

# El Periódico

 **serca**  
www.serca.es

**DEL TALLER**

**93**

**Los 'JOFES'.  
Las nuevas generaciones de SERCA**



## CALIDAD EXCEPCIONAL

Nuestras piezas de Dirección y Suspensión están diseñadas, probadas y fabricadas internamente para cumplir con los altos estándares del control de calidad. Todas ellas respaldadas por una garantía de 3 años. Las nuevas innovaciones de ingeniería hacen de MOOG el mejor producto hasta la fecha.

**El mayor confort en conducción y excepcional durabilidad.**



©2018 Federal-Mogul Global Aftermarket EMEA, BVBA. MOOG es una marca registrada propiedad de Federal-Mogul LLC, o una o más de sus subsidiarias, en uno o más países.

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



**Va más allá.**

PRMM01901\_E

**12 ACTUALIDAD**  
Las noticias más relevantes del sector para contar con la mejor información de lo que está pasando.

**42 YO, EL TALLER**  
Las de Talleres J&J Cars es la historia del éxito del trabajo en equipo. Entre sus socios y con su distribuidor, Recambios del Olmo.

**24 PROVEEDOR**  
David Bassas, Luis Romero y Carlos García son, junto a su equipo, los artífices del enorme éxito reciente de NGK-NTK en Iberia.

**28 PROVEEDORES**  
Las noticias de los fabricantes proveedores del Grupo Serca.

**21 SOMOS NOTICIA**  
La actualidad de Serca, sus socios y redes de talleres.

**14 REPORTAJE**  
El Serca Digital Meeting: el congreso online que marcó un antes y un después.

**46 NEXUS AUTO**  
Sergi Moreno es el gerente de SM Automoció, un taller con un gran presente y, sobre todo, un prometedor futuro.

**52 PROFESIONAL PLUS**  
Talleres Isaac es la historia de la ambición personal de su gerente, Isaac López

**62 CONVIENE SABER**  
Información técnica sobre producto contada por los propios fabricantes.

ENE-MAY 2020

**Edita** Consejo de Redacción: Consejo de Administración/Consejo Consultivo; Lluís Tarrés, director general; Carmelo J. Pinto, gerente; Marc Blanco, director de Operaciones; Carlos Palancar, responsable de Redes de Talleres y Maquinaria  
 C/Maestro Juan Corrales, 59-61, 08950 Esplugues de Llobregat (Barcelona)  
 Teléfono: 93 475 71 00 Fax: 93 475 71 01 email: comunicacion@serca.es - serca.es

**Realiza** Editor: Miguel Ángel Prieto Redactor Jefe: Carlos G. Pozo  
 Redacción: Esther G. Del Río, Irene Díaz, Laura Cotobal Fotografía: Piero Schiavo, Juanjo JAQ Diseño: Juan B. Pizzarelli Calle Carpinteros, 6. Oficina 25, 28670, Villaviciosa de Odón (Madrid) Teléfono: 91 616 19 12 email: prensa@autopos.es  
 autopos.es - lacomunidadeltaller.es Imprime: Nueva Imprenta Depósito legal: M-17659-1999



## En la adaptación está la clave

**E**n mi opinión para el sector del recambio y la reparación de automóviles, así como para sociedad en general, el Covid del 2020 ha supuesto un punto de inflexión, provocando un desvío en los horizontes y tendencias hacia donde se dirigía el sector, que tenían un aspecto mucho más oscuro e irracional del que se presenta con este cambio de dirección.

A corto plazo se presentan oportunidades como la ralentización del cambio de tecnología del automóvil, frenazo

en el cambio de los modelos de propiedad, transporte público y vehículo compartido. También provocará un cambio en el concepto de “coche para usar y tirar” que han implantado en los últimos tiempos algunos fabricantes asiáticos, tendencia que es fatídica para los intereses de reparadores y recambistas. A nivel empresarial la evolución hacia un mercado más global y digital provocará un ajuste todavía más drástico de los márgenes de venta de todas las empresas incluidos los reparadores, por lo que será imprescindible tener muy medidos y contenidos los costes de explotación para lograr que la rentabilidad sea positiva. Para aprovechar esas oportunidades que se presentan será necesario, más que nunca, trabajar con la cabeza y no con el corazón, para buscar la máxima eficiencia y sacar los máximos rendimientos a los recursos de

que se dispongan; ya que, entre otras cosas, los costes laborales y presión fiscal se dispararán para las empresas el año que viene. Las generaciones anteriores ya han vivido la evolución continua de la automoción de lo analógico a lo electrónico y ahora nos toca a nosotros vivir el siguiente cambio de lo electrónico a lo digital, y su experiencia de haber vivido esta evolución puede marcar el camino para afrontar el siguiente paso. El mundo avanza cada vez más deprisa y cada vez con más inercia por lo que las evoluciones que antes tardaban décadas en producirse ahora se producen en plazos mucho más cortos de tiempo por lo que hay que estar muy vivo y con los ojos muy abiertos para afrontar con éxito estos cambios que irremediabilmente se producirán, y la capacidad de adaptación de las empresas será la clave del éxito



**Eusebio Ochoa Míguez**  
RECAMBIOS OCHOA

## La nueva generación Serca



**Juan José Mateos Vivas**  
REPUESTOS PLASENCIA

**L**levamos tanto tiempo hablando de la Nueva Generación Serca que, prácticamente, ya ha dejado de ser nueva. En la mayor parte de los casos, hablamos de personas que ocupamos hoy, en nuestras empresas, puestos de responsabilidad, de toma de decisiones, las cuales abordamos siempre teniendo en cuenta el consejo de nuestros predecesores (padres, suegros, tíos...) pero siendo conscientes de la vertiginosa velocidad con la que se producen los cambios en el sector de la postventa de automoción, lo que obliga a una mente abierta para adaptarse. El programa JOFES (Jornadas de Formación Especializada), que el grupo Serca creó para cuidar especialmente a sus jóvenes valores, terminó por consolidar un grupo de personas afines en necesidades e inquietudes, entre las cuales se han creado y se siguen creando vínculos también de amistad, exactamente igual que ocurrió en su momento con la primera generación Serca y cuya camaradería es tan

característica de nuestro grupo. Quizás la mayor diferencia entre aquel grupo y este es que la presencia femenina es ahora mucho mayor, lo cual debería no ser reseñable, pero que es algo que aún hoy hay que poner de relieve. Aunque los contactos personales ahora no existen debido a las restricciones por la pandemia, el contacto entre nosotros es diario por grupos o conversaciones de whatsapp, llamadas o videollamadas, o en formaciones online comunes. Entiendo que así debe ser, porque, aunque cada uno conviva con su realidad diaria y las particularidades del mercado en su zona de actuación, juntos nos tendremos que enfrentar a retos y cambios que afectarán a todos, como pueden ser los ya consabidos consolidación, electrificación, digitalización, la crisis por la pandemia... y los que vayan surgiendo por el camino. En resumen y en mi opinión, la Nueva Generación Serca aúna lo mejor del pasado reciente,

habiendo heredado la resiliencia, la capacidad de adaptación y la imaginación para ser, juntos, referentes en un mercado nacional del recambio donde no había nada escrito, y del presente, con mucha formación e ilusión en prosperar donde algunos dicen que ya está todo inventado. Respecto al futuro, aquí estamos para afrontarlo, pero mientras tanto nos seguiremos preparando lo mejor que sepamos, pues, en palabras de Shakespeare: No está en las estrellas mantener nuestro destino sino en nosotros mismos.

