calidad y un servicio cercano y eficiente. Con una clara visión de futuro y un profundo conocimiento de las necesidades del canal, la compañía con sede en Castellolí (Barcelona) trabaja para simplificar la operativa del distribuidor y potenciar su rentabilidad.

Desde su fundación, DOGA Parts ha entendido que el éxito en la posventa se basa en algo más que un simple catálogo de productos. “Nuestra propuesta se centra en simplificar procesos, ofreciendo soluciones de fiabilidad contrastada que el distribuidor puede trasladar al taller con total confianza”, explican desde la dirección de la empresa. Este enfoque genera un efecto multiplicador: mayor eficiencia operativa para el distribuidor, optimización de recursos y, en consecuencia, una mejor rentabilidad.

Un portfolio en expansión para cubrir todas las necesidades

Con ocho familias principales de productos, que van desde sus reconocidas escobillas limpiaparabrisas (gamas

Duravision y Optima] hasta elevallunas eléctricas, electroventiladores, ventiladores de habitáculo, resortes neumáticos y una creciente línea de depósitos para automoción, DOGA Parts ofrece una cobertura superior al 94% del parque automovilístico europeo. “Aspiramos a ser más que un proveedor; queremos ser un socio estratégico que impulse el éxito de nuestros distribuidores”, afirman desde la empresa. Esta amplitud de gama se complementa con un compromiso inquebrantable con la calidad, realizando rigurosos controles en todo el ciclo de vida del producto. La reciente incorporación de una completa gama de depósitos, con la opción de integrar bombas, sensores de nivel y tapones, es un ejemplo de cómo DOGA Parts busca ofrecer soluciones integrales.

El moderno centro logístico de Castellolí, con más de 5.400 m², es clave para garantizar una disponibilidad de producto y una agilidad en la entrega que el distribuidor valora enormemente. La integración con plataformas B2B como TecCom y un avanzado sistema de gestión de almacén son fundamentales para esta eficiencia. “Entendemos la complejidad operativa a la que se enfrentan nuestros distribuidores, y por ello, nuestra propuesta se centra en simplificar procesos”, afirman.

Sostenibilidad y visión de futuro

La sostenibilidad es un valor transversal en DOGA Parts. “La sustitución de blísters plásticos por envases de cartón reciclable y la digitalización de catálogos son solo la parte visible de una transformación mucho más profunda”, explican desde la compañía. DOGA Parts optimiza sus operaciones internas y colabora con sus partners productivos para fomentar prácticas más eficientes y sostenibles. Mirando al futuro, DOGA Parts tiene objetivos ambiciosos para 2025, centrados en consolidar su presencia en mercados estratégicos y expandir sus líneas de producto.

Reforzando esta visión de futuro y su compromiso con el mercado, DOGA Parts ha anunciado recientemente una significativa ampliación de su catálogo. La incorporación de 234 nuevas referencias de elevallunas y 103 nuevas referencias en la familia de depósitos (incluyendo depósitos y tapones) potencia aún más su ya extensa cobertura. Este lanzamiento abarca modelos de gran demanda de fabricantes líderes como Citroën, Peugeot, Renault, Nissan, BMW, Audi y Skoda, entre muchos otros, asegurando que los distribuidores puedan encontrar la solución exacta para una variedad aún mayor de aplicaciones. ■





DOGA PARTS

AUTOMOTIVE AFTERMARKET

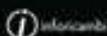
En DOGA Parts, cada pieza refleja nuestra pasión por la excelencia, acompañando el vehículo a lo largo de todas las estaciones con un rendimiento impecable. Cada pieza, concebida con innovación y calidad excepcionales, responde con energía y precisión a los desafíos de la carretera. Nuestra pasión y experiencia se reflejan en componentes resistentes, pensados para brindar la máxima durabilidad. Con DOGA Parts, cada trayecto se convierte en una experiencia fluida y segura, permitiéndote disfrutar cada kilómetro con total confianza.

DOGA Parts, el arte de equipar tu coche con el compás perfecto para todas las épocas del año.

TecDoc®
DATA SUPPLIER



E-T-A-I



Kromeda

www.dogaparts.es

CUESTIÓN DE SEGURIDAD

Un mantenimiento del sistema de frenado es esencial para garantizar el mejor comportamiento posible del vehículo en una situación de emergencia. Las compañías especializadas en estos componentes invierten continuamente en I+D para asegurar un rendimiento perfecto, una mayor vida útil, menos emisiones y mejores prestaciones.

BREMBO

Discos y pastillas CCM, disponibles en el mercado ibérico

► La principal ventaja del disco CCM [Carbon Ceramic Material] producido por Brembo es una reducción de peso del 50% en comparación con los discos de fundición. Como resultado, se reduce el peso no suspendido del coche, lo que contribuye a la manejabilidad del vehículo en la carretera. Además, garantiza, en todas las condiciones, un elevado coeficiente de fricción, que se mantiene estable durante el frenado a cualquier velocidad y condición meteorológica, lo que permite al conductor optimizar la presión aplicada al pedal y aumentar su confianza en la conducción.

Los deltas térmicos a los que se somete el disco durante una deceleración sostenida y prolongada no afectan al coeficiente de fricción del material compuesto cerámico, que se mantiene prácticamente constante y es difícil de conseguir con elementos convencionales de hierro fundido. La poca deformación de los discos y pastillas de

freno Brembo CCM a altas temperaturas garantiza un acoplamiento plano con las pastillas de freno, especialmente diseñadas para este tipo de aplicación. Esta importante cualidad no se encuentra en los discos de fundición, que tienden a deformarse cuando se someten repetidamente a altas tensiones térmicas.

Además, la superficie de los discos Brembo CCM nunca se corroe, característica que significa que esta resistencia al desgaste garantiza una vida útil de de aproximadamente 150.000 km para uso en carretera y de 2.000 km para uso extremo en pista.

Cabe destacar, igualmente, como novedad el renovado disco de freno Brembo Sport, la última incorporación al mundo de la familia Brembo Xtra. Se trata de un recambio directo para los discos de



primer equipo, fiable en carretera y para la conducción deportiva.

El diseño específico de la ranura del anillo de freno permite una limpieza constante de la superficie de las pastillas, lo que mejora la consistencia de la frenada al disipar el calor generado y el gas liberado cuando las pastillas entran en contacto con los discos. Además, el disco Sport garantiza un mejor agarre al inicio del frenado. En comparación con un disco estándar, Brembo Sport garantiza un tacto más suave del pedal de freno, un mejor rendimiento, estabilidad y resistencia al 'fading'.

MEYLE

Diseño de alto rendimiento



► En Meyle PD, el diseño de alto rendimiento es fundamental. Los componentes se ajustan como los de equipo original, pero se caracterizan por un aumento significativo del rendimiento y un diseño sofisticado. Los ingenieros de Meyle han optimizado el diseño para los respectivos grupos de interés y tipos de vehículos mediante un proceso de reingeniería de varias etapas y supervisan cuidadosamente el desarrollo y la producción hasta su fabricación. El resultado es un componente Meyle HD que establece nuevos estándares en comodidad, funcionalidad y rendimiento. Meyle ofrece actualmente casi 1.200 componentes Meyle HD en las categorías de frenos y filtros. La pastilla de freno Meyle PD garantiza la máxima potencia de frenado en un tiempo breve, funcionando en modo silencioso y manteniendo la limpieza de las llantas, mientras que los discos de freno Meyle PD ofrecen la máxima comodidad de conducción, resistencia y durabilidad.

CORTECO

Más de 2.000 referencias en latiguillos de freno

► Corteco, la marca que se ocupa del mercado de repuestos para el aftermarket del Grupo Freudenberg, propone una gama de latiguillos de freno de más de 2.000 códigos en calidad original o equivalente para 12.000 aplicaciones, con una cobertura equivalente al 92% de la circulación de automóviles en Europa. Corteco recomienda cambiar los latiguillos de freno cada 4 años o cada 80.000 km siempre junto con el líquido de frenos, para renovar completamente el sistema. La rotura de este componente provoca la falta total de potencia del sistema de frenado, con consecuencias que pueden ser muy graves, si no letales. El latiguillo

de freno debe cumplir con las especificaciones del constructor del sistema de frenado debido a que el uso de productos que no se adecuan a los estándares del equipo original pueden generar serios problemas en términos de seguridad vial. Corteco realiza diariamente numerosas pruebas para garantizar un producto de calidad. Los tres principales son: el control de presión [a 120 bar en todas las unidades producidas], el control de tracción [en la primera pieza del lote de producción] y el accesorio de cierre. Todo el sistema de producción de Corteco está certificado



según las normas ISO 9001-2008. Además, para una perfecta trazabilidad del producto y cumplir con los estándares de calidad y seguridad, todos los latiguillos de freno se fabrican de acuerdo con los requisitos D.O.T., FMVSS 106 y SAE J1401.

DRIV

Dibujos técnicos accesibles en las cajas Ferodo

► Ferodo presenta una nueva funcionalidad: dibujos técnicos accesibles a través del código QR en sus cajas, con el fin de proporcionar una guía de instalación instantánea y precisa para ayudar a los mecánicos y talleres a lograr instalaciones precisas para pastillas de freno, discos de freno y otros componentes de frenado. Con sólo un escaneo, la función de código QR ofrece dibujos técnicos específicos de la pieza y valores de par de apriete para cada perno y tuerca, lo cual es esencial para garantizar una instalación duradera y silenciosa que minimice el desgaste innecesario. Estos diagramas detallados muestran la alineación y orientación correctas de cada pieza. Los pares de apriete correctos son esenciales en todas las instalaciones de frenado. Apretar mucho o poco un perno o una tuerca puede reducir el rendimiento, acelerar el desgaste e incluso poner en riesgo la seguridad. Con los dibujos técnicos de Ferodo, estos valores están claramente marcados, lo que permite a los mecánicos ajustar cada pieza con confianza. La función de código QR de Ferodo aporta ventajas a los talleres y mecánicos: el acceso rápido a los dibujos técnicos y a los valores de par de apriete hace que la instalación sea más rápida y sencilla; mientras que los dibujos técnicos detallados garantizan que cada pieza, desde las pastillas hasta los discos de freno, se instalen con precisión, lo que da como resultado frenos seguros y duraderos. Además, proporcionar instalaciones seguras y de alta calidad genera confianza y demuestra la confiabilidad de los productos Ferodo.



ZF

Electronic Brake Booster (EBB) de TRW



► El Electronic Brake Booster (EBB) de TRW, desarrollado por ZF, no sólo sustituye al servofreno tradicional con bomba de vacío, sino que también aporta una gama de funciones que mejoran el confort y la experiencia de conducción: compensación inteligente del recorrido del pedal en sistemas de frenado con baja resistencia [RBC]; mantenimiento de una presión de pedal constante, independientemente del nivel de recuperación de energía en cada situación de conducción [PFC]; generación automática de presión de frenado en función de las órdenes de los sistemas dinámicos del vehículo [EBR]; adaptación de la asistencia de frenado mediante software [EPC]; y disminución de la presión del pedal en fases de parada o durante la intervención del ABS [PRL].

Implementado como equipo original en una gama creciente de vehículos basados en la plataforma MEB [Modular Electric Drive Kit] del Grupo Volkswagen, el sistema EBB de TRW está diseñado para integrarse con arquitecturas de conducción altamente automatizadas [Nivel 3 y superiores]. Gracias a su diseño compacto, el EBB ofrece ventajas en términos de espacio de instalación y eliminación de componentes tradicionales como la bomba de vacío. Además, permite una acumulación de presión más rápida, reduciendo las distancias de frenado en situaciones críticas.

HELLA

Cobertura de casi el 100% del parque europeo

► En el competitivo sector de los componentes de frenado, Hella destaca por ofrecer una gama completa de productos que combinan calidad de primer equipo con un precio competitivo. Su catálogo cubre casi el 100% del parque circulante de turismos y vehículos industriales en Europa, lo que la convierte en una de las ofertas más completas y fiables del mercado.

Hella pone a disposición de los profesionales una línea de productos de frenado que incluye: pastillas y discos de freno en versiones estándar, revestidas, con alto contenido en carbono y discos de dos componentes; zapatas, kits premontados y sin premontar; latiguillos, avisadores acústicos, cilindros maestros y de rueda; cables de embrague y freno de estacionamiento; productos químicos y herramientas especializadas. Esta variedad permite atender prácticamente cualquier necesidad de mantenimiento o reparación en sistemas de frenado.

El componente más destacado de la gama Hella son sus pastillas de freno, desarrolladas y fabricadas íntegramente bajo estándares de primer equipo. Cada referencia se adapta con precisión al tipo de vehículo, sistema de freno, potencia del motor y condiciones de conducción. La seguridad y el rendimiento están garantizados gracias a una inversión anual de más de 20 millones de euros en I+D+i, con más de 3 millones de kilómetros de pruebas reales y 1.000 horas anuales en banco de pruebas.



Además, todas las pastillas cumplen y superan los requisitos de la normativa ECE R90.

Discos de freno de dos componentes

Hella ha lanzado recientemente sus innovadores discos de freno de dos piezas, diseñados para ofrecer el máximo rendimiento. Cuentan con una cámara de aluminio ultraligero que reduce el peso del conjunto, así como una superficie de fricción de fundición gris con alto contenido en carbono, que mejora la disipación térmica y reduce las vibraciones. Los remaches inoxidables de alta resistencia aseguran una unión sólida y duradera. Estos discos proporcionan una frenada más suave, sin deformaciones ni vibraciones, y mantienen una potencia de frenado constante incluso en condiciones extremas, lo que los convierte en una solución ideal para vehículos de altas prestaciones o uso intensivo.

ICER BRAKES

Pastillas LMD para vehículos de reparto

► En los últimos años, las nuevas tendencias de consumo han impulsado un fuerte crecimiento de las ventas por internet, lo que ha generado un importante aumento de los servicios de transporte de última milla, con la consiguiente expansión de las flotas de vehículos de reparto que operan a diario por entornos urbanos, con cargas elevadas, sometidos a constantes arranques y frenadas, lo que provoca un desgaste muy superior al de otros vehículos. Para los propietarios de estas flotas, resulta esencial maximizar el tiempo en carretera y minimizar las paradas por mantenimiento.

Con el objetivo de dar respuesta a estas necesidades, ICER ha desarrollado LMD (Last Mile Delivery), una gama de pastillas de



freno de larga duración diseñada para furgonetas de reparto. Gracias a su formulación exclusiva, estas pastillas ofrecen una vida útil entre un 40% y un 75% mayor que las convencionales, lo que reduce los costes operativos y los tiempos de inactividad. Premiada en la Galería de Innovación de Mortortec 2025, en la categoría de componentes de mantenimiento, la gama LMD utiliza un material de fricción NAO, sin cobre ni metales pesados, que permite una menor emisión de partículas, cumpliendo ya, en algunas aplicaciones, los requisitos de la futura normativa Euro 7 sobre emisiones de freno. Además de su durabilidad, destacan por su comportamiento silencioso y su respeto por el medio ambiente, lo que las convierte en una opción ideal tanto a nivel técnico como sostenible. Su desarrollo ha implicado años de investigación, ensayos dinámicos y tests de flota para garantizar su rendimiento superior.

Actualmente, la gama cuenta con 29 referencias que cubren los modelos de reparto más habituales en Europa, como Mercedes Sprinter, Volkswagen Transporter, Peugeot Expert o Iveco Daily. Todos los juegos de pastillas están homologados bajo normativa R90 y se suministran listos para su instalación, con todos los accesorios incluidos. Las pastillas LMD ya están en funcionamiento en flotas reales de reparto en varios países, utilizadas por empresas como DHL o UPS.

ICER



last mile delivery

PASTILLAS DE FRENO PARA VEHÍCULOS DE REPARTO



HASTA **75% MÁS**
DE DURACIÓN

PRODUCTO GANADOR

CATEGORÍA COMPONENTES
DE MANTENIMIENTO



12ª Ed.
Galería de **Innovación**
Innovation Gallery

mórtotec

Nuestra misión es desarrollar, fabricar y suministrar soluciones de frenado que respondan antes que nadie a las demandas del mercado, con una oferta diferencial, confiable y siempre con un enfoque sostenible.

Con las pastillas de freno LMD cumplimos todos esos atributos y te ofrecemos la oportunidad de diferenciarte frente a tu competencia con un producto GANADOR.

LA ALTERNATIVA ES NUESTRA

WWW.ICERBRAKES.COM

MEDINABÍ RODAMIENTOS

Componentes de frenado Remsa

► La principal marca de componentes de frenado de Medinabí Rodamientos es Remsa, que distribuye de forma exclusiva. La compañía, que cerró 2024 de manera satisfactoria, valora positivamente el comportamiento del mercado español en lo que va de año. “No obstante, nuestras expectativas siempre son incrementar ventas año tras año”, aseguran desde Medinabí, cuyo objetivo para 2025 “pasa por seguir siendo una de las opciones más interesantes por marca, gama de producto, soporte y servicio a nivel nacional”. Entre sus metas, se encuentra también ofrecer el mejor servicio a sus clientes, evolucionando cada día, en un sector en continuo cambio.

Con respecto al futuro, la empresa percibe y entiende que el envejecimiento del parque es un problema real. “Dentro de unos años, más de la mitad de los coches en circulación tendrá más de una década, con el consiguiente problema ecológico y medioambiental que esto supone. El coste del mantenimiento superará el propio valor del coche, lo que afectará directamente a los talleres, pues muchos clientes deciden no reparar su vehículo, o lo que es peor, dejarlo abandonado en el taller”.

Aunque desde Medinabí Rodamiento indican que es difícil hacer



pronósticos exactos por los continuos cambios en el mercado, creen que “lo que entendemos como el sistema de frenado tradicional tiene todavía mucho recorrido, ya que los cambios tecnológicos en los vehículos se están produciendo lentamente y hay masificación de dichas nuevas tecnologías. No obstante, con el incremento de modelos híbridos y eléctricos, a largo plazo, se modificará notablemente la demanda de piezas para el sistema de frenado”.

CONTINENTAL

Productos ATE para una movilidad sostenible

► La sostenibilidad es un factor cada vez más importante en el mercado de la posventa del automóvil y para que los talleres obtengan beneficios es clave contar con productos respetuosos con el medio ambiente, ya sea en electromovilidad, materiales ecológicos o piezas de repuesto elaboradas de manera sostenible. Como uno de los principales proveedores de automoción, ATE ha ampliado su gama, con productos de la misma calidad que los originales y que respaldan la transición a la movilidad sostenible, siendo más respetuosos y siempre sin deteriorar el rendimiento.

Por un lado, la nueva línea de productos ATE New Original combina un rendimiento óptimo con la sostenibilidad, cumpliendo con los requisitos y estándares más estrictos que conlleva la transición hacia la electromovilidad y las regulaciones ambientales más estrictas, como la futura Euro 7, que regula, entre otras cosas, la limitación de las emisiones de partículas de los sistemas de frenado o la disposición de una gama de productos



que se adaptan al creciente número de vehículos eléctricos. La oferta de ATE New Original comienza con discos y pastillas de freno adaptados y diseñados para ofrecer una óptima durabilidad, rendimiento de frenado, comodidad y sostenibilidad. Las pastillas de freno están libres de cobre de acuerdo con el estándar Better Brake Law de EE. UU.

Por otro lado, SecuBrake, que también forma parte de la línea de productos ATE New Original, es un líquido de frenos que supera

los requisitos de los líquidos de frenos DOT 4 y es adecuado para vehículos eléctricos. Se fabrica de manera sostenible utilizando principalmente materias primas renovables, lo que conlleva una huella de CO2 mejorada en comparación con los líquidos convencionales. Además, ATE SecuBrake no contiene ésteres de ácido bórico, eliminando la necesidad de etiquetar sustancias peligrosas y simplificando su uso en el taller, ya que no requiere almacenamiento como materiales peligrosos.



NAPA

Nuevo limpiador de frenos

► NAPA ha presentado su nuevo Limpiador de Frenos, diseñado tanto para profesionales como para aficionados, que ya está disponible en España y en Portugal en tiendas y distribuidores autorizados. El producto destaca por su fórmula avanzada sin siliconas, acetonas ni disolventes clorados, lo que asegura que no deje residuos ni provoque chirridos indeseados en el sistema de frenado. Su rápida acción y capacidad de secado eliminan la necesidad, en la mayoría de los casos, de utilizar paños para retirar restos de suciedad, optimizando así el tiempo de limpieza. Gracias a su presión y su formulación efectiva, este limpiador permite eliminar rápidamente partículas de suciedad, polvo y líquido de frenos acumulados, asegurando un proceso de mantenimiento más eficiente y menos laborioso para los frenos de los vehículos. Antes de su lanzamiento al mercado, el Limpiador de Frenos NAPA ha pasado numerosas pruebas de calidad para asegurar que cumpla con los más altos estándares de rendimiento.