## Mantener viva el alma de las empresas

Una de las características del sector del recambio es la implicación familiar en las empresas. Todos y cada uno de los distribuidores tienen una historia y dentro de la misma, existe como mínimo un cambio generacional. Esto hace que las empresas no sean simples negocios, sino que tengan alma. Serca está compuesto por un pedacito del alma de cada uno de nuestros socios y fruto de esta unión ha surgido un grupo llamado JOFES, formado por las nuevas generaciones de las empresas del grupo. El objetivo de "JOFES", siglas que provienen de "Jornadas de formación especializadas", es mantener y fortalecer la relación entre los distribuidores, a través de reuniones y actividades formativas promovidas por Serca. Hay que reconocer que según con quién hablemos, el papel de las

nuevas generaciones a veces incluso puede llegar a asustar, ya que es difícil aceptar que alguien más joven pueda llevar a cabo estrategias innovadoras que resulten exitosas, en un negocio que ha funcionado bien, haciendo siempre lo mismo. De forma resumida, algunos piensan que "más vale malo conocido que bueno por conocer". Lo que hay que tener claro es que un cambio generacional en la empresa implica también un cambio generacional en el cliente, así que, asumir que "hacer lo de siempre" ya no resulta efectivo y mucho menos igual de beneficioso, es la clave para dejar paso a los que están formados y vienen con ganas de aplicar sus conocimientos sobre todo en sus propias empresas, demostrando así que el cambio trae consigo el progreso.

En nuestro sector se están produciendo cambios como la electrificación y el vehículo conectado, la digitalización de los procesos de negocio, la transformación digital que nos lleva a la venta online o e-commerce, el carsharing por encima del vehículo privado, todo lo que hace muy poco tiempo nos hubiera parecido imposible, pero que hoy está a la orden del día. Los cambios son inevitables, y no por ello significa que vayamos a perder lo que hemos construido en el pasado, sino que el futuro puede ser incluso más prometedor si los aceptamos y dejamos que unos nuevos actores, llámalos Millennials, llámalos Generación Z, se encarguen de desarrollar y poner en práctica nuevas estrategias, que solamente ellos sabrán adaptar al nuevo mercado.



**Aranca Negru**  
COORDINADORA  
INTERNACIONAL DEL  
GRUPO SERCA

## Cambio Generacional



**Ignacio Lomillo Recio**  
LOMIMAR S.L.  
(RECAMBIOS PAJARILLOS)

Mi incorporación en la empresa de mi padre y mi madre fue del todo ocasional e inesperada, he de decir que fue un momento difícil pues siempre habíamos hablado mi padre y yo de no trabajar juntos, pero por causas de la vida aquí estoy. Un paso del que no me arrepiento lo más mínimo y del que he de dar las gracias. Mi padre Ángel me ha enseñado todo lo que sé del recambio y de la empresa, ha sido mi facultad y profesor. Es un sector en el que todos los días aprendemos más y más y en el cual no puedes parar de investigar, aprender e intentar estar a la última. Creo que por eso todos los que estamos en este mundillo no dejamos de hacer funcionar la cabeza ni un solo minuto al día.

Con todos los conocimientos y habilidades que me ha sabido dar mi padre, y mi toque personal, hemos conseguido que nuestra empresa siga funcionando, habiendo además puesto en marcha numerosos proyectos para conseguir llegar mejor a nuestros clientes. Servicio, trato personal y buscar y saber adaptarte a las necesidades de cada cliente son los valores en los que trabajo diariamente para conseguir que nuestra empresa tenga un proyecto de futuro. Tenemos un proyecto con el que estamos muy ilusionados y sabemos que nos va a aportar un gran valor a toda la empresa: nos hacía falta un cambio, este año tan "diferente" nos ha retrasado un poco los planes y proyectos que teníamos, pero bueno, ya

está aquí, ya queda menos (jaja). Con ganas, esfuerzo y constancia sé que vamos a poder ofrecer a nuestros clientes una nueva, renovada y mejor versión de nuestra empresa, con la que sé que van a estar satisfechos de formar parte, porque al final sin su apoyo y sin ellos no sería posible.

Patrocinadores



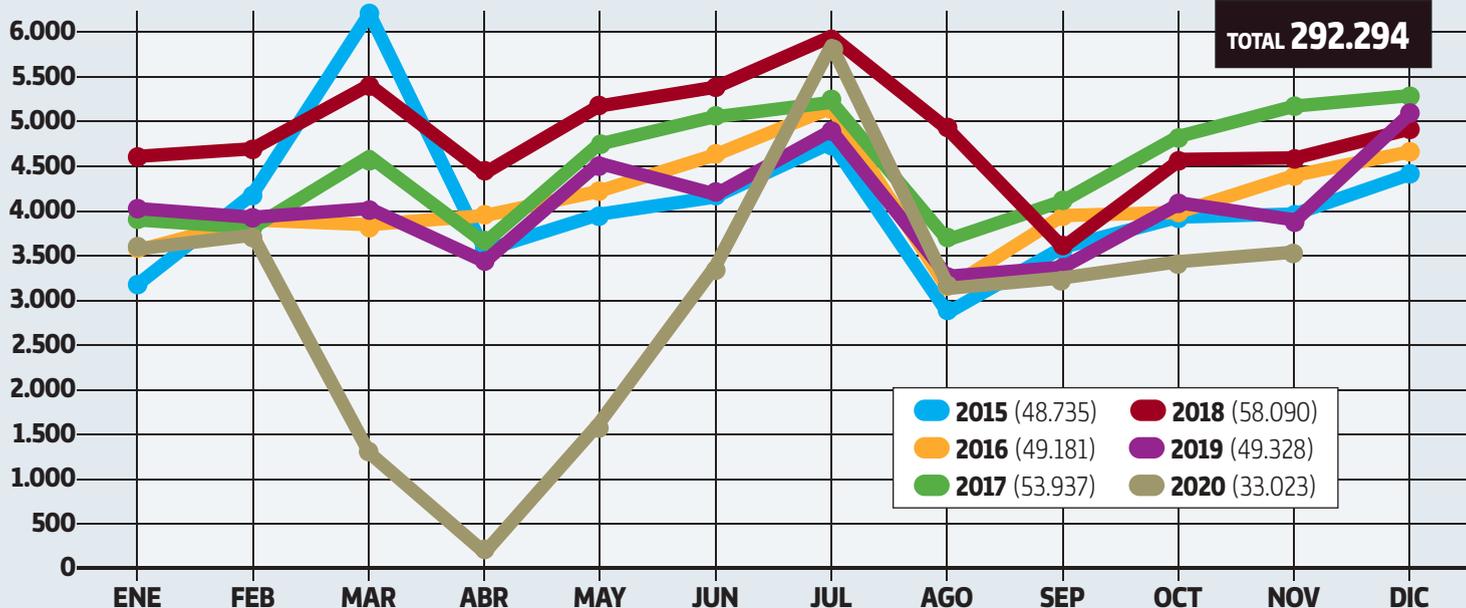
# en cifras

## ¿Qué se matricula en...?

FUENTE estadisticacoches.com

Valencia y Zaragoza son las dos provincias analizadas en esta ocasión. Hacemos un repaso por lo matriculado desde 2015 hasta noviembre de 2020.

### Valencia: Evolución matriculaciones por año



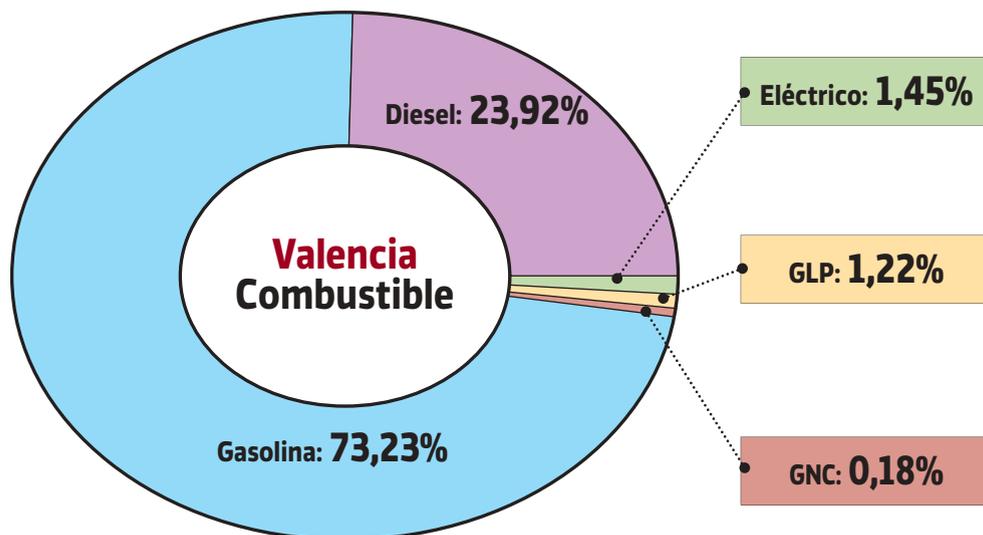
MES	2015	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL	MES	2015	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
Ene	3.182	3.576	3.873	4.569	4.016	3.586	<b>22.802</b>	Jul	4.713	5.108	5.237	5.923	4.808	5.821	<b>31.610</b>
Feb	4.226	3.871	3.847	4.601	3.954	3.662	<b>24.161</b>	Ago	2.854	3.103	3.656	4.850	3.318	3.182	<b>20.963</b>
Mar	6.112	3.801	4.550	5.431	4.010	1.350	<b>25.254</b>	Sep	3.584	3.936	4.183	3.563	3.726	3.192	<b>22.184</b>
Abr	3.552	3.999	3.681	4.446	3.461	160	<b>19.299</b>	Oct	3.983	3.968	4.802	4.515	4.169	3.438	<b>24.875</b>
May	3.972	4.159	4.722	5.261	4.588	1.605	<b>24.307</b>	Nov	3.990	4.422	5.074	4.543	3.907	3.544	<b>25.480</b>
Jun	4.157	4.628	5.101	5.435	4.297	3.483	<b>27.101</b>	Dic	4.410	4.610	5.211	4.953	5.074	-	<b>24.258</b>

### Por tipo de motorización

¿Qué tipo de propulsión se está matriculando en 2020?

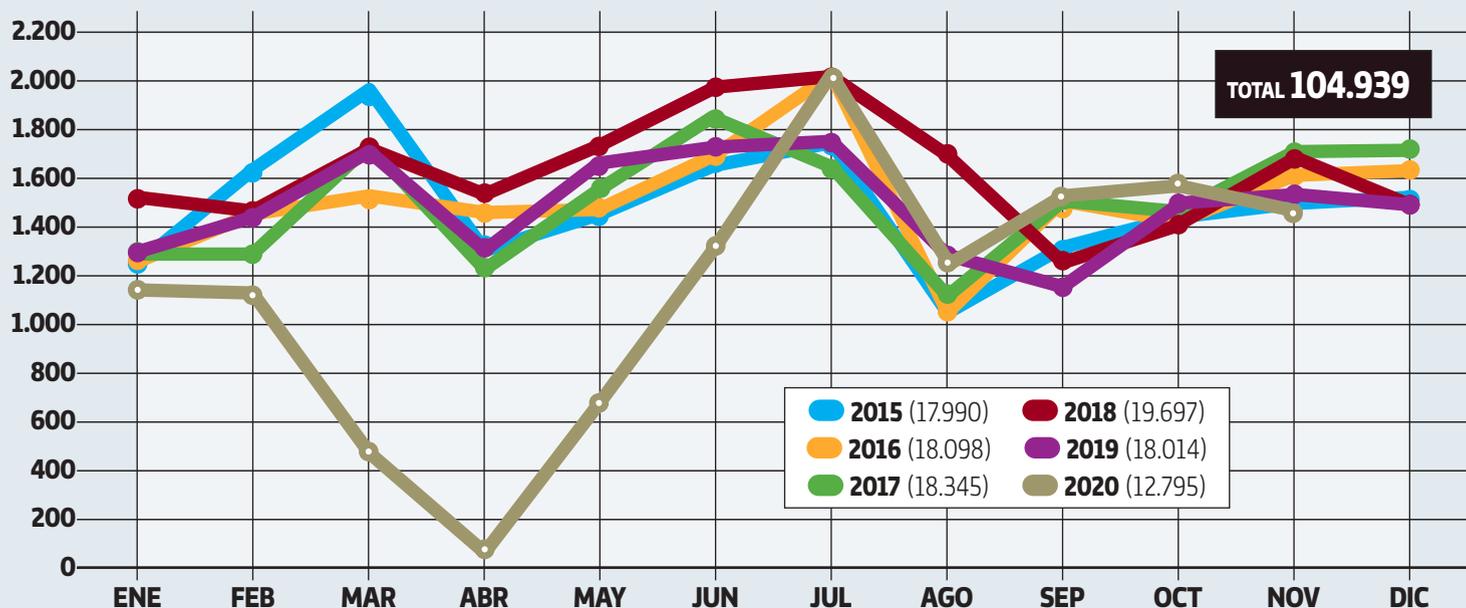
Un año particularmente extraño por el coronavirus en el que sin embargo continúa la tendencia del incremento en la venta de vehículos gasolina. La combustión sigue siendo, con mucho, la motorización predominante.