DELPHI

Pastillas de freno para vehículos eléctricos

► Delphi llevó a cabo, el pasado año, 20 lanzamientos pioneros ("First to market") en la gama de frenado, entre ellos, piezas de última generación para vehículos de altas prestaciones como los BMW de la Serie M, así como el Mercedes-Benz Clase C. Otras novedades destacables cubren marcas como Tesla, Renault, Nissan, Jeep, Toyota, Honda, VAG, entre otras.

Como parte de su plan de constante ampliación y mejora de su gama de productos de frenado, Delphi pone en el mercado nuevos productos con regularidad. Así, el fabricante ha presentado sus nuevas pastillas de freno para vehículos comerciales ligeros (LCV), diseñadas para ofrecer una mayor durabilidad incluso bajo cargas pesadas. La primera serie de pastillas de freno para LCV, actualmente en desarrollo, estará disponibles próximamente. Además, Delphi dispone de una gama de pastillas para vehículos eléctricos, primera en llegar al aftermarket en 2024, para seis importantes modelos, incluido el Tesla Model 3 –el eléctrico más vendido del mundo el año pasado–, el Polestar 2, el Kia EV6, el Audi Q4, e-Tron Ford Mustang Mach-E o los Hyundai Ioniq 5 y 6. Galardonadas con la clasificación AASA Leafmark 'N', un galardón que ostenta el 99% de la gama de pastillas de freno de Delphi, estas pastillas aseguran una conducción más suave y silenciosa,

NTN EUROPE

Gama de kit de freno con rodamiento integrado SNR

► NTN Europe ha desarrollado desde 2003 una gama completa de kits de disco de freno con rodamiento integrado, que cubre la mayoría de las aplicaciones. Este kit contiene productos de origen, incluido el rodamiento integrado en el disco de freno y los pequeños

componentes necesarios para el montaje. Rendimiento, disco y ensamblaje son los elementos del conjunto.

Los rodamientos SNR integrados en los discos de freno son piezas de origen, idénticas a las de primer equipo, conformes a las especificaciones del constructor y probadas en el centro de ensayos. Con la certificación ECE R90, los discos han sido desarrollados con los colaboradores fabricantes de componentes de origen, siguiendo el proceso de validación del primer equipo. Además, SNR garantiza la operación de ensamblaje. Habiendo sido diseñado el rodamiento específicamente para cada aplicación, el 'know-how' de la marca radica en la realización de un buen ensamblaje; es decir, controlar que el juego del conjunto montado rodamiento y disco sea el apropiado.



mejorando la experiencia de conducción de los vehículos eléctricos, gracias a una placa posterior con revestimiento de polvo plateado resistente a la oxidación y una capa compuesta de acero y caucho multicapa para minimizar el ruido y las vibraciones. La gama de pastillas de freno de Delphi cubre el 99,5% de los vehículos que circulan en Europa, por lo que, desde el momento en que llegan al taller, se tiene la garantía de no tener que buscar las piezas en ningún otro lugar. Estas novedosas pastillas permiten acceder a una gran base de clientes y cubren 2,7 millones de vehículos en Europa. La oferta de Delphi ayuda a los talleres a satisfacer las necesidades de unos conductores que, cada vez más, se trasladan al vehículo eléctrico y que no siempre encuentran fácilmente mecánicos que tengan acceso al producto que necesitan.

VALEO

Pastillas E-Performance para híbridos y eléctricos

► Con más de 250 referencias y una cobertura del 92% (híbridos, eléctricos y electrificados), la gama de pastillas de freno de Valeo representa más de 15 millones de vehículos en Europa. Las pastillas de freno E-performance de Valeo utilizan materiales de fricción con

compuestos de carbonos y cerámicas que absorben el ruido y las vibraciones producidas durante el frenado. Gracias a estos materiales, se produce un 20-25% menos de polvo de freno cada vez que se acciona el freno y aumenta la durabilidad de las pastillas, ayudando a evitar vibra-

ciones en el volante. Además, las pastillas de freno para vehículos eléctricos e híbridos de Valeo incorporan la tecnología NRS entre el material de fricción y la placa posterior, lo que reduce el riesgo de delaminación y aumenta la durabilidad.



PEMEBLA

Pastillas y discos de freno Bendix



► En Pemebla llevan 30 años distribuyendo recambios de calidad y saben que el sistema de frenado no admite margen de error. Por eso, la empresa ofrece una solución completa y contrastada para el eje delantero: las pastillas de freno Bendix BPD1013 y el disco Bendix BDS1000, una combinación perfecta para intervenciones rápidas, eficaces y con cobertura total en el parque europeo.

Las pastillas de freno Bendix BPD1013 es una referencia con gran rotación en el mercado, ideal para tiendas de recambios

que buscan fiabilidad sin complicaciones. Es compatible con múltiples modelos del Grupo VAG (Audi A1, Seat Ibiza, León y Toledo, Skoda Fabia y Rapid, VW Polo, Golf, T-Cross). Por su parte, el Bendix BDS1000 es un disco de freno ventilado para el eje delantero, con revestimiento anticorrosión y gran precisión dimensional. Es compatible con una amplia gama de modelos del Grupo PSA y marcas como Opel y Fiat (Citroën C3, Berlingo y Xsara, Peugeot 207, 208 y Partner, Opel Corsa y Crossland, DS3, Fiat Tipo y Vauxhall Combo).

ROBERT BOSCH

Nuevo líquido de frenos DOT 4 E

► La gama de sistemas de frenado Bosch comprende más de 40.000 productos diferentes en todo el mundo, desde piezas de desgaste y productos hidráulicos, hasta componentes para los sistemas electrónicos de frenado. Por ejemplo, con más de 10.000 pastillas de freno diferentes, la gama de Bosch cubre más del 97% del mercado europeo.



Como última novedad, la compañía ha desarrollado el líquido de frenos DOT 4 E que no contiene boratos peligrosos y logra un buen equilibrio entre un alto punto de ebullición y una baja viscosidad. Al no estar clasificado como una sustancia peligrosa, su manipulación es segura, supera la norma internacional DOT 4 y presenta una baja viscosidad, por lo que es apto para muchos vehículos con ABS y ESP. Al desarrollar este nuevo producto, se tuvo cuidado de garantizar que presentara una baja conductividad eléctrica y, como el resto de líquidos de frenos Bosch, fuera compatible con vehículos eléctricos. El nuevo líquido de frenos DOT 4 E de Bosch se presenta en una botella hecha de plástico 100% reciclado, lo que lo hace aún más sostenible. Tras exhaustivas pruebas, la compañía ha comprobado que las botellas recicladas mantienen el líquido de frenos fresco hasta 30 meses. Este nuevo producto es de especial interés para los talleres que valoran la protección del medio ambiente: obtienen un líquido de frenos con un embalaje más ecológico, simplifica la gestión de sustancias peligrosas y, además, es seguro para todos los mecánicos.

Taller Enzo Motor, expertos en sistemas de frenado de alta gama

Fundada en 2013, Enzo Motor son especialistas en frenado de alta gama. Como miembro de la red Centros de Frenos ATE, disponen de acceso exclusivo a componentes originales y formación especializada, garantizando fiabilidad y seguridad en cada intervención. Su filosofía de trabajo: ofrecer un resultado final que va más allá de lo esperado.

C uáles fueron vuestros orígenes?

Nacemos de la vocación y pasión por el motor de su fundador, Mikel Moreno, muy vinculado al mundo del motor como piloto y como técnico. En 2019 nos trasladamos a una nave de grandes dimensiones en el polígono industrial de Mutilva, cerca de Pamplona. Desde allí, continuamos trabajando con la mirada puesta en nuevos retos y una futura ampliación del proyecto.

¿Qué os hace diferentes respecto a otros talleres?

En Enzo Motor aplicamos el mismo nivel de exigencia, precisión y dedicación que se emplea en la competición automovilística, incluso en las reparaciones y mantenimiento de vehículos utilitarios. Nuestro equipo técnico trata cada vehículo como si se tratara de un coche de carreras, cuidando cada detalle y aplicando procedimientos de alta precisión. Esta filosofía de trabajo nos permite aportar un valor añadido que nuestros clientes reconocen como nuestro principal diferencial.

¿Cuál es vuestro fuerte como Centro de Freno ATE?

Nuestra mayor especialidad es la excelencia en el servicio de frenado, especialmente en vehículos de alta gama. Nos distingue un proceso técnico alta-



mente meticuloso, en el que no se deja ningún detalle al azar. Cada montaje de frenos sigue un protocolo riguroso, ejecutado por nuestros técnicos especializados y garantizando que todo el proceso cumpla con los más altos estándares de calidad y seguridad. Uno de los aspectos clave de nuestro procedimiento es la preparación previa del vehículo: “no instalamos ningún kit de frenos sin antes realizar un exhaustivo trabajo de limpieza y lijado de bujes”. Esta atención al detalle asegura un asentamiento perfecto y evita futuras vibraciones o irregularidades en el sistema de frenado.

¿Qué ventajas supone pertenecer a la red Centros de Freno ATE y estar bajo el paraguas de la marca?

Pertenecer a esta red nos posiciona como un centro especializado, con acceso exclusivo a componentes de frenado ATE, una marca de referencia en el sector por fiabilidad y alto rendimiento, lo que nos permite garantizar un nivel de calidad superior en todos los trabajos relacionados con el sistema de frenos. Además, uno de los pilares

fundamentales de la red ATE es la formación continua. Participamos en cursos especializados que nos permiten estar siempre actualizados en técnicas, normativas y novedades del mercado, asegurando una intervención precisa y profesional en cada vehículo. A esto se suma el apoyo en herramientas y acceso a información técnica detallada, facilitando un diagnóstico más rápido y una intervención más eficaz.

¿Cómo trabajáis para adaptaros a las nuevas tecnologías y la sostenibilidad?

Nosotros apostamos por la formación continua. Cada técnico se actualiza constantemente a través de cursos, manuales técnicos y colaboraciones con diferentes marcas, lo que nos permite estar al día en las últimas tecnologías del sector.

¿Cómo ayudáis a vuestros clientes para mantener sus vehículos en óptimas condiciones?

Realizamos una revisión exhaustiva de cada vehículo desde el momento en que entra en nuestras instalaciones. A partir de esa evaluación, elaboramos un presupuesto detallado que compartimos con el cliente antes de iniciar cualquier intervención. Una vez aceptado, procedemos a la reparación y registramos toda la información en su ficha digital personalizada, lo que nos permite hacer un seguimiento preciso de su historial. Además, informamos al cliente sobre futuras reparaciones o actuaciones preventivas necesarias, ayudando así a mantener su vehículo en perfecto estado y evitar averías mayores a largo plazo. ●

SOLUCIÓN INTEGRAL

Como parte del compromiso de apoyar a los mecánicos con soluciones de reparación integrales y de alta calidad, los fabricantes desarrollan componentes innovadores y diseñados con precisión que satisfagan las necesidades cambiantes del mercado.

DIESEL TECHNIC

Kits y componentes DT Spare Parts

► El embrague está compuesto por muchos componentes individuales interconectados. DT Spare Parts cuenta con una variedad de más de 900 productos para múltiples fabricantes de vehículos, como DAF, Ford, Iveco, MAN, Mercedes-Benz, Scania y Volvo. En el Partner Portal de Diesel Technic, se pueden adquirir discos de embrague, mazas, horquillas, retenes, cojinetes, volantes de motor, numerosos kits de embrague y muchos otros componentes complementarios.

Durante el funcionamiento del cambio, el disco de embrague y el volante motor se separan para interrumpir su contacto y poder realizar dicho cambio. El disco de embrague se ubica entre la maza y el volante motor. Gracias a sus amortiguadores de torsión, es capaz de absorber grandes fuerzas y garantizar un funcionamiento suave del cambio. Al retirar la maza de embrague, los 'Parts Specialists' de

Diesel Technic recomiendan asegurarse de aflojar los tornillos transversalmente para que los resortes del disco se aflojen de manera uniforme, lo que evitará un desplazamiento de presión. Al comprobar los muelles del disco, se debe prestar especial atención al patrón de contacto que representa la superficie del disco.

Otro componente del embrague es el volante motor. "Una coloración azul es señal de una sobrecarga térmica", apuntan. La fricción constante puede alterar las propiedades del material y restringir su funcionalidad. Cuando se reemplaza el volante motor, se debe prestar especial atención a los tornillos: dependiendo de las especificaciones del fabricante, éstos deberán reemplazarse o podrán reutilizarse. Los 'Parts Specialists' siempre recomiendan una comprobación dimensional. Para montar el volante, se deben colocar dos casquillos de centrado para garan-



tizar el correcto posicionamiento. Los tornillos de fijación deberán apretarse en el orden especificado para el vehículo. También habrá que asegurarse de respetar el ángulo prescrito al apretar los tornillos, además de marcarlos con un lápiz para colocarlos en la misma dirección de alineación. En el segundo paso, se utiliza un pasador de centrado para montar el disco de embrague y, una vez insertado, se utilizarán dos pernos de montaje para fijar el embrague. A continuación, se volverán a atornillar los tornillos restantes transversalmente respetando el orden indicado por el fabricante y con el par de apriete correcto.

BORG & BECK

Primer kit de embrague DCT



► Borg & Beck, la marca de embragues de First Line, está ampliando su gama con el lanzamiento de su primer kit de embrague de transmisión de doble embrague (DCT), que incluye todos los componentes necesarios para una reparación integral y de calidad. La referencia HKDCT1000, ya disponible para pedidos, atiende a aplicaciones del grupo Volkswagen con cajas de cambios de cambio directo de 7 velocidades, para aplicaciones populares que incluyen Audi A1 Sportback 2018-, Seat Ibiza V 2017-, Skoda Fabia III 2014- y VW Polo VI 2017-.

Las DCT combinan el rendimiento de una transmisión manual con la comodidad de una automática, utilizando dos embragues, lo que proporciona una mejor eficiencia de combustible, una aceleración más rápida y cambios más suaves en comparación con las transmisiones automáticas tradicionales. El diseño de doble embrague permite transiciones rápidas y suaves, ya que la siguiente marcha es preseleccionada por uno de los embragues antes de un cambio de marcha.

VALEO

Amplía su gama FullPack DMF

► En los últimos 12 meses, Valeo ha lanzado su mayor extensión de FullPack DMF, consolidando su posición en el mercado en cobertura. Reconocido por su experiencia en la fabricación para Equipo Original de embragues, volantes bimasa (DMF) y cilindros esclavos concéntricos (CSC), Valeo también incluye en su portfolio kits de embrague, DMF, actuadores para transmisiones de doble embrague en seco y húmedo, así como rotores de acoplamiento para aplicaciones híbridas.

Para los turismos y vehículos comerciales ligeros, Valeo desarrolla soluciones avanzadas de transmisión que mejoran el rendimiento y la eficiencia. Entre sus innovaciones más destacadas se encuentra el Pendulum Dual Mass Flywheel Gen.2, galardonado con el Premio PACE 2022 y actualmente en producción en serie para vehículos de dos pedales. Esta tecnología reduce el ruido, las vibraciones y la aspereza (NVH), reafirmando el compromiso de Valeo con la innovación.

En 2024, Valeo amplía su oferta de productos para el mercado



del recambio al introducir casi 80 nuevas referencias FullPack DMF, logrando un año récord para esta gama. La ampliación, visible en el catálogo de TecDoc, consolida la oferta de Valeo con referencias destacadas como VW Tiguan y VW Passat 2.0 [837583], Nissan Qashqai II 1.2 DIG-T [837558] y 1.3 DIG-T [837563], VW Golf VII 1.0 TSI [837148] y Ford Transit 2.0 EcoBlue [837585]. Reconociendo los desafíos que enfrentan los clientes a la hora de encontrar la referencia correcta, Valeo lanza "FullPack DMF Finder", un buscador que permitirá identificar las referencias de FullPack DMF a partir de las referencias OE, facilitando así una selección rápida y precisa. El buscador FullPack DMF de Valeo está vinculado a TechAssist, lo que permite el acceso directo a las especificaciones del producto, boletines técnicos, lista de componentes (cuando está disponible por separado), referencia OE, imágenes de producto y vehículos vinculados.

SCHAEFFLER

Solución de reparación LuK RepSet 2CT

► Para facilitar la sustitución del embrague y el volante bimasa a la vez, Schaeffler Vehicle Lifetime Solutions ha desarrollado la solución LuK RepSet 2CT incluyendo, en una sola caja, todos los componentes necesarios para realizar una reparación profesional, con calidad de equipo original y la garantía del especialista en transmisión LuK. Además, y gracias a los contenidos y herramientas de Schaeffler REPERT, la instalación

se convierte en un proceso sencillo, con acceso a formación, instrucciones en vídeo, manuales técnicos y herramientas especiales de cada producto y vehículo. Desarrollada por Schaeffler para el mercado posventa, la nueva gama LuK RepSet 2CT DMF cubre diversas aplicaciones de embragues dobles para las transmisiones DQ 200 (seco) y DQ381 (húmedo) del grupo VAG. Se compone de total de 5 nuevas referencias que cubren vehículos de gran presencia en el parque como el Audi A3, Skoda Octavia, Seat Leon o VW Golf y Passat.

Otra de las novedades destacadas de la gama de transmisión es LuK RepSet 623 3787 09, la solución de mantenimiento para embragues de

desconexión de aplicación en vehículos equipados con mecánicas 1,6 GDI Hybrid de las marcas Kia y Hyundai. Incluye, en una sola caja, todos los componentes necesarios para llevar a cabo una reparación profesional en este tipo de embragues. Los vehículos híbridos modernos con transmisión de embrague doble requieren a menudo (al igual que otros tipos de transmisión) un embrague de desconexión automática denominado "CO". Así, es posible utilizar el motor eléctrico independientemente del motor de combustión. Cuando un vehículo híbrido se propulsa sólo mediante su motor de combustión interna, el embrague de desconexión está conectado. Cuando el vehículo es propulsado sólo por el motor eléctrico, el motor de combustión interna está desconectado del accionamiento. En ese modo de conducción, el embrague de desconexión está desembragado. En el modo "boost", el motor eléctrico apoya al motor de combustión interna durante la aceleración. En este caso, ambos sistemas se utilizan para alimentar el accionamiento con el embrague de desconexión conectado.



CONTROL DE EMISIONES

El sistema de escape puede presentar fugas, rotura del catalizador u obturación del filtro de partículas, lo que provoca una mala combustión y que el vehículo consuma y contamine más. Las nuevas línea de productos permiten retener todas las sustancias nocivas para el medio ambiente.

IMPREFIL

Servicio de fabricación de escapes a medida



► Imprefil consolida uno de sus servicios más especializados y estratégicos: la fabricación a medida de escapes, tubos y sistemas específicos para vehículos y máquinas que hayan sufrido una avería o necesiten reemplazo de su sistema de escape. Este servicio, altamente demandado por talleres y profesionales del mantenimiento y reparación, abarca desde turismos y vehículos comerciales hasta camiones, tractores, maquinaria agrícola, maquinaria industrial, de obra pública o minería. El proceso puede realizarse a partir de un plano técnico o, en muchos casos, a partir de la pieza original dañada aportada por el cliente. La fabricación a medida se adapta a las especificaciones de cada modelo, con opciones en diferentes calidades y materiales: chapa con tubo de acero inoxidable 304, acero aluminizado, galvanizado o chapa de acero, siguiendo siempre el diseño y funcionalidad del sistema original. Esta flexibilidad garantiza una solución eficiente y adaptada a cada necesidad, especialmente en un mercado donde no siempre es posible obtener piezas estándar o de serie.

Imprefil cuenta con una infraestructura

técnica avanzada que incluye dobladoras CNC de última generación, equipos de soldadura TIG y MIG, corte por láser, medición 3D y herramientas de diseño asistido por ordenador. Todo el proceso de producción está orientado a garantizar un alto rendimiento, durabilidad y ajuste perfecto. Las piezas producidas son verificadas en banco de potencia, asegurando su correcta operatividad antes de su entrega y contribuyendo así a reducir los tiempos de inactividad en las operaciones del cliente. Este servicio se complementa con el catálogo de productos de escape de Imprefil, que incluye catalizadores, filtros de partículas y otros componentes clave para mantener la eficiencia y cumplimiento normativo de las flotas y equipos.

Gracias a su sistema logístico optimizado y en constante evolución, Imprefil puede garantizar plazos de entrega ajustados, repartos eficientes y cobertura nacional, lo que supone un valor añadido para talleres, empresas de mantenimiento y explotaciones agrícolas o industriales. El equipo humano de Imprefil acompaña cada proyecto con un asesoramiento técnico personalizado.

PLUS AFTERMARKET

Flexibles para sistemas de escape

► Plus Aftermarket ha lanzado al mercado su Catálogo 2025 de flexibles para sistemas de escape. La nueva edición del manual incluye un mayor número de medidas y una tabla de búsqueda detallada, con información precisa sobre medidas y referencias Plus Aftermarket. Además, el Catálogo 2025 de flexibles para sistemas de escape de la compañía incorpora innovaciones en especificaciones Malla y Soft interlock. Un catálogo medidor se incluye también en cada embalaje.





LIQUI MOLY

Aditivo anticristalización de AdBlue

► Para una parte importante del parque diésel, sólo con AdBlue los fabricantes de vehículos pueden cumplir con las normativas vigentes en Europa relativas a las emisiones de óxidos de nitrógeno. Sin los cuidados adecuados, pueden producirse daños en el sistema de gases de escape y aquí es donde entra en acción el nuevo DEF Aditivo Anticristalización K desarrollado por Liqui Moly. A través de un depósito en separado, el agente reductor AdBlue, también llamado Diesel Exhaust Fluid (DEF), se inyecta dosificado en el tramo de gases de escape caliente a través de un depósito separado. Este producto preventivo, con la referencia 21838, se presenta en un envase de 250 ml con dosificador incluido en la tapa. Cada 25 ml de aditivo son suficientes para 10 litros de AdBlue. Para los talleres, este envase, que trata hasta 100 litros de AdBlue, debe convertirse en un servicio de prevención durante cada mantenimiento de un vehículo diésel con este sistema, protegiendo el vehículo del cliente de forma económica, profesional y eficaz.

DIESEL TECHNIC

Aforadores DT Spare Parts

► En los sistemas modernos de postratamiento de gases de escape, el control fiable del nivel de urea es esencial para cumplir con los límites de emisiones. Los aforadores DT Spare Parts combinan una precisa tecnología de sensores, un diseño robusto y una compatibilidad sistémica en un sólo producto. El Partner Portal de Diesel Technic brinda un acceso eficiente a la amplia gama de esta familia de productos con aplicación para marcas como DAF, Ford, Iveco, MAN, Mercedes-Benz, SAF, Scania y Volkswagen. El aforador mide el nivel de urea mediante un mecanismo de boya. Dependiendo de la posición, se transmitirá la señal eléctrica corres-



pondiente a la unidad de control, que será la base para la indicación correcta en la pantalla del conductor. Los aforadores destacan por un diseño en espiral que acelera el proceso de descongelación y protege el sistema a bajas temperaturas (la urea se congela a temperaturas de hasta -11 °C, punto de congelación inferior al del combustible). En otras versiones sin espiral, el sensor de temperatura que llevan integrado es el que se encarga del control. Si la temperatura desciende por debajo de cierto nivel, la unidad de control activará elementos calefactores externos para tener una protección anticongelante.

DRIV

Formación en control de emisiones

► DRiV EMEA está trabajando con instaladores de toda Europa para ayudarlos a respaldar a los consumidores con los nuevos requisitos de emisiones de partículas de la ITV en la Unión Europea para turismos diésel. La marca Garage Gurus de DRiV ofrece formación integral para profesionales de la posventa que incluye tecnologías de control de emisiones en vehículos diésel y soluciones adecuadas para el cumplimiento de las normativas de pruebas más recientes. Según la nueva legislación de la ITV de la UE, la Inspección Técnica Periódica (ITP) incluye nuevos contadores de partículas capaces de detectar si el Filtro de Partículas Diésel (FAP) está defectuoso, dañado o ha sido retirado, provocando que el vehículo emita más partículas de las permitidas legalmente. Las medidas de limpieza del filtro de partículas diésel (DPF) generalmen-

te no pueden reparar el filtro debido a la naturaleza química y técnica de los procesos de postratamiento de gases de escape utilizados en los DPF en funcionamiento hoy en día. Los expertos en control de emisiones de DRiV indican que sólo la sustitución por DPF homologados, como los productos Walker con calidad de equipo original, permitirá el cumplimiento de la ITV de la UE cuando un vehículo diésel supere los nuevos límites de emisiones de partículas. Las medidas de limpieza del DPF generalmente no pueden reparar el filtro debido a la naturaleza química y técnica de los procesos de postratamiento de gases de escape utilizados en los DPF actuales. Desde la introducción de las primeras normas EURO 0 en 1988 hasta la reciente legislación de emisiones de la UE, EURO 6D-ISC-FCM, de enero de 2021, la cantidad de contaminantes producidos por los vehículos se ha reducido drásticamente gracias a la mejora de la eficiencia de los motores de combustión y la introducción de tecnologías de control de emisiones más avanzadas y precisas, como los convertidores catalíticos, los DPF y la reducción catalítica selectiva (SCR) con AdBlue. Esta evolución ha incrementado la necesidad de una fuente fiable de información técnica para la reparación y el mantenimiento de estos vehículos. DRiV y Garage Gurus llevan formando a instaladores y clientes del mercado posventa en tecnologías clave desde 1998, dando soporte a más de 40.000 instaladores cada año.





Grupo Andrés supera los 385 millones de euros de facturación en 2024

Con un equipo de más de 280 empleados, la compañía, que ya distribuye neumáticos en 57 países, crece un 11,5% respecto al año anterior. Su plataforma de venta online para profesionales ha gestionado desde 2008 más de 11,5 millones de pedidos, 1,7 millones el pasado año.

Gruppo Andrés ha cerrado el ejercicio 2024 con una facturación superior a los 385 millones de euros, lo que supone un incremento por encima del 11,5% respecto al año anterior. La División de Neumáticos sigue siendo el principal motor de crecimiento, con una aportación aproximada de 360 millones de euros, a lo que se suman las cifras de negocio de las secciones logística, tecnológica y otras empresas del grupo en los sectores de automoción, seguros y ocio (Undanet, Salamanca Express, Euromontyres, La

Valmuza Golf y Andrés Seguros, entre otras).

La compañía ha mantenido su estrategia de innovación y digitalización, consolidando su plataforma de venta online para profesionales, que ha gestionado desde 2008 más de 11,5 millones de pedidos, 1,7 millones el pasado año. Desde su lanzamiento, esta herramienta sigue evolucionando para ofrecer un servicio ágil y eficiente a sus más de 40.000 clientes profesionales.

Logística

El crecimiento también se ha reflejado en su capacidad logística, permitiendo a Grupo Andrés expandir su alcance internacional y distribuir neumáticos en 57 países. Esta expansión responde a una estrategia de diversificación y refuerzo de su presencia en nuevos mercados.

En el plano logístico, la compañía mantiene su red de almacenes (Salamanca, Madrid, Barcelona, Sevilla y Álava), con capacidad para almacenar un stock superior a un millón de neumáticos y una estructura que permite entregas en el mismo día en gran parte de España y en menos de 24 horas en la Península.

Expansión y colaboraciones estratégicas

En 2024, Grupo Andrés ha impulsado diversas iniciativas clave que refuerzan su compromiso con la sociedad, el desarrollo empresarial y el sector de automoción, entre las que destaca la creación de la división Andrés Seguros, un paso estratégico que refuerza su política de diversificación y expansión en el sector financiero.

Grupo Andrés sigue siendo el socio clave de grandes fabricantes de neumáticos y mantiene alianzas con empresas emergentes en movilidad, logística y tecnología, como Velca, Cafler, Transeop, Teenders, Motoreto, iFinanciera o The Business Store; y también en el sector de la biopharma con Neurofix Pharma y Virofend Therapeutics. Con más de cuatro décadas en el sector, la compañía se consolida como distribuidor de neumáticos independiente en la Península Ibérica, con un equipo de más de 280 empleados y la Dirección en manos de la segunda generación familiar, con Javier Andrés e Iván Andrés como consejeros delegados y Eduardo Salazar como director general, que continúan impulsando el crecimiento y la diversificación de la compañía. ■





LÍDERES
EN DISTRIBUCIÓN
DE NEUMÁTICOS

www.grupoandres.com

PASIÓN VISION Y COMPROMISO



De izda a dcha, Guillermo López, SGEE MITECO; Juan Ramón Pérez y Óscar Bas, respectivamente presidente y secretario ejecutivo de Adine.



Adine celebra su Asamblea General, centrada en la sostenibilidad y los retos normativos

Se aprobaron las cuentas y gestión del ejercicio 2024. El evento contó con la intervención de Fátima Báñez, presidenta de la Fundación CEOE, y con dos ponencias destacadas sobre los CAES de neumáticos y el Reglamento EUDR.

La Asociación Nacional de Distribuidores e Importadores de Neumáticos (Adine) celebró su Asamblea General Ordinaria en Madrid, congregando a 75 profesionales. La jornada comenzó con la intervención del presidente de Adine, Juan Ramón Pérez Vázquez, quien destacó que la entrada en vigor del Reglamento Europeo sobre Deforestación (EUDR) “marca un antes y un después” para la importación de neumáticos, al requerir trazabilidad avanzada y un estricto cumplimiento de criterios de sostenibilidad. Un reto, sí, pero también “una oportunidad histórica para liderar con responsabilidad”.

Análisis del mercado, gestión 2024 y hoja de ruta 2025

Tras el discurso inaugural, se aprobaron por unanimidad las cuentas y la gestión del ejercicio 2024, así como el presupuesto para 2025 y el informe de altas y bajas de asociados. También se presentó un análisis de la situación actual del mercado nacional de rep-

sición de neumáticos, las perspectivas a corto y largo plazo, y el inicio de un nuevo procedimiento antidumping sobre las importaciones de neumáticos de auto procedentes de China. Finalmente, se hizo un repaso de la reciente participación de Adine en Motortec 2025 y se expusieron las principales líneas de actuación previstas para lo que resta del ejercicio, orientadas a defender los intereses del sector y adaptarse al nuevo marco normativo europeo.

Sostenibilidad y trazabilidad

La Asamblea contó con la intervención de Fátima Báñez, presidenta de la Fundación CEOE, quien abogó por simplificar la carga administrativa y promover una mayor negociación colectiva para afrontar los desafíos del mercado laboral actual.

Tras ella, llegó la ponencia de Guillermo López, de la Subdirección General de Eficiencia Energética del MITECO, quien presentó los Certificados de Ahorro Energético (CAES) como una herra-

mienta clave para incentivar mejoras en la eficiencia energética. En este contexto, se destacó una nueva iniciativa impulsada por Adine para aplicar el sistema CAE al sector del neumático. Esta medida busca promover la sustitución de neumáticos antiguos por otros más eficientes –con menor resistencia a la rodadura– y se enmarca en los objetivos de descarbonización del transporte. El proyecto, actualmente en desarrollo, prevé incentivar directamente a las empresas del sector y a los consumidores mediante un sistema verificado de ahorros energéticos. En las próximas semanas se darán a conocer más detalles sobre su aplicación práctica.

La última ponencia corrió a cargo de Marta Angoloti, representante de la Subdirección General de Política Forestal y Lucha contra la Desertificación del MITECO, quien analizó el impacto del Reglamento Europeo sobre la Deforestación (EUDR). Angoloti detalló los nuevos requisitos que deberán cumplir los productos derivados de materias primas como el caucho natural, lo que afecta directamente a la cadena de suministro del neumático. El sector mostró su preocupación por la elevada carga burocrática y los exigentes controles de origen que deberán asumir las empresas comercializadoras e importadoras. ■

Reconocimientos

Como broche final a la jornada, se celebró la entrega del galardón Adine 2025. En esta edición, se reconoció a Antonio y Mario Puche Marco, de la empresa Hijos de Ramón Puche, por su impulso al asociacionismo empresarial y su papel clave como socios fundadores de la asociación en 2006. El reconocimiento fue recogido por sus hijos, Ana y Alejandro Puche.

Asimismo, se entregó un homenaje póstumo a José María Martínez Mallén, fundador de Neumáticos JM Martínez, en reconocimiento a su trayectoria profesional y su compromiso con el sector, premio recogido por su hijo Chema Martínez y su nieto.



El recauchutado reclama políticas reales para salvar su industria

El foro organizado por TNU en Motortec 2025 reunió a representantes, instituciones y expertos en medio ambiente para abordar la grave situación del sector pese a su relevancia para la sostenibilidad y la economía circular.



España contaba en 2022 con 46 plantas de recauchutado y una producción total de más de 1,1 millones de neumáticos renovados. En 2024, esa cifra ha caído a 19 plantas y poco más de 540.000 unidades. Las proyecciones muestran que, de seguir esta tendencia, el sector caerá por debajo del umbral de irrelevancia (100.000 unidades/año) en 2046. Para TNU, la desaparición del recauchutado no sólo implica la pérdida de una industria nacional y europea que genera empleo y valor añadido, sino también un importante retroceso ambiental. El recauchutado permite ahorrar hasta un 70% de materias primas, reducir en torno al 30% las emisiones de CO2 frente a un neumático nuevo, y duplicar su vida útil. Además, permite reducir el coste para las flotas hasta un 40% en comparación con el uso exclusivo de neumáticos nuevos. En el marco de Motortec 2025, TNU organizó el foro “La industria europea del recauchutado en peligro: una llamada a la acción”, en el que reunió, el 24 de abril, a representantes del sector, instituciones y expertos en medio ambiente para abordar la grave situa-

ción de una industria en declive pese a su relevancia para la sostenibilidad y la economía circular. Durante el encuentro, Salvador Pérez, presidente de la Asociación Española de Neumáticos Reciclados (AER), denunció que “la industria está cansada de promesas incumplidas” y pidió que se cumplan los porcentajes de reutilización previstos desde el RD 1619/2005. “Exigimos la aplicación efectiva de las medidas establecidas, tales como la obligatoriedad de lanzar porcentajes reales de neumáticos recauchutados y la promoción activa de la reutilización, primando a las empresas con ahorros por su uso”.

Por su parte, Javier de Jesús, director operativo de TNU, recordó que las comunidades autónomas son clave para aplicar esta política. Aseguró también que “no existe el neumático no recauchutable, sino la falta de mercado para consumirlos” y lamentó la ausencia total de representantes autonómicos en el foro a pesar de haber sido invitados. “Si no hay una demanda real por parte del sector público, las cifras de recauchutado seguirán cayendo a pesar de nuestro esfuerzo”.

Mercado internacional

Guido Gambassi, presidente de la Asociación Europea de Recauchutados (Bipaver), expuso que la cuota de mercado del recauchutado en Europa ha caído un 26% en los últimos 15 años y sigue en descenso, empujada por las importaciones asiáticas. Por su parte, Paolo Tosaratti, de la Dirección General de Energía de la Comisión Europea, anunció que están trabajando para que los neumáticos recauchutados cuenten con una etiqueta fiable. “El sector necesita confianza y precio competitivo. El etiquetado ayudará”. El ponente confirmó también que “la exclusión de las carcasas de neumáticos usadas del EUDR es un reconocimiento al valor del recauchutado como práctica sostenible y eficiente”.

Por otro lado, Salvador Pérez Lucena, director comercial internacional de Grupo Soledad, destacó que el recauchutado no es un producto aparte, sino una fase natural del ciclo de vida del neumático, diseñada desde su origen para prolongar su utilidad. La seguridad está garantizada, recordando que los neumáticos recauchutados están homologados bajo la misma normativa europea que los nuevos, incluso el 95 % de las grandes aerolíneas los utilizan en sus trenes de aterrizaje. También puso el foco en el desconocimiento y la falta de respaldo institucional, señalando que lo que frena al sector no es la técnica, sino la ausencia de políticas activas y la percepción pública. “El recauchutado tiene futuro si se integra en los planes de movilidad sostenible, se regula en igualdad de condiciones y se comunica con claridad”.

En el cierre de la jornada, José Manuel Barrios, de la Dirección General de Estrategia Industrial y de la Pyme, trasladó el apoyo de la administración y animó al sector a trasladar qué necesita respecto a los CAEs (clasificación de la actividad) para mejorar su visibilidad administrativa y acceso a fondos. “Si hablamos de regulación o de sensibilización, contad con nosotros. Pero los incentivos fiscales no son la vía”. ■

SOLUCIONES VERSÁTILES Y SOSTENIBLES

Con la presión de los costes como el mayor reto para las flotas, las nuevas líneas de neumáticos de camión y autobús aseguran un rendimiento superior en eficiencia, seguridad y durabilidad. Los últimos modelos presentan una resistencia a la rodadura reducida y mejoran su vida útil, se benefician de nuevas fórmulas de compuestos que se centran en la sostenibilidad y cuentan con estructuras que favorecen la capacidad de recauchutado.

BRIDGESTONE

Neumático Ecopia Trailer para larga distancia

► Bridgestone EMEA completa la gama de neumáticos Ecopia con tecnología Enliten para transporte de larga distancia con el lanzamiento de Ecopia Trailer, disponible en el mercado europeo desde febrero de 2025. Esta línea supera la generación anterior en la reducción de emisiones de CO₂ a lo largo de su ciclo de vida, recibiendo la certificación ISO 14067 en los neumáticos Bridgestone Steer y Drive, lanzados en 2023.

Como resultado de los ahorros en el consumo de combustible, los neumáticos Bridgestone Ecopia Steer, Drive y Trailer ayudan a reducir las emisiones de carbono durante su uso en un 3,2%, 6% y 5,6%, respectivamente, por kilómetro recorrido. Gracias también a la mejora del desgaste de los neumáticos Bridgestone Ecopia Steer, Drive y Trailer, las emisiones de CO₂ por kilómetro a lo largo de la cadena de producción [fase 'cradle to gate' o 'de la cuna a la puerta'] se reduce ahora en un 38,4%, 10,8% y 20,4%, respectivamente. La reducción de los costes de propiedad y



del impacto medioambiental de Bridgestone Ecopia en las carreteras son posibles gracias a la disminución de la resistencia a la rodadura y a la mejora de la vida útil, en comparación con su generación anterior. La gama ofrece una reducción de la resistencia a la rodadura en todos los neumáticos, incluyendo una mejora de hasta el 12% en Ecopia Drive. Esto permite obtener el mejor rendimiento en eficiencia de combustible de su clase con etiquetado 'A' de la UE. Además, Bridgestone Ecopia ofrece un mayor kilometraje en todos los neumáticos, con un 40% más en Steer, gracias a la incorporación de la tecnología Spiral Belt (situada

en el paquete de capas estabilizadoras), un 6% en Drive y un 10% en Trailer. Las mejoras en el rendimiento de Bridgestone Ecopia son posibles gracias a la integración de la tecnología Enliten, que proporciona la máxima seguridad, un mayor rendimiento de los neumáticos y unas características de sostenibilidad mejoradas, al mismo tiempo que garantiza que los neumáticos Bridgestone sean aptos para vehículos eléctricos. La gama Bridgestone Ecopia con tecnología Enliten se ajusta a los nuevos criterios de la Taxonomía de la UE en cuanto a resistencia a la rodadura y ruido exterior.

MARANGONI

Amplía la gama Blackline

► Marangoni presenta el nuevo dibujo de la banda de rodadura WSS 370 XXS para semirremolques con marcaje 3PMSF, diseñado para su uso en las condiciones invernales más severas. Para la dimensión de neumático 445/45R19.5, la banda de rodadura bidireccional y simétrica con nuevas laminillas 3D tiene una huella ancha que asegura un buen agarre en condiciones extremas de nieve y hielo, típicas de los países nórdicos. Los hombros tienen anchas ranuras transversales que permiten una buena autolimpieza y drenaje, para asegurar una reducción del ruido de conducción. El compuesto Blackline de Marangoni garantiza un elevado kilometraje y una reducida resistencia a la rodadura, incluso a bajas temperaturas.