Tipo	Cantidad	%
Diesel	7.899	23,92
Eléctrico	480	1,45
Gasolina	24.184	73,23
GLP	402	1,22
GNC	58	0,18
<b>Total:</b>	<b>33.023</b>	<b>100</b>





### Zaragoza: Evolución matriculaciones por año



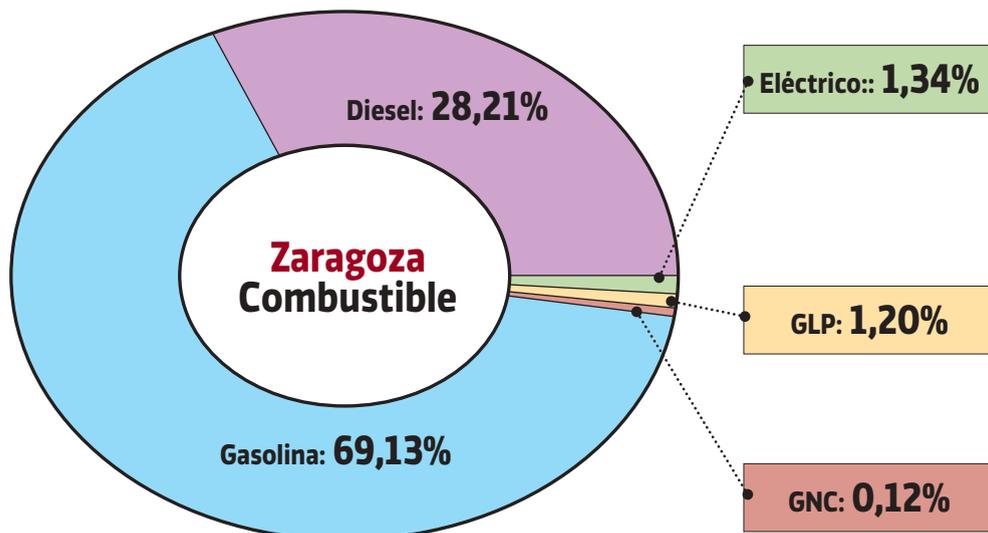
MES	2015	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL	MES	2015	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
Ene	1.220	1.245	1.359	1.516	1.279	1.153	<b>7.772</b>	Jul	1.787	2.064	1.647	2.066	1.769	2.008	<b>11.341</b>
Feb	1.635	1.428	1.358	1.450	1.446	1.146	<b>8.463</b>	Ago	1.030	1.052	1.108	1.690	1.263	1.219	<b>7.362</b>
Mar	1.977	1.551	1.703	1.760	1.781	482	<b>9.254</b>	Sep	1.322	1.508	1.528	1.334	1.196	1.583	<b>8.471</b>
Abr	1.343	1.455	1.231	1.552	1.372	45	<b>6.998</b>	Oct	1.450	1.423	1.467	1.406	1.529	1.594	<b>8.869</b>
May	1.494	1.425	1.578	1.736	1.667	710	<b>8.610</b>	Nov	1.501	1.625	1.716	1.679	1.515	1.479	<b>9.515</b>
Jun	1.656	1.696	1.865	1.984	1.692	1.376	<b>10.269</b>	Dic	1.575	1.626	1.785	1.524	1.505	--	<b>8.015</b>

### Por tipo de motorización

¿Qué tipo de propulsión se está matriculando en 2020?

Un año particularmente extraño por el coronavirus en el que sin embargo continúa la tendencia del incremento en la venta de vehículos gasolina. La combustión sigue siendo, con mucho, la motorización predominante.

Tipo	Cantidad	%
Diesel	3.609	28,21
Eléctrico	172	1,34
Gasolina	8.845	69,13
GLP	154	1,20
GNC	15	0,12
<b>Total</b>	<b>12.795</b>	<b>100</b>



## TERTULIA A CINCO

# Las empresas familiares, en primera persona



La posventa es un sector de empresas familiares. No todas lo son, evidentemente, y son muchas más entre los talleres y la distribución -aunque casos significativos también los hay en los fabricantes-, pero esta naturaleza abunda tanto que incluso marca en cierto modo cómo es nuestro mercado. Porque no hay duda de que la empresa familiar marca carácter. Serca es un perfecto ejemplo de cómo diferentes empresas familiares han sabido adaptarse y evolucionar hasta ser hoy en día todo un referente en el sector, dando como pocos importancia a ese relevo generacional tan importante cuando se tiene esta naturaleza -hay creado un programa específico para las nuevas generaciones del grupo llamado JOFES-. Un relevo que no es sencillo, pero que resulta no sólo clave sino incluso enriquecedor cuando se sabe conjugar lo mejor de cada generación. ¿Cómo se vive este proceso?, ¿de qué manera afecta a quienes lo viven? Para conocerlo de primera mano, cinco profesionales protagonizan una tertulia realizada, obligados por la pandemia, en formato online. Dos talleres -ambos de la red SPG-: Yolanda Villarejo (Talleres Jesviauto, La Puebla de Almoradiel, Toledo) y Endika Ramos (Talleres Endiaran, Leioa, Vizcaya); un distribuidor: Ignacio Juesas, de Recambios Segorbe, socio de Serca en Castellón, Zaragoza, Teruel y el norte de Valencia; y un fabricante: Luis Navarro, director general de la empresa especialista en climatización y refrigeración motor EA Clima.

## UN PROCESO CLAVE Y MUY COMPLEJO

# El relevo generacional

**E**mpezaba la conversación **Luis Navarro** (EA Clima) aportando datos que ayudaban a hacerse una idea de la dificultad de un proceso, decía, "clave en la vida de cualquier compañía": "Existen datos que afirman que el 70% de las empresas fracasan en el relevo a la segunda generación y sólo un 10% llega con éxito a la tercera". Introducía a continuación el primer porqué: "Se trata de un proceso complicado porque generalmente se produce entre familiares y encontrar el momento adecuado depende de tantas circunstancias... Quien debe darlo debe tener la humildad para reconocer que ha llegado el momento de dar ese paso a un lado, aunque sea de forma escalonada, y quien lo recoge tiene que estar preparado para asumirlo: demostrar que tiene la formación, las ganas y las aptitudes necesarias".

Un proceso en el que a veces se encuentran los palos en la rueda donde uno menos los espera. La etiqueta de ser 'hijo de' suele conllevar para quienes deben asumir el relevo una dificultad añadida: "Lamentablemente yo pude coincidir poco tiempo con mi padre en la empresa antes de que muriera. Y cuando murió lo más difícil fue convencer a los propios trabajadores de que yo estaba preparado para sacar el negocio adelante. La transición que teníamos preparada no pudo darse y todo se produjo de manera más abrupta. El cambio que hicimos en la empresa fue además radical, porque pasamos de tener una actividad industrial, cuyo negocio principal era la fabricación de equipos de A/C para el mercado de posventa, a sobre todo comercial, enfocada fundamentalmente en el servicio a la distribución independiente -cuando los vehículos comenzaron a incorporar los equipos de A/C de serie en sus vehículos no les quedó otra que reinventarse-. Nuestras empresas a veces son muy paternalistas, con una relación de los empleados con nuestros familiares, en este caso mi padre, muy estrecha. En mi caso la sucesión interna fue quizá lo más difícil de llevar a cabo. Pero a final es un proceso del que uno aprende mucho y que a mí concretamente me llevó a hacer un equipo

propio, con gente nueva, pero también con personas que llevan toda una vida en la compañía, del que hoy no puedo estar más orgulloso".

**Ignacio Juesas**, al frente de la dirección comercial y aún 'conviviendo' en el día a día con la primera generación de Recambios Segorbe, trataba de poner en valor la dificultad que supone para una compañía no sólo el relevo generacional cuando llega, sino la propia adaptación natural para seguir siendo competitiva en un mismo mercado con el paso de los años: "El momento y el porqué de la creación de la empresa pueden ser muy diferentes a los que se viven cuando se produce ese relevo. Que una empresa pase de generación en generación dentro de un mismo gremio me parece algo complicadísimo, más en los tiempos que corren donde todo evoluciona tan rápido".

Y continuaba su reflexión, poniendo el foco sobre lo importante que resulta que dentro de la organización cada uno encuentre su

"Existen datos que afirman que el 70% de las empresas fracasan en el relevo a la segunda generación y sólo un 10% llega con éxito a la tercera. Se trata de un proceso complicado porque generalmente se produce entre familiares y encontrar el momento adecuado depende de tantas circunstancias...".

**LUIS NAVARRO** EA CLIMA

### **"La empresa se sentaba todos los días a cenar"**

*"Cuando uno nace en una familia empresaria, ¿se siente en cierto modo dirigido para continuar con el camino emprendido?", introducía el periodista. En el caso de los cuatro protagonistas de la tertulia, las empresas en las que después trabajaron habían estado muy presentes en sus vidas desde bien jóvenes. Lo explicaba a la perfección **Luis Navarro** (EA Clima): "Mi padre nunca nos obligó, siempre nos dio la libertad de tomar el camino profesional que quisiéramos, pero lo cierto es que la empresa nos ha marcado desde siempre: estaba en la vida diaria y en*

*las conversaciones, la empresa se sentaba todos los días a cenar en casa. A nosotros nuestro padre nos dio la libertad de elegir, pero es cierto que hay cierta conducción... Y es inevitable". **Yolanda Villarejo** (Talleres Jesviauto) afirmaba que haber visto desde muy pequeña a su padre entre motores también le influenció de forma significativa para que después tomara su camino como lo hizo. Para **Endika Ramos** (Talleres Endiaran) fue una salida natural: "Con una determinada edad no sabes muy bien qué hacer, y lo lógico es ir a trabajar al taller". **Ignacio***

***Juesas** (Recambios Segorbe), que asegura que en su caso asumió de la forma más natural el paso de entrar a trabajar en la empresa familiar, afirma que formar parte de ella siendo parte de la familia "va más allá de lo que es simplemente el trabajo": "Te sientes con un grado de responsabilidad superior. Y también de exigencia. Es un peso que sobre todo sientes cuando eres más joven, luego le das normalidad. Pero está claro que trabajar en una empresa familiar formando parte de la familia implica un compromiso que es difícil de explicar".*

“El momento y el porqué de la creación de la empresa pueden ser muy diferentes a los que se viven cuando se produce ese relevo. Que una empresa pase de generación en generación dentro de un mismo gremio me parece algo complicadísimo, más en los tiempos que corren donde todo evoluciona tan rápido”.

**IGNACIO JUESAS** RECAMBIOS SEGORBE

lugar, independientemente de la función que dentro de ella haya cumplido su familiar (padre, madre, tío...): “En una empresa como la nuestra, con tantas líneas de producto, con diferentes departamentos, llega un momento en que te tienes que plantear qué vocación tienes. Tu padre, o tu familiar, quizá haya estado en un puesto y sin embargo tu camino profesional puede ir por otro lado. Esa es sin duda una de las mayores dificultades: encontrar el hueco de cada persona dentro de la compañía teniendo en cuenta sus habilidades o sus preferencias...”. La otra a la que hacía referencia tenía que ver con lo comentado anteriormente por **Luis Navarro** (EA Clima), en relación a ser capaz de demostrar que se tiene la valía para tomar las riendas de la empresa llegado el momento: “Cuando llegas te subes a un tren en marcha y lo haces por la ‘cola’: tienes que lidiar con muchas dificultades, convivir con ellas y demostrar que puedes llegar en algún momento a pilotar la locomotora”.

## La convivencia y el legado...

De entre todos los profesionales que participan en la tertulia, sólo Ignacio Juesas convive aún en la empresa con la primera generación al frente de una compañía que cuenta con la particularidad de tener la dirección sopor-tada por tres gerentes: los hermanos José -su padre-, Miguel y Francisco Juesas -padre del primo de Ignacio, también Francisco, que está ya también incorporado en el día a día de la compañía, vinculado al área financiera y de Recursos Humanos-. La pregunta era obligada: ‘¿Cómo se vive esta situación?’. **Ignacio Juesas** lo tenía claro: “Tanto para mi primo como para mí es una suerte. Tenerles para contrastar cualquier decisión o proyecto que queramos trasladar es algo muy positivo. En su día lo que hicimos fue crear un órgano dentro de nuestra organización, un grupo de dirección formado por la primera y la segunda generación. En él aprovechamos para proponer cosas, intercambiar ideas... puedo asegurar que tanto mi primo como yo absorbemos como

esponjas todo lo que en el día a día comparten con nosotros en esas reuniones”.

**Luis Navarro** (EA Clima) ponía en valor lo que las generaciones predecesoras aportan en la formación de las que deben dar el relevo: “A veces se tiende a valorar lo nuevo y en ocasiones, erróneamente, se piensa que lo nuevo por ser nuevo es mejor. Es un error que suele darse en las nuevas generaciones: pensar que se ha inventado la rueda, cuando en realidad en muchos aspectos vamos muy por detrás, sobre todo por una cuestión de experiencia. Y lo cierto es que además en el sector del recambio en España venimos de una generación que no sé si se repetirá, porque han dejado, o están aún dejando, el listón realmente alto. Son profesionales con una visión del negocio enorme, trabajadores incansables... Han sido y son una generación realmente excelente. Los que tenéis la suerte de convivir con ellos en la empresa, tenéis un gran privilegio: poder compartir con ellos esos órganos de decisión de los que

hablaba Ignacio (Juesas) os hace más fuertes como compañía”.

Navarro había introducido en la conversación el valor del legado recibido. ¿Un legado que puede llegar a pesar? Para **Yolanda Villarejo** (Talleres Jesviauto) pesó en su día: “Aunque ya no lo pienso, es cierto que en un primer momento sí llegué a sentir esa presión”. **Endika Ramos** (Talleres Endiaran) notó también el “vértigo”: “Cuando yo asumí la dirección hicimos bastantes cambios y muchas inversiones. Al principio tienes esa responsabilidad y piensas si todo lo que está haciendo es correcto, tienes el ‘run run’, pensar ‘en menudo lío me he metido’... Pero luego coges confianza, siempre con la consciencia plena de que tienes entre manos algo muy importante y que recae en tus espaldas únicamente”. La presión que genera la responsabilidad de continuar con el legado que se recibe en una empresa que durante años ha operado con éxito en el mercado es también una losa con la que debe lidiarse cuando se produce ese relevo.