Tres nuevos neumáticos para camiones

► Con el nuevo neumático de camión Conti EfficientPro 5, el Conti Urban NXT para el tráfico urbano y el Conti EcoPlus HT3+ para remolques, Continental se centra en soluciones eficientes y sostenibles que también están optimizadas para vehículos eléctricos. En primer lugar, los desarrolladores han logrado reducir la resistencia a la rodadura del nuevo Conti EfficientPro 5 en un 10% en comparación con su predecesor dentro de la etiqueta europea Clase A. Como neumático de eje direccional, también es el primer neumático de largo recorrido en tamaño 315/70 que permite una capacidad de carga por eje de 8,5 toneladas, por lo que está diseñado tanto para camiones con motores de combustión como para propulsiones híbridas o puramente eléctricas. El compuesto especial de caucho de la banda de rodadura, combinado con el perfil rígido del neumático, ayuda a reducir la resistencia a la rodadura, lo que a su vez aumenta el kilometraje en aproximadamente un 5% en comparación con el modelo anterior. El perfil del neumático proporciona un agarre seguro y una tracción superior. Su nivel de ruido de rodadura exterior especialmente bajo [etiqueta de neumático de la UE Clase A] significa que el Conti EfficientPro 5 es apto para la Taxonomía de la UE. Por su parte, el nuevo neumático Conti Urban NXT para el transporte urbano combina una alta proporción de materiales sostenibles con una gran eficiencia energética, por lo que es ideal para autobuses urbanos electrificados y vehículos de reparto. Con hasta un 59% de materiales renovables, reciclados y con certificación de balance de masa ISCC PLUS, el Conti Urban NXT tiene una cuota muy alta de materiales sostenibles, hasta un 25% más que la media de materiales renovables y reciclados utilizados en los neumáticos de Continental para vehículos comerciales. Para el Conti Urban NXT, la compañía ha asignado hasta un 24% de materiales con certificado de balance de masa ISCC PLUS; es decir, caucho sintético sostenible y negro de humo procedentes de mate-

rias primas de base biológica, biocircular y/o circular. La proporción de materiales reciclados es del 3%. Esto incluye caucho reciclado procedente de neumáticos fuera de uso procesados mecánicamente y acero reciclado. El Conti Urban NXT tiene un contenido de materias primas sostenibles del 32%, compuesto principalmente de caucho natural. La resistencia a la rodadura del Conti Urban NXT se ha reducido en un 25% frente al modelo comparable Conti Urban HA3. Esto se traduce en menores emisiones de CO2 para los vehículos con motor de combustión y en un aumento de la autonomía de la batería de hasta un 15% para los vehículos eléctricos. Las laminillas entrelazadas de alta densidad garantizan un agarre seguro, un seguimiento superior y un GRAN rendimiento de frenado, también en condiciones húmedas y durante toda la vida útil del neumático. El compuesto de goma reduce la abrasión del neumático y mejora la resistencia contra cortes, grietas, astillas y roturas. El kilometraje del Conti Urban NXT es también alrededor de un 15% superior al del modelo predecesor. Con un ruido de rodadura exterior muy bajo, el Conti Urban NXT es un neumático apto para la taxonomía de la UE. Por otro lado, el Conti EcoPlus HT3+, diseñado para remolques con ejes motrices electrificados, ofrece un rendimiento equilibrado en términos de tracción y resistencia a la rodadura y una capacidad de carga especialmente alta, que se ha incrementado en 500 kilogramos por eje para permitir una carga útil constante a pesar del mayor peso neto resultante de la batería. El perfil de la banda de rodadura del neumático Conti EcoPlus HT3+ ha sido diseñado pensando en la tracción, mientras que un innovador compuesto de caucho proporciona una combinación equilibrada de agarre y kilometraje. El neumático, que también puede montarse como neumático integral, estará disponible inicialmente en las medidas 355/50 R 22.5, 385/65 R 22.5 y 385/55 R 22.5. El lanzamiento al mercado está previsto para principios de 2026.



GITI TIRE

Modelos con tecnología RFID

► Tiresur, distribuidor exclusivo de la marca Giti en el mercado español, presenta los nuevos modelos de neumáticos para camión GSR237EVO y GDR675EVO, equipados con la tecnología RFID y diseñados para ofrecer un rendimiento superior en eficiencia, seguridad y durabilidad.

Por un lado, el GSR237EVO, disponible en las medidas 355/50R22.5 y 315/70R22.5, es el neumático combi road más novedoso de Giti para autopistas y aplicaciones regionales. Su diseño se traduce en una mayor eficiencia y seguridad en la conducción, lo que también supone un mayor kilometraje. El neumático cuenta con una tracción optimizada gracias a sus ranuras transversales profundas que mejoran el agarre en nieve y hielo, con homologación 3PMSF para un rendimiento fiable en invierno. Respecto a su eficiencia energética y seguridad, el neumático tiene clase B en resistencia a

la rodadura, reduciendo el consumo de combustible y las emisiones de CO₂; clase B en agarre sobre mojado, garantizando un mejor comportamiento en condiciones adversas; y clase A en nivel de ruido, asegurando una conducción más silenciosa y cómoda. Además, los hombros reforzados proporcionan un desgaste controlado y una gran estabilidad en carretera.

Por su parte, el GDR675EVO, en medida 315/70R22.5, es el nuevo modelo de Giti para tracción que redefine la eficiencia al contar con una menor resistencia a la rodadura y un mayor kilometraje. El neumático destaca por la optimización del consumo gracias a la tecnología EVO, característica que ha supuesto una mejora en su resistencia a la rodadura, pasando de clase D a clase C y logrando un menor consumo de combustible. También cuenta con una mayor durabilidad, gracias a un



patrón de desgaste optimizado que mejora la vida útil del neumático; confort en la conducción, gracias a la clasificación A en nivel de ruido; y robustez mejorada, gracias a una mayor capacidad de recauchutado y resistencia estructural que maximiza la inversión.w

GOODYEAR

Gama Eqmax y Eqmax Ultra



► La nueva gama de neumáticos premium para camiones Goodyear Eqmax y Eqmax Ultra está diseñada poniendo el foco en el uso de materiales sostenibles, la eficiencia de combustible, un mayor kilometraje y la versatilidad de uso para una amplia gama de aplicaciones, desde largas distancias hasta rutas interregionales.

Estos neumáticos están fabricados con hasta un 55% de materiales sostenibles, incluidos ingredientes como sílice a base de ceniza de cáscara de arroz (RHA). Los compuestos avanzados de los neumáticos Eqmax y Eqmax Ultra también aumentan el kilometraje y la eficiencia del combustible. El nuevo compuesto de la banda de rodadura con un mayor contenido de sílice ofrece hasta un 20% más de kilometraje y hasta un 6% menos de resistencia a la rodadura en comparación con sus predecesores. Este compuesto de alta resistencia a la abrasión está diseñado para ayudar a mejorar el desgaste, reducir la generación de calor y disminuir la resistencia a la rodadura, lo que ayuda a mejorar el kilometraje, la durabilidad a largo plazo y la eficiencia del combustible.

Como complemento, los nuevos compuestos de carcasa que contienen sílice contribuyen a reducir la generación de calor en el interior de la carcasa, lo que ayuda a reducir la resistencia a la rodadura y aumenta la durabilidad a largo plazo.

Estos avances pueden ayudar a que los neumáticos Eqmax y Eqmax Ultra proporcionen un rendimiento fiable y rentable durante periodos prolongados. Los neumáticos de tracción Goodyear Eqmax y Eqmax Ultra también pueden mejorar la tracción con su banda de rodadura direccional con alta profundidad de perfil. Y mejoran, igualmente, la robustez de los neumáticos del eje de dirección, lo que ayuda a reducir el riesgo de daños y desgaste irregular. El Eqmax T Ultra, diseñado para remolques, introduce un nuevo diseño de banda de rodadura con entalladuras adicionales para mejorar el agarre y el frenado en todas las condiciones climáticas.

La gama está disponible para todas las posiciones de eje (dirección, tracción y remolque), lo que garantiza una cobertura integral para diversas configuraciones de vehículos. Además, son adecuados para una variedad de sistemas de transmisión, incluidos vehículos diésel, de gas, eléctricos e hidrógeno. También vienen equipados con etiquetas de identificación por RFID.

HANKOOK

Productos premium en la nueva planta europea

► Hankook ha iniciado las obras de ampliación de su centro de producción europeo en Rácalmás (Hungría). Durante la fase de construcción, que durará hasta 2027, se creará una nueva línea de producción para neumáticos de camiones y autobuses con una capacidad de hasta 800.000 unidades anuales. En la nueva fábrica, se producirán en el futuro productos premium para el transporte de larga distancia y aplicaciones mixtas, SmartLine AL/DL 50 y SmartFlex AL/DL 51, así como neumáticos de la nueva serie e-SMART, desarrollada para vehículos comerciales eléctricos. Además, esta línea de producción permitirá a Hankook satisfacer las necesidades de los clientes de Europa ofreciéndoles nuevos productos para todas las áreas de aplicación, desde el transporte regional y de larga distan-



cia hasta el uso en obras y condiciones invernales.

La fábrica de neumáticos de Hungría opera desde 2007 y representa el pilar estratégico de Hankook para su expansión en Europa, con una capacidad de

producción de 17 millones de neumáticos para turismos y vehículos comerciales ligeros. En los nuevos centros se están incorporando también las tecnologías más modernas en la producción de neumáticos como, por ejemplo, materiales sostenibles, regenerativos y reciclados, así como la fabricación aditiva 3D para la creación de los moldes de las bandas de rodadura. La fábrica de Hungría cuenta con la certificación ISCC PLUS, que subraya el concepto global sostenible del centro de producción.

Hankook invertirá hasta 2027 alrededor de 540 millones de euros en el proyecto de ampliación y creará también 450 nuevos puestos de trabajo. Actualmente, la compañía tiene ocho centros de producción en el mundo con una capacidad de unos 100 millones de neumáticos al año.

VIPAL

Bandas de rodadura DV-MM y VT570

► Vipal, que celebra sus 20 años en Europa, presenta dos nuevas bandas de rodadura. Por un lado, la banda VT570, diseñada con sentido de rotación, ofrece un mejor poder de tracción en el segmento mixto (on/off-road) para vehículos que operan en terrenos variados, incluyendo calles y carreteras pavimentadas y no pavimentadas. Entre sus principales características, se encuentra el diseño con bloques, proyectados para favorecer la distribución de la fuerza de tracción y maximizar el rendimiento kilométrico. El compuesto ha sido desarrollado especialmente para ofrecer una gran resistencia contra cortes y perforaciones, asociándose esta característica con una mayor durabilidad y vida útil en el transporte en construcción civil, la recogida de residuos o las actividades agrícolas. El producto está disponible en tres anchos (240, 250 y 260 mm) para dar servicio a la mayoría de las dimensiones de neumáticos usadas en estas operaciones. La nueva banda también dispone de surcos, proyectados para proporcionarle autolimpieza al neumático, y su área central está diseñada con refuerzos, los cuales aumentan la protección de la carcasa contra los daños.



Por su parte, la DV-MM, producida para el mercado EMEA (Europa, Medio Oriente y África) con un compuesto con equilibrio de propiedades, ofrece un gran rendimiento en carreteras y calles pavimentadas y no pavimentadas. Además, presenta mayor resistencia a los cortes y las perforaciones, lo que favorece una mayor conservación de la carcasa y permite renovados más duraderos y un mayor rendimiento. La banda DV-MM presenta el diseño de surcos y expulsores que, con una capacidad superior a la media, evitan la retención de piedras y otros objetos, lo que ofrece una mejor dispersión del agua y el barro, facilita la autolimpieza de la banda de rodadura y preserva la carcasa del neumático. Los bloques, diseñados para mejorar el equilibrio en el movimiento, reducen el desgaste irregular, mientras que los surcos transversales de los bloques proporcionan una tracción moderada. Se trata, por tanto, de una banda con mayor resistencia a infiltraciones, roturas y daños causados por objetos puntiagudos, adecuada para ejes libres y ejes de tracción moderada, y que presenta un gran rendimiento de kilométrico.

MICHELIN

Michelin X Line Energy para transporte de media y larga distancia

► Los nuevos neumáticos Michelin X Line Energy 3 y Michelin X Multi Energy 2 ofrecen mejores resultados en términos de ahorro de carburante y adherencia lateral en curva sin comprometer prestaciones clave como la duración, la robustez y la recauchutabilidad. Por un lado, Michelin X Line Energy 3 destaca en el segmento de larga distancia en términos de ahorro de carburante, superando la media de las marcas premium en 0,62 l/100 km, lo que representa un ahorro de costes de entre 700 y 2.200 euros por camión y año. La adherencia lateral en curva también mejora en un 4,42% con los neumáticos al estado nuevos y en un 2,02% para aquellos dos tercios desgastados. Por su parte, la oferta de Michelin X Multi Energy 2 está destinada al segmento de transporte de media distancia, destacando en términos de ahorro de carburante superando la media de las principales marcas premium en 0,16 l/100 km, lo que representa un ahorro de costes de entre 100 y 380 euros por camión y año. Las prestaciones de adherencia lateral en curva también mejoran en un 5,06% con los neumáticos nuevos, y en un 5,67% para los neumáticos dos tercios desgastados.

Las prestaciones de los neumáticos Michelin para camión se ven reforzadas por Michelin Connected Mobility, una oferta de servicios conectados basados en la evaluación y el análisis de los datos de la flota, junto con una asistencia personalizada al cliente para unas operaciones más seguras, eficientes y sostenibles. Michelin Connected Mobility permite reducir el tiempo de mantenimiento y los periodos de inactividad de los vehículos por avería en los neumáticos. Las operaciones de mantenimiento se programan de forma más eficiente, se evitan los cambios de neumáticos innecesarios y los costes se reducen, con un ahorro de carburante de hasta el 12%.

Michelin Connected Mobility se sustenta en cuatro pilares principales: el suministro de neumáticos de altas prestaciones; la gestión y optimización del rendimiento de los neumáticos; el acceso a soluciones de gestión de flotas a través de Michelin Connected Fleet; así como el acceso a Michelin Smart Predictive Tire, la nueva solución automatizada de mantenimiento predictivo y de alertas.



APOLLO TYRES

EnduRace RD HD y EnduRace RT HD+

► Apollo Tyres amplía su gama de neumáticos para el transporte regional con el lanzamiento de dos nuevos productos para remolques y camiones pesados: el neumático motoriz EnduRace RD HD y el EnduRace RT HD+, destinado a remolques. Los dos cumplen lo requerido según la normativa europea en cuanto a durabilidad: un 150% superior en el EnduRace RD HD y del 170% en el caso del EnduRace RT HD+. Su

resistente estructura favorece la capacidad de recauchutado, lo que permite reducir los costes durante toda la vida útil. El EnduRace RD HD es un neumático motoriz de larga vida útil que cuenta con unos altos niveles de tracción durante todas las estaciones. Desarrollado para el transporte regional y de reparto, está disponible para llantas de 22,5 pulgadas en tres tamaños: 295/80, 315/70 y 315/80. Cuenta con una clasificación B en cuanto a rendimiento en mojado gracias a un dibujo de "bloque abierto" de la banda de rodadura, capaz de disipar el agua de forma muy eficiente. Además, la huella se ha optimizado para distribuir la presión de manera uniforme y mantener la tracción incluso en difíciles condiciones de poco agarre. También lleva el símbolo del copo de nieve rodeado de una montaña de tres picos grabado en el flanco, por lo que está homologado para su uso durante todo el año. El EnduRace RD HD es un neumático de uso prolongado fabricado con un compuesto de desgaste lento y una carcasa reforzada, lo que permite aumentar su vida útil y facilitar el recauchutado.

Por su parte, EnduRace RT HD+, disponible en medida 385/65 R22.5, es un neumático para camiones y remolques creado para aplicaciones de servicio pesado. Está dotado de un diseño muy duradero y una gran capacidad de uso durante toda la vida útil. Sus laterales anchos y un compuesto resistente al roce mejoran la resistencia a la abrasión y consiguen un patrón de desgaste uniforme. El compuesto de desgaste lento de la banda de rodadura permite recorrer altos kilometrajes y asegura un uso prolongado.



El Rincón del Medio Ambiente

Carlos Prieto Menéndez, nuevo director general de SIGNUS Ecovalor

El Consejo de Administración de SIGNUS ha nombrado a Carlos Prieto Menéndez nuevo director general de SIGNUS, tras la jubilación de Gabriel Leal. Su objetivo se centrará en la búsqueda de una mayor optimización operativa y de gestión y en impulsar iniciativas de economía circular a través de soluciones alternativas de reciclaje y valorización, entre otras líneas estratégicas definidas por el Consejo de Administración.

Carlos Prieto es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid. Ha desarrollado una larga carrera profesional en distintos puestos de responsabilidad en grandes compañías como Cepsa, Amena y ONO. Ha estado durante doce años al frente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid como subdirector general y, posteriormente, como director general.

Además, ha sido miembro de varios consejos de administración: Ifema, INE, Avalmadrid, Fondo de Capital Riesgo INICAP y Centro de Predicción Económica (CEPREDE), entre otros.

Durante los últimos seis años ha sido director general en España de la compañía Plastic Energy y vicepresidente de la Comisión de Auditoría de COTEC. Actualmente, es vicepresidente de la Comisión de Economía Circular de CEOE y vocal del Consejo Social de la Universidad Autónoma de Madrid. ■



Prieto, que sustituye a Gabriel Leal tras su jubilación, es vicepresidente de la Comisión de Economía Circular de CEOE y vocal del Consejo Social de la Universidad Autónoma de Madrid.



CONGRESO INVESTIGACIÓN DE ACCIDENTES DE TRÁFICO 2025

LA IMPORTANCIA DEL DATO

📅 **Fecha:** 22 - 24 octubre 2025.

📍 **Ubicación:** Ávila

✉ **Contacto:** cesvimap@cesvimap.com



Dirigido a: reconstructores de accidentes, peritos de autos, abogados, responsables de siniestros, fuerzas y cuerpos de seguridad, aseguradoras...

Organizado por:



CARROCERIA Y PINTURA

.info



„Se puede
contar con
ellos...
¡sin falta!“

Mewa. Paños de limpieza con un servicio integral.

Encontrará más detalles en
mewa.es/servicio-integral

 Mewa



Motortec pinta mucho y bien

Permitidme el juego de palabras. Porque Motortec, esta vez sí, tuvo una interesante participación del sector del repintado, de la pintura. Con fabricantes como Lesonal, PPG, Sinnek o GPC Coatings, por ejemplo. Pero también pintó mucho [en el sentido de que cobra cada vez más importancia] este segmento de negocio en el cómputo global del certamen.

Fabricantes de equipos para el taller de carrocería y pintura, demostraciones in situ, las citadas marcas de pintura, fabricantes de anexos... Una amplia y variada oferta para los más de 30.000 talleres (34.067, para ser exactos) que, según la organización, acudieron al certamen madrileño. A ver si, poco a poco, edición tras edición, otros fabricantes se animan y Motortec se convierte en referente para este sector, al igual que ya lo es en el sector del recambio.

Por lo demás, alguna que otra noticia de calado en la feria. Como que Lesonal va a ser distribuida por AD Parts. Veremos a ver cómo encaja esta marca premium entre algunos socios del grupo que ya cuentan con otra [“todo suma”, nos comentan desde el grupo en una entrevista]. Y veremos también cómo encajan los distribuidores de Sikkens que los recambistas –mal considerados entre los “pintureros de toda la vida”– entren en su plaza a pelear con una marca del mismo grupo, premium y con alguna homologación que otra...

Por otro lado, GPC Coatings se prepara para el salto cualitativo que algunos distribuidores le reclamaban, en un evento al que asistimos en exclusiva. Un salto cualitativo respaldado por las inversiones de sus dirigentes, por el lanzamiento de nuevos productos, por el desarrollo de un ecosistema digital y por la intención declarada de alcanzar acuerdos con aseguradoras y grandes clientes y ser homologados/certificados por Centro Zaragoza y Cesvimap.

Sin olvidar los nuevos productos, gamas y servicios que mostraron expositores como Astra, Car Repair System,



Sikkens, Mirka, PPG, USI, Termomeccanica, Celette, Tecsoloda, GYS, Geicos, Launch, Arekson Group, Reauxi, Bossauto, Rupes, Indasa, Sia, Abrasivos AG, 3M...

Así las cosas, poco a poco vamos viendo que las marcas premium van apostando por la digitalización de todo el proceso de repintado; que los talleres deberán encaminarse hacia ello y hacia la sostenibilidad, otro pilar en el que se sustentaron buena parte de las novedades del certamen. Así que, si no tuvisteis oportunidad de pasear por Motortec, aquí os resumimos algunas de ellas. Espero que os resulten interesantes.