Cuando en 2005 **Yolanda Villarejo** abrió Talleres Jesviauto junto a su padre y su hermano, lo que más le costó fue trasladar al negocio una filosofía que conllevaba un cambio importante tanto en la manera de trabajar internamente como en el modo de relacionarse incluso con los clientes. Había vivido el taller desde bien pequeña, aunque durante unos años antes de poner en marcha el suyo estuvo apartada del sector (en una empresa textil, en otra de construcción...). Tenía claro qué tipo de taller quería e hizo valer su opinión: “Cuando mi padre y mi hermano me propusieron montar el negocio, puse una serie de condiciones: la más importante era que debíamos hacer las cosas adaptándonos en cada momento a lo que el mercado iba pidiendo, no como él -refiriéndose a su padre- estaba acostumbrado”. Y fue cambiando cosas: “Algunas me han costado mucho y al principio fue muy complicado. Acostumbrarnos a coger las citas, rellenar una orden de reparación... la organización del negocio. Empezamos a tener mayor volumen y si queríamos dar un buen servicio al cliente había que mantener un orden y una comunicación fluida, no podíamos ir por libre cada uno. Esa evolución no fue sencilla, la verdad que discutimos bastante, pero fue clave”.

**Endika Ramos** (Talleres Endiaran), que compartió durante años espacio en el negocio con su padre, aseguraba también que lo más complicado en el ese relevo generacional fue tratar de cambiar algunas rutinas que venían siendo habituales en el negocio: “Yo veía que venía un cambio fuerte en el mundo del automóvil, que había que tomar decisiones y profesionalizar el negocio. Mi padre no lo aceptaba y yo estuve incluso a punto de irme del taller. En esas condiciones terminó por aceptar, pero no de buena gana. Se produjo incluso un momento de confrontación entre los dos, lo pasamos mal porque los terrenos de la familia y del trabajo estaban permanentemente conectados. Fue realmente difícil. Afortunadamente después pudimos hablar y acercar posturas: nos entendimos y me ayudó mucho. Después fue incluso bonito, pero llegar hasta ese momento fue bastante duro”.

Cuando se puso al frente del negocio, **Endika Ramos** entendió mucho del planteamiento inicial de su padre; igual que a su vez éste poco a poco, y por la vía de los hechos, fue comprendiendo que el cambio que le planteaba su hijo era necesario: “Siendo familia, es curioso pero a veces resulta más complicado entenderte que sin serlo. Y los conflictos que se generan son más grandes y más dolorosos. Con el tiempo ves que él tenía su parte de razón también en cosas que cuando tenías la visión sólo como trabajador no entiendes... La empresa y la familia son terrenos que continuamente están invadidos, y eso para mí fue una dificultad tremenda”.

**Luis Navarro** (EA Clima) asentía con la cabeza: “El poco tiempo que compartí con mi padre en la empresa, todos los días salíamos discutiendo. Y probablemente los dos

“A VECES SE TIENDE A VALORAR LO NUEVO Y EN OCASIONES, ERRÓNEAMENTE, SE PIENSA QUE LO NUEVO POR SER NUEVO ES MEJOR. ES UN ERROR. Y LO CIERTO ES QUE ADEMÁS EN EL SECTOR DEL RECAMBIO EN ESPAÑA VENIMOS DE UNA GENERACIÓN QUE NO SÉ SI SE REPETIRÁ, PORQUE HAN DEJADO, O ESTÁN AÚN DEJANDO, EL LISTÓN REALMENTE ALTO. HAN SIDO Y SON UNA GENERACIÓN REALMENTE EXCELENTE. LOS QUE TENÉIS LA SUERTE DE CONVIVIR CON ELLOS EN LA EMPRESA, TENÉIS UN GRAN PRIVILEGIO”. **LUIS NAVARRO** EA CLIMA

teníamos razón: él con su experiencia y yo con mi visión. Con el paso del tiempo, una vez asumido el mando de la empresa, he visto que mi padre tenía mucha razón en cosas que yo entonces, sin ser el 'capitán' de la nave, no entendía".

En cualquier caso, ahora que puede analizarlo desde la distancia que da el tiempo, **Endika Ramos** (Talleres Endiaran) asegura que para que en un proceso de relevo generacional todo vaya como debe, lo primero es trabajar en la correcta estructuración de la empresa: "Antes el propietario de una empresa tenía sus ideas en la cabeza y en el día a día cada uno se iba aclarando con lo suyo: conocían sus funciones, qué debían hacer... aunque no estuviera por escrito. Cuando el negocio crece, se introducen nuevas líneas de producto, y sobre todo cuando llega el cambio en el mando de la empresa, toda esta estructura debe estar muy bien trabajada para que no haya 'guerras' ni confusiones. En este trabajo previo al relevo está la clave del éxito, independientemente del tamaño de la empresa". Todos asientan con la cabeza. Y era **Luis Navarro** (EA Clima) quien zanjaba el asunto: "Se deben repartir los roles y las funciones deben estar perfectamente delimitadas. Una empresa familiar unida es indestructible. Una empresa familiar en guerra es lo peor que puede suceder... Es como dicen en el mundo taurino: puerta grande o enfermería".

"Siendo familia, es curioso pero a veces resulta más complicado entenderte que sin serlo. Y los conflictos que se generan son más grandes y más dolorosos. Con el tiempo ves que él tenía su parte de razón también en cosas que cuando tenías la visión sólo como trabajador no entiendes... La empresa y la familia son terrenos que continuamente están invadidos, y eso para mí fue una dificultad tremenda".

**ENDIKA RAMOS** TALLERES ENDIARAN



REPASO DE LO VIVIDO...

## Orgullosos

**A** pesar de las dificultades vividas en algunos casos, ninguno de ellos se arrepiente del camino tomado. Más bien al contrario, se muestran de lo más orgullosos asumiendo incluso como un enorme valor para sus empresas el carácter familiar que las define.

De ser una empresa familiar, **Luis Navarro** (EA Clima) lo encontraba todo positivo: "Yo no lo cambiaría por nada. Ni la empresa en sí, ni mi trabajo en el día a día. Tengo la fortuna de tomar decisiones, de poder aportar, dentro del 'micromundo' que es mi empresa, lo necesario para que la gente que forma parte del equipo tenga calidad de vida, que esté alegre y motivada. Creo que es un privilegio. Si me dicen ahora que tengo que trabajar por cuenta ajena... al final a la fuerza ahorcan, pero no cambiaría mi situación por nada ni por nadie".

Con el mismo orgullo se expresaba **Yolanda Villarejo** (Talleres Jesviauto): "Siento además especial satisfacción por haber sido yo quien impulsara dentro del taller una metodología de trabajo que nos ha llevado al éxito. ¿Me costó? Claro, pero estoy muy orgullosa del proceso. Antes mi padre era el alma del negocio, para los clientes era el 'dios' de la reparación. Haber sido capaz de trasladar esa confianza hacia mí es un motivo enorme de orgullo".

Como orgulloso se sentía **Ignacio Juesas** (Recambios Segorbe) por haber sido capaz de desarrollarse profesionalmente en una compañía que es, tal y como decía, parte de él: "He vivido con mucha intensidad la empresa desde siempre y siento un enorme orgullo por haberme desarrollado de forma profesional junto a mis compañeros. Siento además una gran satisfacción por ver cómo compañeros

míos entraron al mismo tiempo que yo y han podido tener también ese desarrollo. Compartir con ellos el éxito en una empresa que forma parte de lo que soy como persona me hace sentir muy orgulloso. También de ver ese mismo proceso con clientes, muchos de ellos amigos. Me siento orgulloso de mi empresa y de mi sector".

Siendo todos ellos profesionales con una trayectoria ya destacada en sus empresas y mostrando todos ellos un gran orgullo por lo realizado hasta el momento, resultaba interesante preguntarles por aquello que no repetirían de todo el camino andado. ¿Se arrepienten de algo? **Ignacio Juesas** (Recambios Segorbe) tomaba de nuevo la palabra: "Mil cosas, hay muchas que las miro ahora y seguramente no volvería a repetir. No quiere decir esto que no me hubiera equivocado, que quizá sí, pero me hubiera equivocado de otra forma. Al final los errores son los que te hacen crecer también como profesional".

De la misma opinión era **Luis Navarro** (EA Clima): "Ha habido errores, pero lo volvería a repetir todo porque cada fallo me ha servido para ser mejor profesional. Lo que cambiaría sin dudar es que ahora escucharía más a mi padre en muchas cosas que me dijo y que en aquel momento, teniendo 27 años, no supe ver".

**Endika Ramos** (Talleres Endiaran) estaba en sintonía: "Si tuviera que cambiar algo sería no echar tanta gasolina con mi padre en ese proceso de transición que vivimos. A veces, siendo más joven y con menos experiencia, tienes quizá una soberbia excesiva, crees que te comes el mundo y con el tiempo ves que en muchas cosas de las que te decían tenían razón. Me gustaría haber sido más calmado".



CETRAA, CONEPA Y ANCERA PIDEN UN PLAN DE SUBVENCIONES

## Talleres y distribuidores emiten una petición conjunta al Gobierno

Cetraa y Conepa y Ancera se han unido para emitir una petición al Gobierno sobre la implantación de un plan de ayudas para promover la revisión de determinados sistemas de los vehículos en el taller, especialmente los relacionados con las emisiones, tal y como ya se hace en otros países. Pretenden la subvención, por medio de la aportación de sesenta euros de fondos públicos en cada operación de revisión del sistema de emisiones de un automóvil en el taller. Las patronales han dirigido un escrito conjunto a los ministerios de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Transición Ecológica y Reto demográfico e Industria, Comercio y Turismo. En el texto solicitan esta aportación de fondos públicos y recuerdan que los servicios de los talleres "han sido considerados de gran importancia para la comunidad", destacando también "el gran esfuerzo que las empresas del sector han realizado para estar a la altura en unos momentos tan complicados".

Aseguran que los datos de la evolución económica de estas empresas son preocupantes, lamentando además las tres entidades que el sector no haya sido valorado por la Administración, tal y como deja patente el hecho de que el Gobierno no mencione al taller "ni una sola vez" en el "Plan de impulso de la cadena de valor de la industria de la automoción". Aplauden las medidas que se están tomando para la renovación del parque con ayudas a la compra de unidades nuevas, pero no dejan de poner de manifiesto la existencia de millones de vehículos, "propiedad de ciudadanos que no pueden adquirir coches nuevos y que no quieren renunciar ni a la seguridad ni al cuidado del medioambiente". Las tres entidades de defensa del sector calculan que varios millones de

vehículos podrían ser susceptibles de revisión. Su consecuencia resultaría altamente positiva para el medioambiente y para la salud de las personas, dado que un correcto funcionamiento de estos sistemas en una parte sustancial del parque podría llegar suponer reducciones del 10% en CO<sub>2</sub>, 80% en partículas y 55% en NO<sub>x</sub>.

Y de igual manera, constituiría un buen estímulo para reducir el absentismo en el cumplimiento de las obligaciones ligadas a la (ITV). Y no sólo: el proyecto ayudaría también, según aseguran, a la sensibilización de los ciudadanos en materia de calidad del aire en un momento en el que la lucha contra la pandemia anima al uso del vehículo privado para los desplazamientos personales.

LA PATRONAL DE LAS ESTACIONES MUESTRA SU PREOCUPACIÓN

## Más de 4 millones de coches fueron rechazados en su primera ITV en 2020

En 2019, un total de 19.608.581 vehículos fueron inspeccionados por las estaciones de ITV en España. De aquellos, 4.051.098 no superaron a la primera la ITV (20,06% del total), según datos del Ministerio de Industria analizados por AECA-ITV. En segunda inspección, de forma general los vehículos resol-

vían el problema, siendo tan sólo el 7,75% de los vehículos los que volvían a ser rechazados.

Según la asociación, esta tasa de rechazo es el reflejo de la detección de hasta un total de 17.176.021 defectos, de los cuales 11.050.977 eran graves. En cuanto a la media de errores graves detectados

por vehículo rechazado es de 1,9 defectos por coche, debido a que en muchos de ellos se detectaron más de un fallo grave.

A la luz de estos datos, el director general de AECA-ITV, Guillermo Magaz, ha querido recordar que "está prohibido circular con una ITV desfavorable salvo para su traslado al taller o



para acudir a la ITV a una nueva inspección técnica, una vez subsanado el defecto detectado". Y ha añadido que, en el caso de que el defecto localizado suponga un riesgo para los ocupantes del vehículo o para el resto de los usuarios de la vía pública, "este ya no podrá circular por sus propios medios ni siquiera para ir al taller".

El segmento en el que más defectos graves se encontraron en 2019 fue el del alumbrado y la señalización (27,5%). Después el de los ejes, los neumáticos y las suspensiones (con un 17,8%); en

tercer lugar el de exceso de emisiones contaminantes (13,6%) y, por último, el de los frenos (con un 12,03%).

Por tipo de vehículos, camiones, remolques, semirremolques y autobuses y furgonetas fueron los que mayores fallos graves presentaron. Concretamente, fueron rechazados el 30,28%, el 14,2%, el 26,9% y el 25,2%, respectivamente. Altos porcentajes que se deben principalmente a que la antigüedad del parque de los mismos es superior a la edad media del parque circulante, a excepción de los autobuses.

### Absentismo

Especialmente inquietante resulta el tema del absentismo en las ITV: 20 de cada 100 vehículos no pasan la inspección técnica reglamentaria, dato que se incrementa en las furgonetas (el nivel de absentismo es del 40%, lo que supone que cerca de 2,2 millones de esta clase de automóviles circulan sin la correspondiente inspección en vigor) y motocicletas/ciclomotores. "Teniendo en cuenta el incremento del absentismo que estamos detectando en el año 2020, a pesar del esfuerzo realizado por los operadores de ITV para ofrecer el servicio requerido tras el estado de alarma, la previsión es que suframos un incremento de accidentes de tráfico que, como sociedad y como individuos, no nos podemos permitir", advierte Magaz.

A CAUSA DEL CORONAVIRUS

## El aftermarket perdió más de dos mil millones en 2020

La previsión de ingresos para el sector de la posventa en 2020 era de 14.500 millones de euros. Sin embargo, según el informe 'La posventa COVID, ¿inmunidad o recaída?' elaborado por Solera para Faconauto, la facturación del sector se vería resentida de forma considerable, estimando cerrar el año en torno a los 12.000 millones. Los meses de confinamiento, el descenso del kilometraje medio y las consecuencias económicas de la pandemia han sido factores determinantes.