CARROCERÍA Y PINTURA

SUMARIO

REPORTAJE	GPC Coatings da un salto cualitativo
FERIAS	La chapa y la pintura en Motortec 2025
MOSTRADOR	Productos especiales
CESVITECA	Levantar para pintar
CENTRO ZARAGOZA	Recambio certificado CZ

GPC

COATINGS



HYMAX

GlobalStar

Prizma
Paint Technology

NUEVO
SOFTWARE DE AJUSTE
DE COLOR DEL ESPECTRO

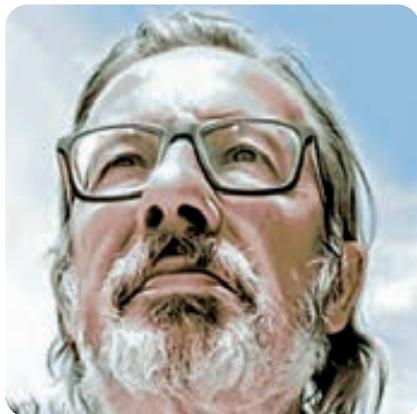
CORRECTION PLUS

*"Para los que sueñan con
un buen ajuste de color"*

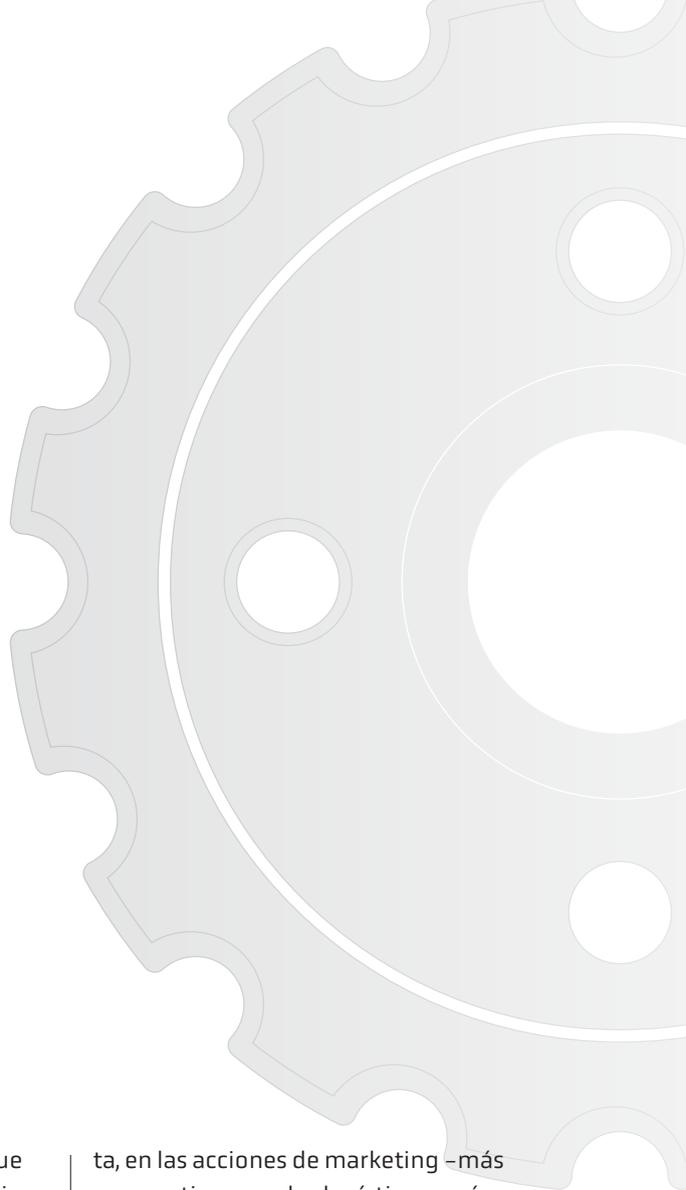
By GPC Coatings

www.gpccoatings.com





**José Luis
Do Muiño Cid**
Consultor estratégico



HELP!!!

Es evidente que todas y todos recordamos a “Las Cucarachas” con esta canción, que nos recuerda lo importante que es saber pedir ayuda y ser conscientes de mantener una mente abierta para llevar a buen término proyectos novedosos e innovadores.

No puedo dejar de hacer un sentido homenaje a mi amigo Miguel Ángel por estos años de relaciones, por encima de todo, personales; siempre será un imprescindible del sector y esperamos que nos dignen de vez en cuando con aportaciones siempre de valor de su visión global del Aftermarket Automotive en sus 360°.

Cada día que va transcurriendo entre piezas, accesorios, recambios y repuestos se hace más necesaria la interacción y la ayuda transversal entre los diferentes agentes que compone-

mos este fantástico mundillo al que pertenecemos; no vamos a seguir insistiendo en los grandes avances tecnológicos ni en los cambios que están determinando una nueva imagen globalizada de cada uno de los diferentes aspectos que lo siguen manteniendo dinámico, activo, resiliente y adaptativo.

Por supuesto que ya no son las mismas las circunstancias que rodean la denominada ruta logística del sector. Sin embargo, sí siguen siendo los mismos objetivos; esto ha implicado una necesidad del cambio de estrategia y, por tanto, de tareas en la cadena de valor.

Las nuevas estrategias requieren decisiones disruptivas y, por ende, arriesgadas y novedosas. Las tareas que implican estos cambios estratégicos requieren no sólo de novedades en las fórmulas de inversión, en las dinámicas de los procesos de ven-

ta, en las acciones de marketing –más provocativas–, en las logísticas –más imaginativas–..., etc.

Los procesos de alianzas se hacen no ya necesarios sino imprescindibles; los márgenes comerciales que hace unos años considerábamos suficientes, en estos momentos –derivados de una alta competitividad– se convierten en insuficientes; e incluso, en muchas ocasiones, nos limitamos a mover simplemente dinero.

Por suerte, han bajado los costes de almacenamiento, derivados de una evolución en los procesos de las cadenas de suministro y de un mejor y más eficiente conocimiento del parque de vehículos; también gracias a acciones mucho más ágiles que permiten mantener stocks más regularizados y optimizados a las necesidades que cada zona realmente precisa. Y, por supuesto, la creación de grandes almacenes centralizados por par-

te de los grandes distribuidores y las tecnologías íntimamente enlazadas con la distribución física de los diferentes productos que comercializamos y que el cliente final demanda.

Todo pro tiene un contra: los márgenes de cobertura han descendido de una manera descomunal. Por la geografía de nuestro país y su dispersión poblacional y el todavía gran número de talleres a lo largo y ancho tanto de España como de Portugal nos está permitiendo, por el momento, mantener al sector entre los más rentables, aun en ocasiones a costa de un excesivo control por parte de las aseguradoras de los precios de venta, tanto de nuestros servicios finales, como de los productos; lo que, desde mi punto de vista, es una injerencia en el propio sentido de la libre competencia.

En estos últimos años, hemos observado un incremento entre la distribución tradicional de las denominadas marcas blancas o marcas privadas, también denominadas marcas de distribuidor: tanto en las plataformas como los grupos de compra, e incluso lo que antes denominábamos nueva distribución. La mayor parte de ellas están posicionados en las plataformas de venta online, ya sean propias o de terceros: es lógico que la facilidad de acceso a los productos por parte del consumidor final, generada desde hace ya más de diez años y acelerada desde la pandemia nos rememore, cuasi como si de historia del siglo pasado habláramos de que aquellos eran tiempos mejores. Olvidémoslo, esta es la era de la acción, de la interacción, de la asociación, de la ayuda, de la coherencia, de la formación, del servicio y, sobre todo, de la confianza, en nosotros y en los demás

Los nuevos criterios de sostenibilidad, tanto por parte de los diferentes elementos de movilidad como de los fabricantes de las partes y componentes que los constituyen han obligado

“
Por suerte, han bajado los costes de almacenamiento, derivados de una evolución en los procesos de las cadenas de suministro y de un mejor y más eficiente conocimiento del parque de vehículos; también gracias a acciones mucho más ágiles que permiten mantener stocks más regularizados y optimizados a las necesidades que cada zona realmente precisa”

al mercado a aclimatarse a los avances con celeridad y eficacia. Los nuevos modelos de compra y uso de los productos destinados a nuestros desplazamientos que, por un lado, han generado nuevas oportunidades de negocio, pero también han destruido ganancias antes más beneficiosas. Pero esto no debe asustarnos; hemos ser conscientes y capaces de pedir “Help” y romper las estructuras de nuestros propios conocimientos e incorporar los nuevos a nuestras estructuras. Nada sucede sin un cambio de paradigma, real, continuo, coherente, imaginativo..., etc.

Es innecesario partir de un cero redondo. El histórico del conocimiento

y la facilidad de acceso a la información –en ocasiones excesiva– nos dará las armas y herramientas indispensables para no quedarnos en la cuneta y “no dejar a nadie atrás”. Todas y todos somos imprescindibles en estos momentos para progresar, acometiendo estos cambios como una ventaja diferencial en el mercado.

La clave está siempre en ser conscientes de la diferencia entre el precio y el valor. Potenciamos esos valores, propios, personales, privativos que son los que realmente definen nuestros éxitos; hay que insistir en ellos, pues son los que nos generarán los beneficios, nos alejarán de los fracasos – inevitables en cualquier negocio– y rebajarán el nivel de riesgo en nuestros negocios. No se trata de seguir haciendo lo que sabemos, sino más bien de ser capaces de aprender lo que desconocemos, asimilarlo, compartirlo y proclamarlo como un valor absoluto de nuestros diferentes establecimientos.

Cuanto más tiempo dediquemos a pensar antes de actuar, más provechosas serán las operaciones que realicemos y, por lo tanto, más satisfechos estaremos con nosotros mismos y con nuestros equipos de trabajo. Potenciar los equipos genera beneficios a medio plazo reconocibles; no es fácil mantener motivados estos equipos, requiere una asistencia constante, un apoyo continuado, la cooperación como estrategia de negocio y el esfuerzo del conocimiento de cada uno de los miembros del mismo: un incesante “Help”.

Prosigamos colaborando, cooperando, ayudando, impulsando, tendiendo la mano, fomentando y favoreciendo a quienes nos rodean. Los retos son sensoriales, amenos y alcanzables con la oportuna preparación, con una óptima gestión y una visión global y medio largo plazo de hacia donde caminamos.



MIGUEL ÁNGEL ÁLVARO

Profesional con más de dos décadas de experiencia en el sector, siempre muy ligado al entorno de grandes cuentas, flotas, renting y aseguradoras. Ha trabajado como director ibérico de Ventas en GT Motive y Abai, director de Desarrollo de Negocio en Mobius Group, Key Account Manager de flotas en Contitrade [Continental] y director de Flotas en Grupo Serca Automoción.

Motortec ¿Venta, imagen, networking...?

El sector ya está en la resaca de Motortec, esa feria que nos trae de cabeza desde principio de año y que marca los objetivos principales y devenir del año en curso. En año de feria, todo lo importante es para Motortec y lo poco relevante es para después de Motortec; son los dos conceptos que utiliza el sector para calendarizar.



Con más de 15 años en el sector es el primer año que no he tenido la oportunidad de estar en un stand, (por si no lo sabéis, estoy a la búsqueda de un nuevo proyecto, ahí lo dejo...) y me ha permitido ver la feria de una manera diferente, visitar toda la feria en profundidad, poder asistir a las ponencias y debates y, eso sí, charlar de una manera distendida con los colegas del sector de todo los que nos preocupa y nos ilusiona.

Una vez terminada la feria, como siempre, a los directores y managers nos toca hacer el informe de resultados y de viabilidad de la feria. Es ese momento donde tenemos que contestar a la peliaguda pregunta: ¿nos interesa volver a esta feria desde el plano de la rentabilidad? Y aquí es donde nos toca abrir el temido Excel y poner negro sobre blanco el esfuerzo económico a nivel de marketing y recursos empleados en la feria, con lo realmente obtenido. Y, sinceramente, no sé vosotros, pero, en mi caso, llevar a números multitud de aspectos abstractos genera una humareda que ni la pipa del insigne Toro Senta-

do. Tristemente, los números son muy fríos y esclarecedores.

Es por ello que me gustaría hacer una reflexión y, si fuera posible, crear un debate de posventeros donde analicemos la evolución que ha tenido esta nuestra feria, que marca muchos aspectos del negocio. De hecho, mi insigne compañero y amigo Miguel, en tono jocoso, medía a los colegas por los Motortec que llevaban, diciendo siempre, “no pasas del próximo Motortec”.

Hace tiempo, 8 o 10 años atrás, las ferias eran centros de reunión donde se generaba negocio directo, donde concurrían muchos actores y donde se cerraban acuerdos y ventas. O sea, el negocio era tangible y cuantificable; medíamos el éxito o el fracaso en función de los ingresos cuantificables el martes siguiente a la feria, y sí, el balance de ingresos y gastos de la feria presentaba números negros, en mayor o menor medida, pero eran negros.

Desde mi punto de vista, de un tiempo a esta parte, Motortec ha seguido manteniendo ese espíritu de reunión y en-

cuentro, pero el cierre de acuerdos y ventas directas se ha ido diluyendo hacia otro tipo de resultados y de acciones que, si bien son positivas no cumplen el objetivo de rentabilidad.

La feria se está transformando a conceptos como:

- **La presentación de nuevos productos** y servicios en un momento concreto sin un motivo especial más allá de llevar una temática a la feria
- **Grandes inversiones en marketing**, con stands cada vez más imponentes y con el principal objetivo de generar “tráfico” al mismo
- **Análisis de los metros cuadrados** de mi competencia y ubicación para competir de forma directa en imagen y en presencia
- **Fidelización de clientes**; no por nuestros productos y servicios, sino por el mero hecho del desplazamiento de decenas de autobuses con talleres a los que luego les ofrecemos un ágape trasladándoles que están en su casa –y que, en efecto, lo están–, pero nada distinto a las convenciones y viajes que hacemos de forma habitual
- **Espacios y salas de reuniones priva-**



das para mantener encuentros que, de otro modo, se harían online o presencialmente, si bien la existencia de la feria no es la causa de esa reunión

Networking, mucho networking. Eso sí que nos encanta, ver que estamos en el sector, qué haces tú y que hace tu competencia y ver la posibilidad de tender puentes o buscar sinergias que, en muchas ocasiones, ni nos habíamos planteado.

En definitiva, la gran respuesta de por qué estamos en la feria, es porque “hay que estar”, por tradición, porque los clientes nos buscan e incluso una vez llegué a escuchar que el mero hecho de no estar muestra cierta debilidad y las consecuentes explicaciones.

Dentro de ese “hay que estar” me gustaría recalcar una creciente presencia de tres grupos que me llamaron la atención:

- **Recambio asiático**, que cada vez va ocupando más espacio en la feria y que, en la línea de introversión de la forma de ser asiática, lejos de generar ese famoso tráfico y hacer el máximo ruido posible (como hacemos los españoles) se quedan inmóviles en sus stands, sólo atendiendo a aquellos curiosos que pasan a preguntar. Creo que les convendría agitar más el árbol, que seguro que alguna fruta madura caería
- **Asociaciones de todo tipo**. Si bien las más tradicionales siempre han concurrido a la feria, van apareciendo otras de corte más específico que intentan ganar su cuota de atención, trasladando su mensaje de una manera más di-

recta aprovechando, eso sí, el altavoz mediático que la feria pone a su disposición

- **El tercer grupo** que me llamó la atención ha sido la creciente presencia de marcas de pintura, que no sólo han crecido en número sino en presencia e imagen, poniendo de manifiesto no sólo sus tecnologías revolucionarias para ahorrar costes en carrocería que los talleres necesitan para no asfixiarse, sino también la guerra abierta por un mercado que cada vez se va atomizando más y más.

El resultado teórico..., pues cifras récord de expositores, de asistentes y ponencias superinteresantes, miles de post en X y en LinkedIn, y lo que nos queda pendiente a lo largo de los próximos meses, volúmenes ingentes de jamones, agua, refrescos y cerveza.

El resultado práctico..., díganmelo ustedes: cifra de ventas realizada, leads conseguidos que se demorarán en el tiempo y que en ocasiones es muy difícil determinar si el origen de esa venta fue en la feria. Y potenciales acuerdos que quizás se cierren en el Q3 o Q4 y que se desplegarán a lo largo del 2026 sin hacer referencia a la feria.

Ya conozco varias empresas que han dejado de asistir a la feria con stand. Y su estrategia es colaborar en eventos generales o propios de partners que sí disponen de stand y que en términos de visibilidad y de resultados son cada vez más interesantes, con costes mínimos. Como todo, tenemos que hacérselos ver.

Mi opinión...: que Motortec cada vez se va alejando de una feria de venta hacia una feria de networking. Y en esos términos es como nos la tenemos que plantear. Y sí, coincido con los que dicen que “hay que estar” porque es el mejor escapatote de nuestro sector.

Se lo dice un humilde visitante de la feria a la búsqueda de un nuevo proyecto, al que su smartwatch dijo basta ya de contar pasos en la moqueta... Un placer estar con vosotros, como siempre. ■

GPC Coatings da un salto cualitativo

El fabricante mostró a distribuidores y concesionarios su nuevo ecosistema digital (con un software de búsqueda de color mejorado y un nuevo espectrofotómetro) y explicó que ya trabajan en aumentar la notoriedad de la firma y en acuerdos con aseguradoras y grandes cuentas.

Texto: Juanjo Cortezón

El fabricante de productos de repintado GPC Coatings, presente en nuestro país con sus marcas General y Hymax; Globalstar para vehículos pesados e industria y la recién incorporada Prizma –dedicada al sector maderero–, reunió a distribuidores y talleres para mostrarles algunas de las claves de la compañía a corto y medio plazo. El acto contó con sus responsables españoles (Antonio López, director general y José Luis Guerrero, recientemente nombrado como director comercial y de Operaciones, además de todos los delegados de la compañía) y también estuvieron presentes los máximos responsables internacionales de GPC Coatings: su CEO Johny Corm y su hijo Isaac, responsable de la digitalización de la empresa.

El acto sirvió de presentación de José Luis Guerrero en su nuevo puesto, que definió como “el reto más apasionante de mi trayectoria profesional”. Guerrero habló del objetivo de la compañía de “llegar a una nueva dimensión, esto es, empezar a tener más relevancia en el sector con un nuevo rol más competitivo”.

Este salto cualitativo se basa en cuatro pilares. El primero de ellos es la digitalización, con una nueva plataforma de software y diferentes herramientas digitales que permiten automatizar todo el proceso de búsqueda del color-. En segundo y tercer lugar, el producto –se han lanzado dos básicos y se presentarán al mercado algunos productos de secado por UV– y la formación; a través de una nueva plataforma que inclui-



De izda a dcha., Antonio López, director general de GPC en el mercado ibérico; Johny Corm, CEO de GPC Coatings; José Luis Guerrero, director comercial y de Operaciones e Isaac Corm.

GPC Coatings aumentará su presencia en redes sociales, trabaja para alcanzar acuerdos con aseguradoras y grandes clientes y ha iniciado conversaciones para ser homologado/certificado por Centro Zaragoza y Cevimap

rá también cursos orientados a dotar de mayor eficiencia y rentabilidad del taller y módulos formativos de valoración de daños y peritaciones, de cálculo de coste/hora o de cómo aplicar la IA o las redes sociales en el día a día del negocio de reparación.

Un último pilar es la notoriedad de la compañía, que aumentará su presencia en redes sociales, trabaja para alcanzar acuerdos con aseguradoras y grandes clientes y ha iniciado conversaciones para ser homologado/certificado por Centro Zaragoza y Cevimap.

Inversiones

Johny Corm, CEO de GPC Coatings, tomó la palabra para explicar que su compañía está invirtiendo constan-



Johny Corm, CEO de GPC Coatings, aseguró que su compañía está invirtiendo constantemente y se mostró muy satisfecho por el trabajo realizado en España.



El evento sirvió de presentación de José Luis Guerrero en su nuevo puesto, que definió como "el reto más apasionante de mi trayectoria profesional".

temente. Agradeció al equipo ibérico de GPC Coatings su fantástico trabajo en España desde hace ya 23 años en nuestro país. "Somos una empresa familiar creada en 1959 y estamos en el top 3 de empresas familiares en el refinish a nivel global. Estamos fuertemente comprometidos con el mercado español, donde hemos crecido un 36% en los últimos 12 años", comentó, añadiendo que GPC ha invertido 37 millones de dólares en mejoras de la compañía: nueva fábrica y nuevo centro de formación en el Líbano y en la contra-

tación de personal para crecer en diferentes áreas. "En GPC Coatings queremos ser cada día más respetados e influyentes en el mercado", concluyó. Tras él, tomó la palabra su hijo Isaac, máximo responsable del desarrollo de las nuevas herramientas digitales. Corm habló de la nueva web del grupo, que ha incrementado un 80% su cifra de visitantes y huella digital y que

cuenta con un nuevo sistema de pedidos digital para grandes volúmenes. También señaló que GPC Coatings ha duplicado su capacidad productiva, aumentando las horas de trabajo –lo que ha permitido un 30% más de producción–, invirtiendo en nuevo equipamiento –ha supuesto un 20% más de volumen–, detallando que las inversiones han supuesto la creación de un nuevo laboratorio, que permite aumentar la eficiencia de desarrollo del color, un control de calidad mejorado y un aumento del 50% de la plantilla de técnicos en colorimetría.

Ecosistema digital

Isaac Corm desgranó el ecosistema digital que ofrece GPC Coatings a los talleres: GenMix Pro, plataforma digital sobre la que pivotan diferentes herramientas, como el espectrofotómetro, el software de búsqueda de color o la máquina de mezclas automatizada. "Nuestra propuesta de valor se centra en ofrecer al taller un sistema digital que permite el ajuste perfecto del color, con el consiguiente aumento de la rentabilidad y de la eficiencia en los flujos de trabajo de sus negocios. Más en detalle, el nuevo espectrofotómetro, denominado MA5C, hace mediciones con cinco ángulos, cuenta con una interfaz más intuitiva y una mejor detección de las partículas, así como un menor diferencial entre lecturas. Además, el espectrofotómetro se acompaña de un nuevo software, denominado Correction Plus, que lleva la precisión del color a un nuevo nivel, asegurando ajustes exactos y una consistencia óptima para que logre el resultado deseado de manera sencilla y eficiente.

Además, Isaac Corm explicó que ya trabajan para que todo este ecosistema esté en la nube y pueda ser accesible desde cualquier PC, tablet o smartphone e integrable con cualquier DMS de talleres y concesionarios. Por último, en lo que respecta al producto, en los próximos meses, General y Hymax presentarán varios productos de secado rápido al aire y secado por UV. "Se trata de lanzamientos que no sólo mejorarán los procesos del taller sino que nos proporcionarán una impronta de sostenibilidad", apostilló José Luis Guerrero. ■

AkzoNobel Gira “The Productivity Drive 2025”

● AkzoNobel Vehicle Refinishes emprende una gira por 12 países de Europa para presentar su próxima generación de productos y servicios como parte de “From Start to Refinish: The Productivity Drive 2025”, con el fin de llevar la innovación a los profesionales de los talleres. El roadshow comenzó el 23 de abril en Motortec, donde la compañía estuvo todos los días de feria, y finalizará el 26 de junio en Reino Unido, con 40 paradas en los principales mercados europeos. El roadshow muestra el nuevo acabado bicapa base agua de aplicación One-stop – Sikkens Autowave Optima, junto con otros productos, herramientas y soluciones digitales de AkzoNobel. Además, en línea con las iniciativas de sostenibilidad de AkzoNobel, la gira se ha diseñado pensando en la eficiencia. Por ello, la empresa se ha asociado con Movico para planificar la ruta más optimizada y sostenible, minimizando el impacto ambiental del recorrido. El lema “From Start to Refinish” pone de relieve el compromiso de AkzoNobel con la innovación y cómo el fabricante apoya a los talleres de chapa y pintura



en cada etapa del proceso de repintado, mejorando la calidad de las reparaciones y ayudando a sus clientes a aumentar la productividad y la eficiencia de los procesos, mejorando la sostenibilidad y aumentando los beneficios. Tal y como pudimos comprobar en Motortec, AkzoNobel ofrece a los asistentes una experiencia inmersiva y práctica dentro de las unidades móviles, con demostraciones en directo, presentaciones y un simulador de pintado. Para ello es fundamental el nuevo acabado bicapa base agua: Sikkens Autowave Optima, que ofrece tiempos de proceso más rápidos, menor consumo de producto, mayor durabilidad y un excelente acabado final para la reparación de vehículos. Los asistentes tienen también la oportunidad de experimentar y probar estos pro-

ductos de primera mano, junto con otras soluciones digitales de AkzoNobel como Refinish+, Carbeat, PaintPerformAir y ColorMatchic. Según explica Ignacio Román Navarro, business director de Automotive & Vehicle Refinishes EMEA, “esta iniciativa crea una oportunidad única para mostrar nuestros nuevos productos e innovaciones y para fortalecer nuestras relaciones con los talleres, las empresas y los profesionales de toda la región europea que confían cada día en nuestras soluciones. Estamos llevando nuestra marca Sikkens directamente a nuestros clientes y esperamos demostrar cómo nuestros productos de vanguardia pueden mejorar su rendimiento, impulsando la productividad, mejorando la eficiencia operativa y ofreciendo resultados superiores”. ■

Mirka Gran éxito de participación

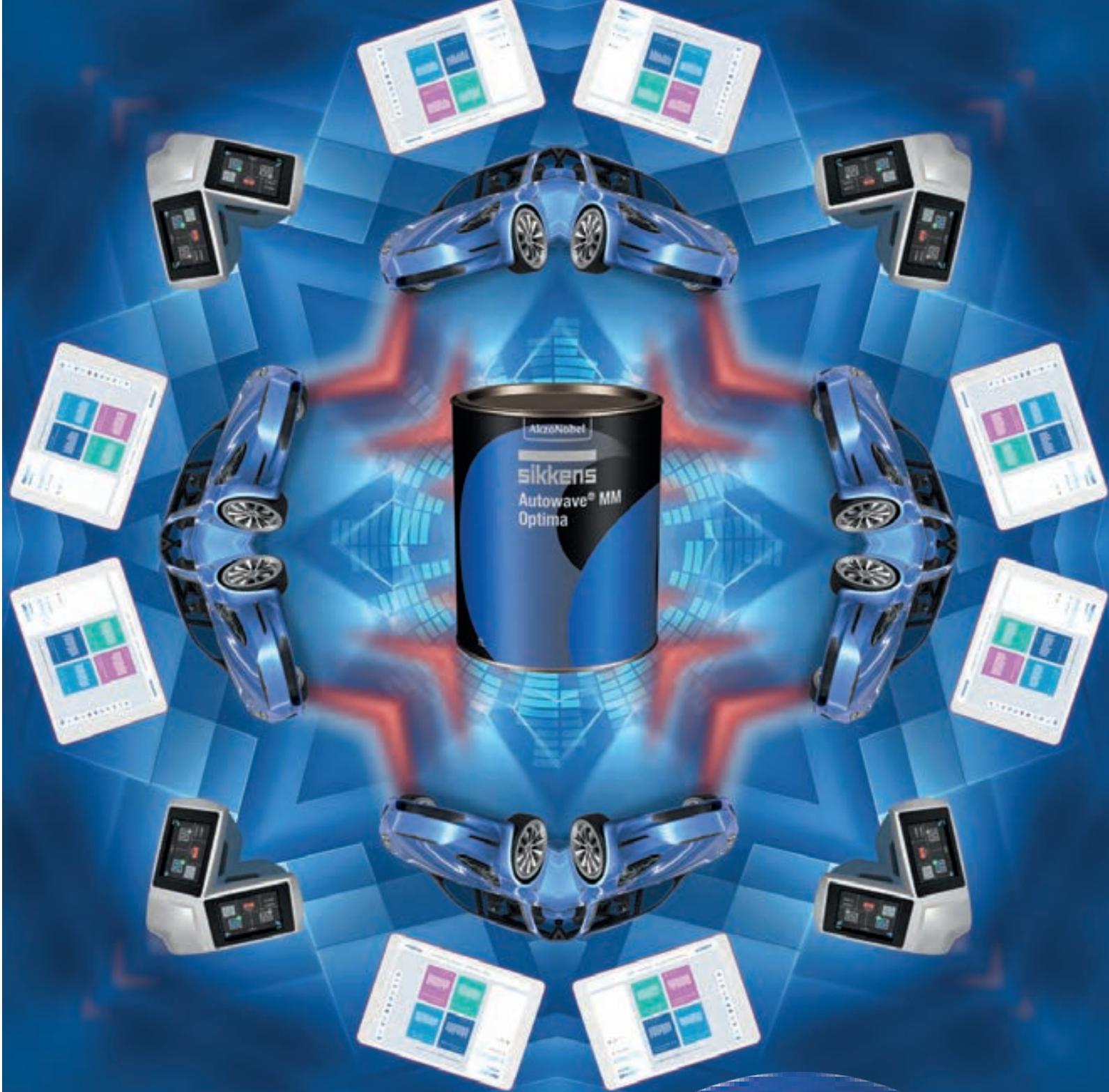
● Mirka, especialista en el sector de los abrasivos, maquinaria, pulido y accesorios para el sector del acabado en automoción, ha concluido con gran éxito su participación en Motortec 2025. El innovador stand de Mirka recibió a miles de visitantes, distribuidores y clientes, interesados en conocer de primera mano



las novedades presentadas. Entre ellas, destacó Iridium Soft, el nuevo abrasivo premium con soporte de espuma, que despertó gran interés por su flexibilidad, velocidad y precisión de lijado en seco, algo que antes sólo se conseguía con el lijado en húmedo.

También captaron la atención de los profesionales el Modular Trolley de Mirka, totalmente personalizable según las necesidades de cada taller, y el Maletín de Lijado y Pulido con máquinas inalámbricas del que, además, se sortearon dos unidades: una entre todas las personas que se apuntaron al sorteo celebrado en las redes sociales, cuyo ganador fue Álvaro Martín, y otra entre los asistentes al stand, con José Antonio, de Ronda Motor, como el elegido en el sorteo.

“Motortec 2025 ha sido una plataforma excepcional para conectar con nuestros clientes, mostrar nuestras innovaciones y reafirmar nuestro compromiso con la sostenibilidad, la tecnología y la calidad”, afirma Santiago Do-Cal, director general de Mirka Ibérica. Desde la compañía confía en que “los contactos y sinergias generadas en esta edición se traduzcan en nuevas oportunidades de colaboración y crecimiento”.



MULTIPLIQUE LA PRODUCTIVIDAD

Presentamos Autowave® Optima,
el nuevo acabado bicapa One-stop de Sikkens.

Multiplique la productividad y la sostenibilidad con tiempos de procesos hasta un 50% más rápidos y costes energéticos un 60% más bajos, todo ello, con el apoyo de las soluciones y los servicios digitales de Sikkens.

Más información en: sikkensvr.com/es/autowave-optima



sikkens
AkzoNobel

Cesvimap Dos concursos de talentos



● Cesvimap, el centro de I+D de Mapfre especializado en posventa de automoción, organizó dos concursos en el marco de la feria Motortec, en la que se hizo hincapié en el conocimiento técnico y la habilidad práctica de profesionales y futuros profesionales del sector, reafirmando su compromiso con la sostenibilidad, el talento y la excelencia. Por un lado, Cesvimap puso a prueba las habilidades de los profesionales en un

concurso de reparación de patillas de faros, en el que los participantes fueron evaluados por expertos del centro que valoraron aspectos como la preparación y el manejo de herramientas, la preparación de superficies, el proceso de reparación, el tiempo de ejecución y la calidad de su acabado final. El primer premio del concurso lo obtuvo José Antonio Maldonado García, gerente de Diego Bayardo Chapa y Pintura, quien recibió un equipo AIT de soldadura de plásticos

de Prima Ibérica, mientras que el segundo premio se otorgó a Manuel Cruz, chapaista en Talleres Muñoz, que obtuvo un kit de soldadura a batería de 50W también de Prima Ibérica.

Asimismo, Cesvimap y la Asociación Nacional de Peritos (Apcas) convocaron el tercer Concurso de Valoración de Daños, dirigido a peritos y futuros profesionales de la peritación. Con el apoyo de Solera, GT Motive y DAT Ibérica, el concurso desafió a llevar a cabo valoraciones sobre un vehículo siniestrado utilizando el software de su elección, incluyendo criterios de sostenibilidad como el uso de recambio recuperado. Los ganadores, que han recibido un iPad como premio fueron: Daniel Blázquez Rivero, perito en Dekra (sistema de valoración: DAT Ibérica); Jorge Zarzoso Maroto, responsable de Carrocería en Auto Salamanca Cars (sistema de valoración: GT Estimate); y Emilio José García Latorre, perito en Expert Pericial (sistema de valoración: Solera). ■

GYS Ibérica Oferta tecnológica completa

● GYS sigue con su apuesta por la posventa del automóvil en España y Motortec 2025 fue una oportunidad para interactuar directamente con clientes y socios, escuchar sus necesidades y seguir construyendo relaciones de confianza. “Desde nuestra llegada en 2022, el mercado nos ha acogido de manera excepcional. Hemos crecido mucho más rápido de lo previsto ya que nuestras soluciones responden a dos de las grandes preocupaciones de los talleres: trabajar más seguro y más rápido. Hemos construido rápidamente una red de distribución que nos permite junto a nuestros 15 comerciales acompañar a los talleres de todo el país en tema de servicio y formación. Estamos muy entusiasmados por esa edición de Motortec, que debe marcar una nueva etapa del desarrollo de GYS en España”, afirma Nicolas Dreyfus, gerente de GYS Ibérica. Durante Motortec 2025, la compañía presentó sus soluciones más innovadoras para el sector, destacando su amplia



gama de equipos de soldadura para reparación de carrocería (como los nuevos GYSPOT, PTI soldadura por puntos, y los P GYS Auto, en soldadura MIG entre otros). Además, GYS hizo énfasis en su línea de carga y en los estabilizadores para todo tipo de vehículos, desde turismos hasta vehículos industriales. Un punto fuer-

te del stand fue la presentación del GYS-FLASH PRO, con su nueva configuración avanzada que incluye el modo EQUILIZER, y la presentación completa de la gama de carrocería, pensada para garantizar la máxima seguridad, rendimiento y cuidado durante los procesos de mantenimiento y reparación.

Astra

Equipos modernos y eficientes para talleres



En Astra conocen la importancia de estar presentes en las ferias nacionales e internacionales, ya que supone la mejor forma de conocer a sus clientes y sus necesidades, además de estudiar las tendencias del mercado y fijar nuevos objetivos. Con productos reconocidos en más de 30 países y una oferta de equipos modernos y eficientes para todo tipo de talleres, diseñados y fabricados en Barcelona, la empresa trabaja bajo la filosofía de ideas innovadoras, tecnología de última generación y producción nacional.

En Motortec 2025, Astra contó con un espacio expositivo que albergó sus soluciones más innovadoras para automoción, entre otras, elevadores, bancadas y mesas elevadoras. Destacan el elevador top ventas miniLIFT, ya imprescindible para muchos profesionales, tanto para trabajos de carrocería y talleres de mecánica como en cambio de neumáticos o 'detailing'; o el prepLIFT, pensado para cabinas y zonas de preparación.

Igualmente, la empresa mostró su oferta como líder nacional en fabricación de instalaciones de pintura, que sobresalen en el mercado por su adaptabilidad, ingeniería de diseño, industria 4.0, estética y ergonomía.

XPress 800 de Wieländer

Otro de los productos presentes en el stand de Astra fue la remachadora neumática modular OEM para todo tipo de carrocerías, la XPress 800, de Wieländer+Schill que puede remachar remaches ciegos o de clavo, tuercas remachables, remaches macizos o ciegos de aluminio, remaches estampados o autoperforantes, flow-form o remaches huecos. Homologada por Mercedes-Benz y Tesla y recomendada por la mayoría de fabricantes, la XPress 800 es capaz de llegar a zonas de acceso complicado, gracias a que sus accesorios para los remaches de clavo permiten el giro de la boca, independientemente de la remachadora, trabajando de forma ergonómica y cómoda.

Además, con la pinza en C y el accesorio PushPull, puede realizar orificios y punzonar, extrayendo puntos de soldadura incluso en aceros de ultra alta resistencia. Dispone también de un regulador de la presión de aire que permite controlar la fuerza de trabajo del equipo, evitando con una correcta regulación que se pueda dañar la pieza a reparar.

Bancadas Globaljig

Por otro lado, Astra distribuye equipos de la marca Herkules para el mundo del camión y también es, desde 2020, importador para España del fabricante italiano Globaljig, especialista en bancadas OEM con sistema de control positivo. La bancada superROTAX, para talleres y concesionarios, es un referente a nivel mundial desde hace más de 25 años, con sistema de medición patentado por Globaljig y un anclaje de 'dimas', denominado mono tornillo también patentado por el fabricante, que otorga rapidez en el proceso de reparación. ■

ASTRA
LIFTS & BENCHES

Tu partner integral
para la carrocería
desde 1979

astraballero.com
Tel. 937 864 011 | astra@ballero.com



GLOBALJIG®

Distribuidores
Autorizados



WS Wieländer+Schill

Sistema de remachado
y soldadura



ASTRA
LIFTS & BENCHES

La única hecha en
España

PPG

PPG LinQ, premio a la innovación

● PPG LinQ Color fue distinguido con el premio de la Galería de la Innovación de Motortec 2025 en la categoría de Servicios o plataformas de gestión, formación, diagnóstico e información en el taller. Y es que la compañía participaba por vez primera en como expositor en la feria, en cuyo stand los visitantes pudieron comprobar las ventajas de las soluciones digitales y de mejora de la sostenibilidad presentadas bajo el paraguas de “The Power of Innovation”.

PPG LinQ Color es un software de color digital en la nube que mejora el proceso de identificación del acabado correcto a reproducir en el taller de chapa y pintura. Accesible a través de iPads, smartphones y otros dispositivos con conexión a Internet, esta nueva pieza del ecosistema digital facilita la operativa diaria en el taller proponiendo formas de trabajar innovadoras que evitan la sobrecarga de los pintores al desplazar tareas habituales fuera del cuarto de pintura. Para ello, PPG LinQ Color dialoga con el espectrofotómetro que mide el color sobre la carrocería del vehículo a reparar y la balanza para la preparación de pintura de manera inalámbrica gracias a PPG MagicBox,



un pequeño router que comunica las condiciones ambientales en las salas de mezclas y recibe las fórmulas de color directamente desde PPG LinQ Color. Una vez confirmada la fórmula a mezclar, y gracias a PPG MagicBox, la información para la mezcla de básicos se envía a la báscula de mezcla sin necesidad de disponer de un ordenador junto a la balanza, o directamente, incluso, a la máquina automatizada de mezcla de pintura Moonwalk, digitalizando y automatizando el proceso. ■

Sinne

La revolución del color



● Mejorar la productividad, rentabilidad y sostenibilidad del taller es el objetivo de Sinnek, la marca premium de pintura para carrocería, y así lo quiso transmitir en Motortec con sus últimas innovaciones presentadas. Destaca la evolución de su sistema base agua SERIE W6000, una línea de productos desarrolla-

da para ofrecer el máximo rendimiento en los procesos de repintado, así como los nuevos aditivos SO/5100, diseñado para acelerar la evaporación en condiciones de alta humedad y baja temperatura, y el AC/1650, que reduce los tiempos de endurecimiento en barnices y aparejos compatibles, permitiendo un ahorro significativo en tiempo y consumo energético.

Además, Sinnek aprovechó la feria española para exhibir su nuevo software, una herramienta digital avanzada que optimiza la operativa diaria del taller, facilitando la gestión de procesos y mejorando la eficiencia en el trabajo cotidiano. La marca también mostró en su stand su nuevo programa de fidelización Yellow Club, que busca premiar la confianza y el compromiso de los talleres que trabajan con sus productos. Yellow Club permite fortalecer y reforzar la relación entre Sinnek, su red de distribución y los propios talleres, creando un vínculo a largo plazo basado en la obtención de ventajas y exclusivos beneficios. ■

Car Repair System

Evoluciona hacia CRS

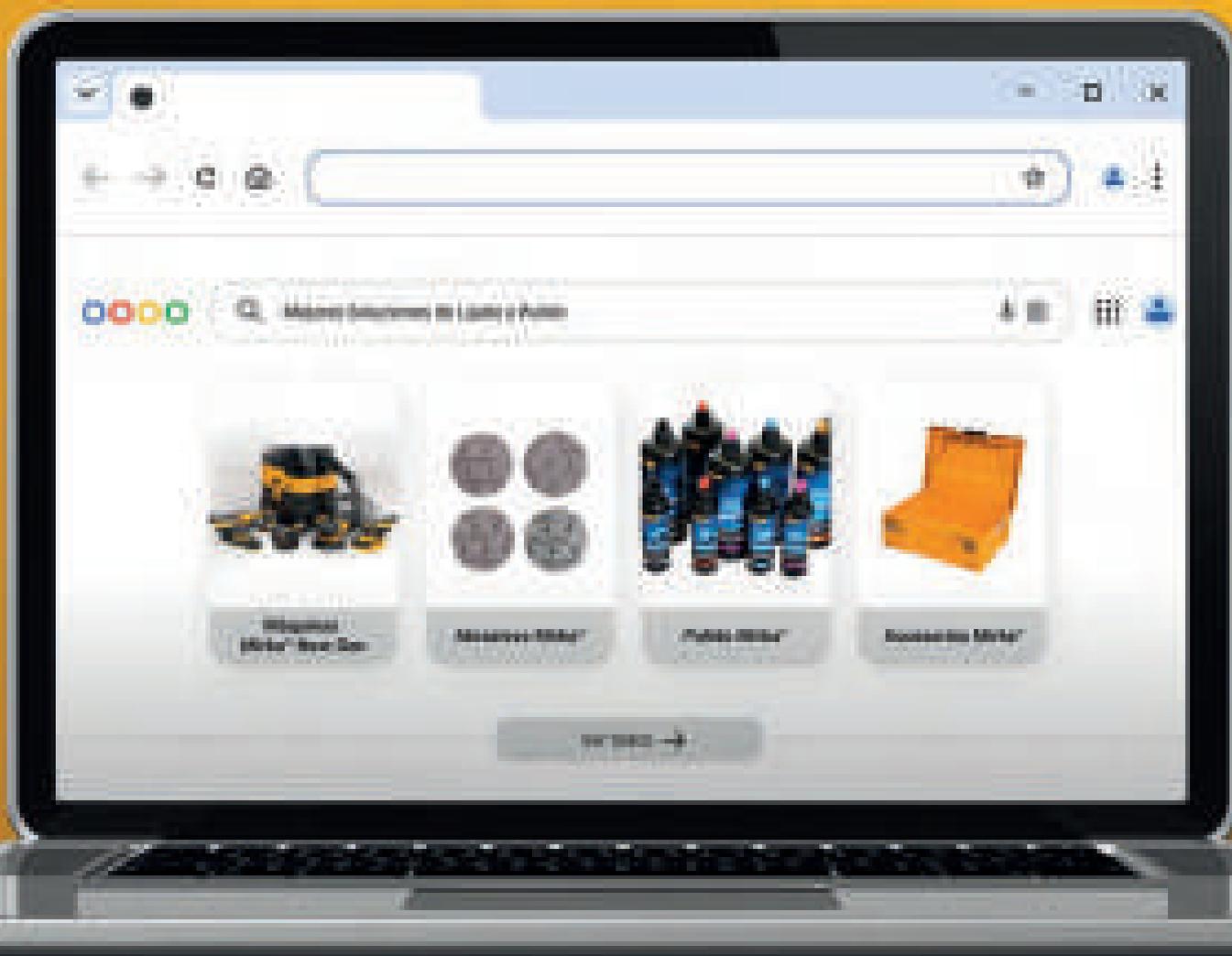
● Tras 25 años de experiencia en el sector de la reparación de carrocerías, Car Repair System evoluciona y se transforma en CRS. “Este cambio de identidad corporativa representa mucho más que un nuevo nombre: es el reflejo de una marca en constante crecimiento, comprometida con la calidad, experiencia y la cercanía, que mira al futuro sin perder su esencia”, explica la compañía.

Así, la firma apuesta por una identidad visual más moderna, dinámica e impactante y un packaging con un diseño renovado, manteniendo sus valores diferenciales de “calidad como filosofía de trabajo, experiencia técnica contrastada ofreciendo soluciones eficaces y sistemas de trabajo completos para el operario, un equipo profesional y apasionado, y un soporte técnico y comercial profesional, cercano y adaptado a tus necesidades”. Con esta evolución, CRS refuerza su identidad global y consolida su presencia en más de 20 países, reafirmando su compromiso de ofrecer productos y servicios de alta eficiencia al sector profesional de la reparación del automóvil. Además, CRS aprovechó su participación en Motortec para exhibir dos novedades: la pulidora multifuncional a batería 3 en 1, una solución multifuncional y versátil ideal para cualquier entorno de trabajo; y Crystal Plus Black, un pulimento de acabado ultra fino, especialmente diseñado para colores oscuros, ofreciendo un brillo y protección excepcionales. ■



MIRKA

No podría ser de otra forma...



Mirka. Dedicated to the finish.

KWH Mirka Ibérica, S.A.U.
World Trade Center Almeda Park
Edificio 2 Planta 2
08940 Cornellà de Llobregat
Barcelona

Tel. +34 93 682 09 62
E-mail: mirkaiberica@mirka.com
mirka.com/es-es/

Síguenos en:



Indasa

Rhynogrip HT Line Ceramic



● Indasa participó como expositor en Motortec donde dio a conocer su última novedad, Rhynogrip HT Line Ceramic, la solución de lijado diseñada para mejorar la eficiencia y el rendimiento en las primeras etapas del proceso de reparación. Gracias a una nueva fórmula exclusiva y materias primas de alta calidad, el producto está diseñado para ofrecer un mejor rendimiento con una alta resistencia al desgaste para un rendimiento de corte continuo y sostenido. Además de la exposición de productos, Indasa preparó una experiencia interactiva en su stand con demostraciones en vivo de HT Line Ceramic, entre otras soluciones de lijado y pulido, así como sesiones exclusivas de 'meet & greet' con el equipo técnico de Indasa. Para Rafael Dias, Iberian Market Manager, "este evento es un punto de encuentro donde, junto a nuestros clientes y compañeros, podemos celebrar nuestros logros y seguir construyendo el futuro de Indasa".

Glasuret crea una guía y formación específica para repintar los eléctricos e híbridos enchufables

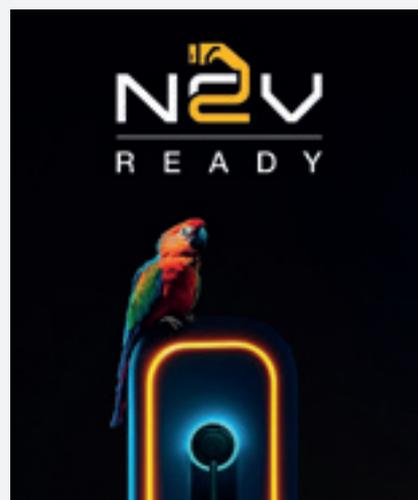
Para proteger la vida de la batería del coche durante el proceso de reparación, Glasuret cuenta con productos que permiten temperaturas de secado por debajo de 60° C durante no más de 45 minutos.

Los vehículos NEV (New Energy Vehicles/ Vehículos de Nueva Energía) requieren unos procesos y metodologías específicas para su reparación. Por esto, los pintores de los talleres de carrocería de Glasuret recibirán formación especializada en las tecnologías de secado al aire y secado a baja temperatura, prestando especial atención a las especificaciones marcadas por los OEM, para así garantizar una reparación de la máxima calidad y eficiencia que proteja la vida útil de la batería.

Glasuret facilita una guía completa con recomendaciones, procesos y productos para tratar los vehículos NEV de forma eficaz y segura. "Gracias a la vanguardia de nuestros productos y sistemas, podemos ofrecer a nuestros clientes las herramientas adecuadas, siguiendo unos criterios claros con el objetivo de alargar la vida útil de las baterías", comentan desde el fabricante.

La guía incluye procesos claros y adaptados, el uso adecuado de cada producto

y soluciones sostenibles que permiten mantener la calidad del acabado y la seguridad del vehículo. Este enfoque proporciona al profesional el procedimiento necesario para ejecutar reparaciones con confianza y optimizar los tiempos de trabajo. Al reparar vehículos NEV, Glasuret recuerda a los pintores que deben cumplir estrictamente las normas de reparación de los fabricantes [OEM]. Para proteger la vida de la batería del coche durante el proceso de reparación, Glasuret cuenta con productos que permiten temperaturas de secado por debajo de 60° C durante no más de 45 minutos. La Serie 100 de Glasuret, junto con AraClass y ProClass, ayuda a los talleres de carrocería a aumentar su rendimiento global, reduciendo hasta en un 40% los tiempos de proceso. Esto supone una diferencia significativa en el rendimiento y la rentabilidad de cada taller en comparación con las líneas de pintura base agua estándar que se ofrecen en el mercado. Gracias a la avanzada formulación de la Serie 100 de Glasuret se re-



duce hasta un 30% de material en cada aplicación.

"A las personas que compran Vehículos de Nueva Energía [NEVs] les motiva el deseo de reducir su huella de carbono y persiguen su contribución de respeto hacia el medio ambiente, no sólo en el rendimiento del vehículo y sus emisiones, sino también en su mantenimiento, servicio y reparación. Este sencillo manual recoge las recomendaciones básicas de los OEM y ofrece una guía para que los usuarios de nuestros productos encuentren el proceso de reparación más acertado y trabajen de forma eficaz y segura", explica Rocio Maldonado, Head of Global Training Solutions. ■

Toma el control.



A brand of BASF –
We create chemistry

Conéctate a la solución de reparación de vehículos eléctricos líder en su clase.

A medida que los vehículos eléctricos siguen transformando la movilidad, nuestro compromiso con las prácticas sostenibles en la industria automotriz se fortalece. El repintado de estos vehículos avanzados requiere no solo de una cualificada experiencia, sino también una comprensión profunda de los requisitos específicos de la tecnología VE, desde la gestión segura de los sistemas de baterías hasta el uso de materiales de pintura respetuosos con el medio ambiente.

Nuestras soluciones están diseñadas para satisfacer estas demandas únicas de la tecnología eléctrica, manteniendo los más altos estándares de calidad y sostenibilidad.

Confía en un repintado eficiente y cuidadosamente alineado con el futuro de la movilidad.

N2V
READY



TECNOLOGÍA INTELIGENTE

Para responder a la evolución del mercado y a las necesidades de los profesionales del sector del repintado, los nuevos productos especiales y soluciones de alta eficiencia para el taller muestran un claro compromiso con la sostenibilidad, la innovación y la excelencia, pero también con el ahorro en el consumo de energía, en los tiempos del proceso y en la capacidad de trabajo de los pintores.

AKZONOBEL

Sikkens Autowave Optima, mucho más que un acabado bicapa

► El nuevo bicapa base agua de nueva generación, Sikkens Autowave Optima, se ha desarrollado para satisfacer las necesidades de los talleres de chapa y pintura actuales, ofreciendo una mayor producti-

vidad y sostenibilidad, menor coste energético y una excelente exactitud de color. El producto permite una total cubrición con sólo 1,5 capas de pintura gracias a su alta pigmentación. El método de aplicación One-stop, sin tiempo de evaporación entre capas, sólo requiere que el pintor entre en la cabina una vez, lo que ahorra hasta un 50% del tiempo de proceso en comparación con un acabado bicapa convencional. El método One-stop también reduce el consumo de energía y las emisiones de CO₂e, con un ahorro de hasta el 60% [en comparación con un acabado bicapa convencional basado en pruebas internas]. El consumo de pintura también se reduce hasta un 15% de media, además de producir niveles de COV de 380 g/l, un 10% por debajo de la legislación. Además, los talleres pueden confiar en Sikkens Autowave Optima para obtener los más altos estándares de calidad. Su completa gama de básicos cubre una

amplia gama de colores sólidos, metalizados, perlados, candy y de efectos especiales para automóviles, así como fórmulas de color aprobadas específicamente para la transparencia de radares. El proceso de color 100% digital, con el espectrofotómetro Automatchic y el software de obtención del color MIXIT de AkzoNobel, garantiza la máxima precisión y exactitud del color. Cuando los talleres se deciden por Sikkens Autowave Optima pueden acceder al cuadro de control de Carbeat, la solución digital de control de procesos patentado por AkzoNobel para impulsar la eficiencia operativa y aumentar la productividad del taller de chapa y pintura en un 10% de media. Pero también a la plataforma digital Refinish+ de AkzoNobel para realizar un seguimiento de sus indicadores clave de rendimiento y mejorar el rendimiento del taller, con un único inicio de sesión en todas las herramientas digitales de AkzoNobel.



GPC COATINGS

Novedades en secado rápido al aire y por UV

► El fabricante de productos de repintado GPC Coatings tiene previsto presentar al mercado, en los próximos meses, varios productos de secado rápido al aire y secado por UV bajo las marcas General y Hymax. "Se trata de lanzamientos que no sólo mejorarán los procesos del taller, sino que nos proporcionarán una impronta de sostenibilidad", destaca José Luis Guerrero, director comercial y de Operaciones de la compañía. Estos nuevos desarrollos se unirán a los dos básicos lanzados recientemente por GPC, así como a la nueva plataforma de software GenMix Pro y a las diferentes herramientas digitales que permiten automatizar todo el proceso de búsqueda del color, como el espectrofotómetro MA5C, el software de búsqueda de color Correction Plus o la máquina de mezclas automatizada.



GLASURIT

Aumento del rendimiento y ahorro energía

► El rendimiento de secado de vanguardia del portafolio de Glasurit con tecnología UV permite reducir hasta un 85% el consumo de energía y hasta un 75% el tiempo de proceso en los talleres de carrocería. La tecnología ecoeficiente está en el corazón de la gama avanzada de productos y soluciones Glasurit, ofreciendo al taller un gran potencial de ahorro al contrarrestar el aumento de los costes de energía de manera sostenible. Con esta reducción en el uso de energía, también se disminuyen las emisiones de CO2 y se utilizan menos productos químicos volátiles en el proceso. Con esta tecnología, el taller de carrocería se beneficiará de tiempos de proceso más cortos y una reducción de su huella de carbono, una combinación única en el mercado.

La tecnología UV utiliza luz ultravioleta para secar la pintura de manera rápida y efectiva. A diferencia de los métodos tradicionales de secado al aire, que pueden llevar horas, el secado UV permite que las capas de pintura se sequen en cuestión de minutos. Esto acelera el proceso de reparación y también permite a los talleres aumentar su productividad, reduciendo el tiempo de espera para los clientes y optimizando la rotación de vehículos. Uno de los principales beneficios de los productos con tecnología UV de Glasurit es la calidad del acabado: las pinturas tratadas con UV ofrecen una mayor resistencia a la abrasión, los productos químicos y la exposición a la luz solar, lo que resulta en un acabado más duradero y que mantiene su brillo durante más tiempo.



BESA

Soluciones técnicas para acabados exclusivos y de alta resistencia

► En un mercado donde la personalización y la durabilidad del acabado ganan protagonismo, Besa sigue apostando por una gama de barnices especiales capaces de responder a las exigencias actuales del taller y del usuario final. Tanto en aplicaciones estéticas como en aquellas que requieren un alto rendimiento técnico, los barnices Besa ofrecen una solución profesional y versátil.

Para cubrir la demanda creciente de acabados mate, Besa-Glass HS Mate es un barniz bicapa de dos componentes formulado para proporcionar un acabado homogéneo, suave al tacto y con gran resistencia frente a agentes externos. Su aplicación sencilla y su comportamiento fiable lo convierten en la solución ideal tanto para reparaciones parciales como para trabajos completos. Gracias a su formulación, es posible ajustar el nivel



de brillo final mediante su mezcla con Besa-Glass HS Antiscratch, lo que permite obtener diferentes grados de brillo según las necesidades del trabajo.

Por su parte, el barniz Besa-Glass HS Antiscratch ha sido desarrollado para ofrecer una elevada resistencia al rayado (ensayo 'Car Wash') y a productos como la gasolina, manteniendo un alto nivel de brillo y durabilidad. Es un barniz bicapa 2K de fácil aplicación y gran comportamiento en exteriores para talleres que buscan optimizar tiempos y asegurar resultados premium.

Besa-Glass HS también está recomendado para la reparación de faros de policarbonato, permitiendo su recuperación y estética iniciales, y aumentando la resistencia frente a otros posibles daños. Este barniz dispone de una gama de catalizadores para conseguir una óptima aplicación tanto en vehículo completo como en 'Spot repair', cubriendo a su vez un amplio rango de temperaturas de trabajo.

IXELL

Luxia, productos de pintura UV

► Basada en una tecnología UV de vanguardia, Luxia renueva la experiencia de pintura del automóvil y refuerza la oferta de Ixell. Luxia UV ofrece resultados de una calidad notable y con un nivel de rendimiento mejorado: permite reducir los costes energéticos y aumentar la productividad del operario. Sabiendo que una cabina de pintura tradicional representa por sí sola el 75% del coste energético de un taller de carrocería, la nueva gama Luxia de Ixell permite reducir estos gastos gracias a su masilla, su aparejo en bote y su aparejo en aerosol.

La masilla de reparación fina Luxia U, adecuada para la reparación rápida, es un producto monocomponente, sin endurecedor, sencillo y también anticorrosión, adaptado a los procesos. De secado ultrarrápido por irradiación UV-A, Luxia U ahorra tiempo y energía, con un secado de 1 a 2 minutos frente a los 5 minutos



del método tradicional o por infrarrojos. En formato en tubo de 400 gramos, el producto permite el lijado inmediato después del secado, sin calentamiento del soporte, rapidez del proceso de reparación.

Por su parte, el aparejo convencional Luxia UV se presenta en dos versiones: aplicable con pistola (para reparaciones medias, sobre chapa desnuda o plástico, en bote de 1 litro) y en aerosol (para 'Spot repair', sobre chapa desnuda o plástico, en spray de 400 ml). Este producto monocomponente y anticorrosión, sin endurecedor ni dilución y listo para usar, se puede conservar en la pistola. De secado ultrarrápido por irradiación UV-A, Luxia UV se seca de 1 a 2 minutos frente a los 15-20 minutos del método tradicional o infrarrojos. También permite el lijado después del secado.

R-M

Gama UV-A, eficiencia energética y productividad

► Desde un secado mucho más rápido que consume menos energía a un mayor nivel de dureza, duración y resistencia química. La gama de productos UV-A de R-M destaca por su eficiencia energética, por ser una tecnología segura y más productiva, y porque supone una mayor protección del medio ambiente. Los tiempos de proceso para el taller son hasta el 25% más rápidos que el secado en cabina o por infrarrojos, lo que permite incrementar en un 40% la capacidad de trabajo.

Como media, los talleres consumen un 50% menos de energía en los trabajos realizados con tecnología UV-A de R-M, que también asegura un secado más rápido que el de cualquier otro sistema. Además, no hay necesidad de incluir endurecedores en los productos.

La radiación UV-A ofrece una gran reducción de las emisiones de VOC y CO2 durante el proceso de secado, de forma que su uso es más seguro y sencillo para los talleres y mucho mejor para el medio ambiente. Para el secado con UV-A se requiere menos energía y se produce menor temperatura en la superficie, lo que reduce la fase de enfriamiento y permite a los pintores pasar rápidamente a la siguiente etapa de la reparación. También significa que ya no es necesario calentar toda la cabina o el vehículo para el proceso de secado. Así es menor el riesgo de que se deformen las piezas de plástico durante el proceso de repintado.



La tecnología UV-A de R-M también aumenta la seguridad de los pintores. Las lámparas UV-A tienen un filtro que bloquea la radiación UV-B y UV-C para que sólo emitan longitudes de onda UV-A, las más rápidas de todas ellas. Además, si los pintores no se ponen directamente delante de las lámparas, prácticamente no se someten a ninguna exposición a la luz UV-A.

PPG

Innovación digital, sostenible y rentable

► El taller de chapa y pintura demanda soluciones que contribuyan a su sostenibilidad medioambiental y rentabilidad. Por ello, y en el marco de PPG Sustainability CO2ncept, PPG ofrece soluciones de producto y procesos que ayudan a potenciar el ahorro energético y rentabilidad del taller. Y lo hace con productos como el nuevo aparejo UV SPP3007, pero también con herramientas digitales, servicios y la formación necesaria para ayudar al taller a prosperar de una manera sostenible y energéticamente eficiente, como PPG LINQ, la solución digital de identificación de color de última generación, el espectrofotómetro PPG DigiMatch, el exclusivo software PPG VisualizID o la herramienta para la mezcla automatizada de pintura MoonWalk.

PPG ha desarrollado distintas tecnologías que se adaptan a las necesidades de cada trabajo y taller. OVM (One Visit Modifier) es un producto desarrollado para mejorar la eficacia del taller ofreciéndole la flexibilidad de poder elegir la forma preferida de aplicación en función de cada reparación, ya sea aplicación a una sola mano o aplicación estándar. Y todo ello manteniendo



las fórmulas de color, ya que el uso de esta tecnología no requiere cambiar el sistema de mezclas habitual del taller. Por su parte, el aparejo de secado rápido Air-Dry DP7000, fácil de aplicar y con grandes propiedades de lijado, proporciona un tiempo de secado muy rápido (30 minutos al aire) con una tecnología acrílica que no está condicionada al grado de humedad y que siempre ofrece un comportamiento idéntico (en contraposición a los aparejos poliaspárticos). En cuanto al barniz de alto rendimiento D8177, éste utiliza la tecnología más avanzada para lograr mejores acabados y ultrabrillantes con una sola aplicación. Gracias a sus ciclos ultrarrápidos de secado al aire, los aplicadores pueden optar por un secado a baja temperatura (40 °C) -libre de polvo

en 5 a 10 minutos y manejable después de 20-, o bien por un secado 'Eco' al aire (20 °C) más sostenible -libre de polvo en 20 minutos y manejable después de 1 hora-.

Destaca también el aparejo UV SPP3007, la última propuesta de PPG para ayudar al taller a acometer reparaciones rápidas y profesionales de forma fácil y eficiente aprovechando las ventajas de procesos de secado UV. El producto es compatible con los acabados y sistemas de color de las marcas, PPG, Nexa Autocolor y MaxMeyer, rápido y fácil de usar. Gracias a su tecnología de vanguardia, permite al profesional lijar la superficie en menos de 2 minutos de secado, en función de la lámpara UV usada, y se ha formulado para ser aplicado con pistola de pulverización.

ROBERLO

Gama Halley con tecnología UV

► Roberlo apoya los talleres para que incrementen continuamente su productividad. La gama Halley del fabricante está formada por la masilla UV20 y el fondo UV200, dos soluciones UV 1K con sello Blutech que destacan por su facilidad de uso y secado ultrarrápido, gracias a la tecnología de curado mediante rayos UV. La gama Halley está indicada para talleres con gran volumen de pequeñas y medianas reparaciones, que prioricen la eficiencia y la productividad, sin renunciar a un acabado de calidad. La masilla Halley UV20 también se caracteriza por su facilidad de lijado y buena adherencia sobre acero, aluminio, galvanizado y plásticos. Mientras, el fondo Halley UV200 destaca por su bajo contenido en COV, la mitad que un producto

convencional. Por su parte, Dual Matt es un barniz 2K que ofrece una gran versatilidad. Además del acabado mate, se puede mezclar con otros barnices de la gama de Roberlo, obteniendo resultados satinados con distintos niveles de acabado. Especialmente recomendado para pintados parciales, Dual Matt HS garantiza acabados duraderos y de elevada calidad.

Por otro lado, la gama Unix de Roberlo ofrece diferentes opciones de barnices de alto contenido en sólidos (HS) con propiedades que evitan los arañazos. La novedad más reciente de la compañía es Unix 550, un barniz rápido en su aplicación y secado. También destaca su consumo menor comparado con los barnices HS convencionales y su poder de brillo.



AXALTA

Nueva generación de la tecnología FCLE

► El sistema patentado de última generación de productos de pintura y barniz de secado rápido a baja temperatura de Axalta, conocido como Fast Cure Low Energy (FCLE), ofrece una calidad de reparación mejorada con una mayor productividad, lo que se traduce en mayores beneficios para los talleres, además de una potencial reducción del consumo de energía durante el secado. Axalta ofrece el sistema FCLE a través de sus marcas de pintado de alta gama Cromax (Sistema Ultra Performance Energy), Spies Hecker (Speed-TEC) y Standox (Sistema Xtreme). Por un lado, el nuevo barniz no requiere activar la base bicapa, lo que facilita y agiliza su aplicación. Presenta un acabado robusto, resistente a los arañazos y a productos químicos, con mayor durabilidad para cumplir con las especificaciones de

los OEM, lo que ofrece a los talleres más oportunidades para utilizar el sistema FCLE, incluyendo reparaciones en garantía del fabricante. La proporción de mezcla y la aplicación del nuevo barniz son idénticas a las del sistema FCLE anterior pero no requiere un aditivo flexible para piezas de plástico. Con un secado corto a baja temperatura y con mejores propiedades de secado al aire, el barniz puede reducir aún más la huella de carbono de los talleres, a la vez que contribuye a un mayor rendimiento.

Por su parte, el aparejo de nueva generación mantiene la alta productividad y el rendimiento de los anteriores aparejos FCLE, pero también reduce la complejidad para los talleres al combinar opciones de lijado y no lijado en un sólo producto. Los pintores ya no tienen que elegir entre un



producto de lijado o húmedo sobre húmedo. Esto ofrece la ventaja añadida de que los talleres puedan disponer de menos stock, simplificando tanto el proceso de pedido como el de aplicación.

El sistema FCLE mejorado ofrece a los pintores un ahorro de hasta un 50% en gas y hasta un 48% en electricidad gracias al secado al aire o de baja temperatura. El nuevo FCLE permite a los talleres encontrar el equilibrio entre velocidad y bajo consumo energético sin comprometer el acabado.

SINNEK

Alto rendimiento para el taller

► Con un firme compromiso por ofrecer soluciones avanzadas al sector de la carrocería, Sinnek continúa trabajando en ampliar su gama de barnices y productos especiales diseñados para optimizar los procesos de reparación y mantenimiento de vehículos, aportando mayor eficiencia, sostenibilidad y calidad en los acabados.

El Barniz Cerámico Plus CC/1800 es un producto diseñado para ofrecer una gran velocidad de endurecimiento y secado al aire, además de aportar una dureza diferencial a la superficie. El barniz CC/1800 permite elevar la eficiencia de la reparación, gracias a la posibilidad de manipular y pulir el vehículo tan sólo una hora después de su aplicación, sin necesidad de calor en cabina. Su facilidad de aplicación y versatilidad hacen de este barniz una opción ideal tanto para aplicaciones parciales como para el barnizado completo de vehículos, ofreciendo un rendimiento regular y consistente incluso a diferentes temperaturas y épocas del año.

Además, el barniz CC/1800 ha sido reforzado este año con el lanzamiento del nuevo aditivo acelerante AC/1650, diseñado para acelerar el endurecimiento y reducir los tiempos de manipulación y lijado. En condiciones de secado a temperatura ambiente (20 °C), el uso del aditivo AC/1650 permite reducir los tiempos de secado del barniz CC/1800 hasta en un 66%, tanto a temperatura ambiente como con infrarrojos o cabina.

Dentro de su apuesta por la eficiencia energética y la sostenibilidad, Sinnek también cuenta con el aparejo en spray SPF/UV,



un producto de secado ultravioleta indicado para procesos de reparación rápida. Su tiempo de secado corto [a partir de 30 segundos en función del espesor de capa y lámpara], con lámpara UV y sin necesidad de calor, permite agilizar el proceso de aparejado y reducir el consumo energético. El spray SPF/UV destaca por su fácil aplicación en formato spray monocomponente, sin necesidad de catalizador, y por su versatilidad de aplicación con adherencia sobre distintos sustratos como cataforesis, acero galvanizado, electrozincado, aluminio o plásticos.

Por otro lado, Sinnek ofrece el barniz mate CC/1764 para vehículos con sistemas bicapa que proporciona una gran resistencia al rayado y a agentes químicos (gasolina), además de una aplicación sencilla y un comportamiento estable en exteriores. Permite también ajustar el nivel de brillo deseado mediante mezclas con otros barnices de la gama, como el CC/1758 o el CC/1700, siguiendo las proporciones indicadas en ficha técnica para obtener distintos grados de satinado.

SINNEK

THE COLOR REVOLUTION

SINNEK

SINNEK, la **marca de pintura Premium** para carrocería comprometida con la calidad, la eficiencia, la tecnología y el color.

Un producto **desarrollado por especialistas para especialistas** que buscan garantía, seguridad y la más alta rentabilidad.

SINNEK. THE COLOR REVOLUTION



www.sinnek.com

RECAMBIO CERTIFICADO CZ

Dentro del amplio y variado mercado de recambios de carrocería, la certificación de productos por entidades de reconocido prestigio es clave para aquellos clientes que buscan diferenciarse por la calidad de sus productos.

Centro Zaragoza cuenta con una amplia experiencia en la verificación de las características técnicas y la calidad de los recambios de carrocería.

Las piezas certificadas bajo el esquema estándar de Centro Zaragoza se someten a exigentes ensayos y pruebas que evalúan desde los materiales de fabricación y su adaptabilidad al vehículo hasta su funcionalidad, distinguiendo a los recambios que superan las mayores exigencias de Centro Zaragoza. El esquema de certificación "Estándar CZ" supone un desafío para aquellas piezas de carrocería que optan a conseguir la distinción como "Pieza certificada CZ" por Centro Zaragoza y poder incorporar la deseada etiqueta amarilla. Este esquema de certificación reconoce a una pieza como recambio de "calidad equivalente" (matching quality) al del constructor del vehí-

culo, conforme a lo recogido en el Reglamento N°461/2010 de la Comisión Europea.

La marca "Pieza certificada CZ" se ha convertido en una referencia de calidad y confiabilidad a nivel internacional, por la que apuestan tanto fabricantes de recambios como

La certificación estándar CZ de recambios incluye ensayos de producto y auditorías a las factorías de producción

distribuidores nacionales e internacionales. Los fabricantes que se dirigen a Centro Zaragoza para certificar sus productos tienen como objetivo demostrar la calidad de sus productos, y dar visibilidad a su compromiso para ofrecer al mercado los productos de mayor calidad distinguiéndose del resto de competidores.

Esta certificación se fundamenta en verificar el cumplimiento de los requerimientos técnicos marcados por Centro Zaragoza, que incluyen diferentes aspectos relacionados con el material de fabricación, la apariencia y acabado de la pieza, su geometría y buena adaptabilidad al vehículo, los recubrimientos aplicados a su superficie, y varios controles adicionales aplicables según el tipo de pieza y funcionalidad de ésta. Además de estos requerimientos de producto, también se verifica la idoneidad del sistema de gestión de calidad implantado en las instalaciones del fabricante. Para ello, se realizan auditorías programadas a cada uno de los centros de producción.

Proceso de certificación

Para comprobar el cumplimiento de los requisitos técnicos, Centro Zaragoza somete a varias muestras de la pieza a una serie de rigurosas pruebas y ensayos. Los resultados obtenidos se plasman en los informes de laboratorio que pasan a ser analizados y valorados por el Comité de certificación de Centro Zaragoza, el cual decide la concesión o denegación de la certificación de la pieza, en función de los resultados obtenidos.

El procedimiento de certificación se inicia cuando el fabricante remite a



ESQUEMA DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN



Centro Zaragoza el documento de solicitud debidamente cumplimentado, junto con la documentación pertinente sobre la pieza: cuestionario descriptivo del producto, cuestionario de información del fabricante y todas las fichas técnicas, planos, certificados de materiales, y cuantos documentos se consideren de interés.

El requisito de partida para comenzar el proceso es que el fabricante debe tener implantado un sistema de calidad de la familia ISO 9000 o equivalente en su organización. A continuación, se realiza una auditoría o visita inicial a la planta de producción del recambio.

En esta auditoría se evaluará el nivel de confianza que presenta el proceso productivo general y en concreto y de modo exhaustivo se revisan todas las fases de fabricación que atañen a la pieza objeto de ser certificada.

Al mismo tiempo, se realiza el grupo de pruebas y ensayos a varias muestras de la pieza solicitante. Para cada tipo de pieza (aletas delanteras, paragolpes, capós,...)

Un recambio con la etiqueta amarilla de Pieza certificada CZ es sinónimo de calidad y fiabilidad

Centro Zaragoza ha asignado una batería de ensayos según la funcionalidad de la pieza, que pueden incluir incluso la realización de crash-test de impacto para piezas como los paragolpes y el capó.

Finalmente, los informes resultantes de las pruebas y ensayo, junto con los resultados de la auditoría de fábrica son analizados por el Comité de certificación que decidirá si es procedente o no conceder el derecho al uso de la marca de "Pieza certificada CZ".

Esta certificación se revisará en el tiempo sometiendo periódicamente tanto a la pieza como al centro de producción a revisiones programadas, verificando que se siguen cum-

pliendo los requisitos de certificación iniciales.

Según lo expuesto, los aspectos que llegan a verificarse en una pieza que opta a este esquema de certificación, suponen el sometimiento hasta más de veinte ensayos y pruebas, un proceso laborioso y exigente que no todas las piezas llegan a superar. Una "Pieza certificada CZ" es sinónimo de calidad y de excelencia por la que apuestan algunos fabricantes, que para reconocer el esfuerzo que dedican a la fabricación con estos estándares de calidad, se les concede el derecho al uso de la marca CZ. Esta marca específica se materializa a través de una etiqueta amarilla adhesiva para colocar sobre el producto, que incluye el logo de Centro Zaragoza en color azul, CZ, y el texto de "Pieza certificada" en varios idiomas, incluyendo una numeración exclusiva para cada etiqueta impresa.





PRUEBAS Y ENSAYOS CERTIFICACIÓN CZ

Las pruebas y ensayos a los que se someten las piezas se realizan para comprobar que las características técnicas que presentan son las adecuadas para considerarse piezas “funcionalmente equivalentes”. De esta forma, se han agrupado los ensayos en grupos que caracterizan cuatro aspectos fundamentales:

- › **Material.** El material utilizado para la fabricación de la pieza influye directamente en su comportamiento mecánico, por tanto, es un factor a considerar muy importante. Para ello, se analizan magnitudes tales como el espesor y la masa de la pieza, o propiedades específicas del material utilizado para su fabricación como el límite elástico o la carga de rotura, en el caso de aceros, o la estabilidad climática o el envejecimiento, para el caso de los materiales plásticos. Así mismo, también se analizan aspectos tales como su composición química o su aptitud frente a la deformación plástica.
- › **Control de la pieza.** La apariencia exterior, ajuste y acabado superficial que presente la pieza de recambio una vez colocada en el vehículo, incide directamente en la calidad obtenida en la reparación, por lo que será necesario verificar su adaptabilidad, y estética final. A tal efecto se valorarán aspectos tales como su presentación, geometría, acabado superficial, tiempo de montaje en el vehículo, procesos de trabajo utilizados, posicionado o ajuste de la pieza, y funcionalidad.
- › **Control de recubrimientos.** Para las piezas fabricadas con chapa de acero, las propiedades de los sistemas de protección y la resistencia a la corrosión que presenten son una cualidad muy importante a valorar y contrastar. Para ello, se realiza la verificación de las propiedades de la película de pintura que se utilice como recubrimiento, evaluando características como su espesor, adherencia, dureza, resistencia al cuarteamiento o resistencia a la corrosión en cámara de niebla salina. Para las piezas en materiales plásticos que incorporan recubrimientos también se realizan ensayos de adherencia, resistencia al lavado a alta presión y resistencia a los disolventes.
- › **Controles adicionales.** Para completar la verificación de las piezas es necesario, por un lado, analizar el comportamiento mecánico de la pieza en su conjunto, y por otro, comprobar los componentes adicionales que éstas pueden incluir y que influyen directamente en su calidad y su comportamiento. En este apartado se realizan controles tanto al conjunto de la pieza como a los refuerzos, subestructuras y elementos de anclaje que incluyen, en lo que se refiere a su localización, acabado y comportamiento, y también en lo concerniente a los sistemas de unión utilizados como soldaduras, adhesivos, etc. Como ya se ha comentado anteriormente, para determinadas piezas según su funcionalidad, como los paragolpes y capós, se realizan crash-test de impacto para comprobar su comportamiento mecánico.



En el mercado existen varias certificaciones, de mayor o menor exigencia, que el cliente debe valorar para decidir el nivel de calidad que desea

Otra opción de marca que dispone el fabricante es la impresión de una marca con el texto “Pieza certificada” y el logo azul de CZ sobre el producto o el embalaje.

Como conclusión, las piezas de recambio de carrocería certificadas según el esquema estándar CZ, han sido sometidas a las exigencias más altas marcadas por Centro Zaragoza para considerarlas piezas de “calidad equivalente” al constructor. En estas piezas se han verificado los materiales de fabricación, el acabado y la adaptabilidad de la pieza al vehículo, los recubrimientos protectores y hasta pruebas de crash-test según la tipología de la pieza. En el mercado existen numerosas certificaciones, de mayor o menor exigencia, que el cliente debe analizar en profundidad para conocer qué cualidades ofrecen, y de esta forma decidir qué nivel de calidad desea. La máxima calidad se verifica a través de esta certificación que no todas las piezas llegan a conseguir.

Apostar por la calidad del recambio certificado CZ es alinearse con la excelencia. ●

Lorem ipsum

CURSO ESPECIALISTA

Peritación Seguros de Automóviles



100% Online

Plataforma 100% online, favoreciendo la flexibilidad horaria y la conciliación



463 horas

Casos prácticos y apoyo tutorizado.
7 meses de duración



Convocatoria abierta

PLAZAS LIMITADAS
21 de octubre de 2025
al 16 de mayo de 2026

• Programa Formativo •

01. Legislación en materia aseguradora.
02. Técnica del automóvil, procesos de reparación.
03. Sistemas tecnológicos de valoración de siniestros.
04. Actuación pericial específica.

¡Reserva tu plaza!

Más Info:

T. 976 549 690

cursos@centro-zaragoza.com

www.centro-zaragoza.com



Cátedra Centro Zaragoza
Universidad Zaragoza



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



Intervención final del pintor para eliminar los daños por granizo

Levantar para pintar

Las fuertes tormentas de granizo suelen causar importantes daños sobre los vehículos; techos, capós y portones son las piezas de la carrocería más afectadas, con abolladuras en su superficie

Ante estas situaciones, surge la figura del varillero, artesano que se dedica a recuperar las deformaciones en la carrocería mediante técnicas que evitan o minimizan la clásica intervención del chapista y pintor en el taller. El resultado de su trabajo se enmarca en una de estas dos categorías: levantar para pintar o salvar. Si bien, cabe la posibilidad de que algunas piezas presenten daños de tal intensidad que no puedan repararse y deban reemplazarse.

El varillero se sirve de la reflexión de una luz proyectada sobre la superficie en la que trabaja, que pone de manifiesto la deformación y el progreso de su intervención. Con la ayuda de diferentes tipos de varillas ejerce presión desde la cara interior de la carrocería del vehículo sobre determinados puntos clave para recuperar la deformación; también usa martillos que no dañan la pintura del vehículo para rebajar los excesos provocados y equipos de tracción con ventosas y diferentes tipos de adhesivos.



► **Levantar para salvar.** Cuando se habla de una intervención de levantar para salvar, se espera que la operación finalice con la intervención del varillero. En su conjunto, el vehículo puede quedar más o menos perfecto, aunque puntualmente puede presentar daños muy superficiales que haya que corregir a través de procesos de recuperación del brillo. Estas intervenciones no precisan de la mano del pintor.

► **Levantar para pintar.** Cuando se realiza un trabajo de levantar para pintar está implícita la participación del pintor profesional para corregir pequeños desniveles superficiales y reponer las capas de pintura necesarias para recuperar todo desnivel. Esta doble actuación, en todo caso, permite ahorrar tiempos y, sobre todo, materiales de pintura, por cual sigue siendo un proceso más sostenible. Así, tras la intervención del varillero debe intervenir el pintor, pero ¿en qué grado? ¿Y cómo se debe proceder? En general, se presentan varias posibilidades de intervención para recuperar las deformaciones residuales y restaurar la uniformidad superficial; será preciso alcanzar la base del daño para eliminar los desniveles. De menor a mayor grado de intervención, diferenciamos entre los siguientes procesos:

Levantar para pintar. Posibles formas de intervención

- Abrillantado
- Pulido + abrillantado
- Lijado fino
- Afinado superficial
- Mateado de la superficie
- Lijado de fondos

Abrillantado. La superficie debe estar perfectamente nivelada, pues el producto abrillantador, que contiene partículas microabrasivas, solo elimina rayas muy finas y superficiales, que dan un aspecto ligeramente mate a la superficie.

Pulido y abrillantado. Los pulimentos contienen pequeñas partículas abrasivas que eliminan imperfecciones de la superficie del barniz. Los pulimentos de corte intenso corrigen rayones de cierta entidad, defectos de pintura y deformaciones muy superficiales.

Lijado fino. El lijado fino se realiza mediante abrasivos del tipo P1500, P2000, P3000 y más finos. Con estos procesos se mantiene la capa de barniz, de la cual solo se eliminan algunas micras de su espesor. Es necesario que el vehículo disponga de una capa de barniz suficiente en relación con el desnivel provocado al recuperar la abolladura.

Afinado superficial. El afinado se realiza con abrasivo de gama P800 como paso previo a la posterior aplicación de color y barniz o bien solamente esta última capa, según el alcance de las deformaciones residuales.

Mateado de la superficie. El mateado con P500 implica la reposición de color y barniz.

Lijado de fondos. Cuando es preciso ahondar en las capas internas de la pintura para alcanzar la base del desnivel se usarán diferentes abrasivos. En general, será necesario aplicar masilla de relleno, aunque sea de forma puntual, e incluso re-enmasillar.

En Cesvimap se han analizado vehículos en los que expertos varilleros han eliminado daños de granizo de diferente entidad con diferentes resultados de levantar para pintar o levantar para salvar.

El análisis se ha centrado en la verificación de estas reparaciones con el objetivo de investigar la necesidad de realizar trabajos de pintado posteriores y comprobar el grado de intervención necesario.

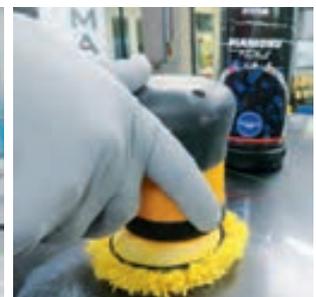
Levantar para salvar

Si bien estas operaciones las terminaría el varillero con un pulido y abrillantado, en algunos casos es preciso realizar algunas operaciones adicionales para que las superficies queden perfectamente niveladas. En algunos daños pequeños se ob-



servan mínimas deformaciones en el relieve superficial de la zona donde se ha trabajado que afectan a la capa de barniz. Éstas se pueden eliminar con lijado fino (1500) o muy fino (P2000), seguido de un pulido a máquina y el posterior abrillantado.

Cuando se actúa sobre daños grandes, las deformaciones superficiales resultantes son algo más visibles y hay mayor dificultad en su eliminación. En estos casos, hay que trabajar con mayor grado de detalle para evitar alcanzar la capa de color.





Además, si el vehículo no dispone de una capa de barniz con suficiente espesor, el lijado fino puede ser perjudicial para esta capa y puede ser necesario reponerla.

Levantar para pintar

En los daños pequeños levantados para pintar, se ha recuperado el nivel superficial con un mateado de la capa de barniz (P800) para una aplicación mínima de color o únicamente de barniz, como en este caso, dependiendo del trabajo del especialista y del estado de la pintura original.



En los daños grandes levantados para pintar, el varillero no termina perfectamente el desabollado; esto se puede observar mateando la superficie con P500.



A continuación, se evalúa la necesidad de intervención. En zonas concretas, se necesita lijar más a fondo y aplicar masilla de relleno e, incluso, reenmasillar. En algunos daños se observa que la chapa se ha estirado y, al no estar recogida, puede acarrear problemas en el relieve de la pieza. En otros de los daños se ha observado que el relieve de la reparación está más alto (cresta) que el resto de la pieza, lo que indica que la reparación de carrocería no está terminada.

En resumen, en los trabajos de levantar para salvar puede ser necesaria la intervención posterior del pintor; por lo general, serán necesarios trabajos superficiales conservadores, pero puntualmente podría necesitar un pintado superficial. Cuando el proceso es levantar para pintar, la intervención del pintor es necesaria siempre y, por lo general, lleva implícita la aplicación puntual la masilla, cuando no la necesaria intervención de un chapista para terminar por acondicionar la superficie, previamente a su pintado.