La evolución de las reparaciones durante el presente año ha experimentado varios momentos clave. El primero se dio entre enero y febrero (donde hubo un crecimiento del 3%). Durante los tres meses siguientes este cayó un 58% de promedio, debido al confinamiento. No fue hasta junio, con la desescalada, cuando el mercado ralentizó su caída (retrocediendo entre el 3 y el 6%). Y ya en octubre, coincidiendo con la segunda ola, la posventa volvió a ceder terreno, en torno al 11%.

Entre los factores que han afectado al cambio de previsiones a raíz de la crisis sanitaria y el confinamiento de la población, se encuentran la caída del kilometraje medio y un menor volumen de actividad en el taller debido a que la crisis afecta a las rentas familiares. Y es que el descenso de la movilidad no es sólo fruto de las restricciones impuestas por la propagación del virus, sino también de las consecuencias económicas resultantes, con una perspectiva de un 20% de paro que sitúa a España en cifras propias de 2011, cuando aún los niveles de desempleo no se habían recuperado plenamente...



Y QUE LA MESA DE AUTOMOCIÓN TENGA EFECTO REAL

## El sector de la automoción pide acciones eficaces y coherentes al Gobierno

Algunas de las principales patronales del sector de la automoción, aquellas que forman parte de las Mesa de Automoción convocada por el Ministerio de Industria hace ya meses para tratar de establecer un plan de impulso específico para el automóvil, reclamaron en una rueda de prensa conjunta organizada en Ifema una mayor acción por parte del Gobierno antes la "insostenible" situación que atraviesan, alertando además de la crisis económica que se avecina como consecuencia de la pandemia al menos hasta el próximo año 2022.

Sernauto, Ganvam, Faconauto y Anfac fueron claras en este sentido. Sus presidentes al ver cómo los planes prometidos por la Administración no se ponen en marcha o lo hacen de manera ineficiente dificultando enormemente la recuperación, han solicitado la unificación del diálogo con el sector de la automoción para evitar ineficiencias entre administraciones y recuperar la unidad de acción que permitió lanzar el Plan de Impulso a la Cadena de Valor del Sector de la Automoción: "El sector de la automoción es un proyecto-país y necesita claridad y compromiso", destacaron.

Y es que siendo la del automóvil una industria clave para la economía española no entienden el modo de actuar del Gobierno: "Las me-

didadas puestas en marcha no están logrando la recuperación y, en ocasiones, resultan contradictorias". De seguir así, los presidentes de las patronales auguran un futuro marcado por una crisis que generará un enorme impacto en las inversiones y el empleo del sector, por lo que, afirmaron, "es urgente poner en marcha las medidas adecuadas para reactivar el mercado y la producción para no perder la oportunidad histórica que suponen los fondos europeos para activar además la imprescindible transformación de la industria y la distribución".

Las asociaciones consideran que el plan de Impulso a la Cadena de Valor del Sector de la Automoción, aprobado por el Gobierno en junio, era una estrategia adecuada, consideraba al sector como estratégico para la economía española y ponía en marcha iniciativas de corto, medio y largo plazo que buscaban la recuperación y la transformación del sector hacia la movilidad del futuro. No obstante, afirman que el Gobierno ha puesto en marcha medidas que no responden a este modelo y no están teniendo respuesta al respecto, como es la subida de facto del impuesto de matriculación, para la que han ofrecido soluciones sin respuesta. Y lo mismo ocurre con los planes RENOVE y MOVES II, que "no están cumpliendo sus objeti-

vos por contar con poca dotación".

### Renovar el parque

A corto plazo, las patronales reclaman incentivar la demanda de vehículos, "no podemos permitirnos un año como 2020", por el envejecimiento del parque: que ascendería a 13 años de media en 2021, y el retraso en el proceso de descarbonización de la movilidad, sin olvidar la necesidad de inversión en I+D en proyectos industriales ligados a la movilidad segura, sostenible y conectada y a la digitalización e impulsar la desgravación fiscal de la innovación en proceso.

Las patronales advierten del peligro. Y es que, según dijeron, el sector se encuentra en un momento en que se lo juega todo. Por eso urgen a que la Mesa de Automoción cumpla su función de foro y se pongan en marcha los anunciados grupos de trabajo, así como activar medidas ya que garanticen, no sólo la supervivencia de la automoción post-covid, sino la visión de futuro y posicionamiento global de la industria y el sector para seguir atrayendo nuevos proyectos e inversiones de carácter internacional, retener talento y reconvertir los perfiles profesionales necesarios para la transformación y anclar así la actividad industrial del tejido de automoción y la del resto de sectores implicados.

Un formato arriesgado que se desarrolló con notable éxito



# SERCA ENSEÑA EL CAMINO CON SU CONGRESO DIGITAL

*Reunió a 496 personas durante los días 18, 19 y 20 de noviembre*

**E**l congreso de Serca es una cita ya tradicional en el sector, un evento sin duda marcado en el calendario de la posventa española como uno de los más trascendentes de todo el año. Pero el 2020 había lastrado las opciones de llevarlo a cabo como es habitual, en un formato tradicional que sirviera como punto de encuentro entre los diferentes agentes del mercado. Lejos de eludir el reto, el grupo quiso dar un paso al frente organizando en esta ocasión el congreso en un formato de lo más novedoso.

Poco se sabía de cómo lo plantearían hasta el momento de la verdad. Una incógnita que quedaría despejada el pasado día 18 de noviembre, cuando el grupo inauguraba su Serca Digital Meeting, un evento completamente online que extenderían hasta el viernes 20 de noviembre y en el que conjugarían las reuniones entre socios y proveedores en salas online privadas creadas al efecto con las tradicionales ponencias y mesas redondas -protagonizadas por primeros espaldas de los fabricantes de componentes, que darían su punto de vista acerca de los temas más candentes en el

sector-. Arriesgaron y todo salió a pedir de boca, superando incluso las expectativas en un evento que marca un antes y un después no sólo en Serca, sino en el mercado de la posventa en general.

Porque su éxito invita a entender el futuro de este tipo de eventos en formatos híbridos que conjuguen lo mejor de lo tradicional con las muchas aportaciones de lo digital. A través de una plataforma online -que funcionó a la perfección durante los tres días- Serca reunió a 496 personas (el 88% de las 562 registradas en un inicio) que participaron de las ponencias, las reuniones y la feria virtual, que con stands de todos los proveedores registró nada más y nada menos que 4.326 visitas. Los medios de comunicación tuvieron también su lugar especial, organizando Serca entrevistas individuales con sus socios en una sala digital que acogió diferentes ruedas de prensa con los protagonistas del evento durante los tres días.

## El orgullo de estar en Serca

Un éxito que comenzaba, como es tradición en cada congreso, con las palabras del presidente de Serca y director general de Aicrag, Agustín García, que se mostraba de lo más orgulloso por el devenir del grupo durante los peores meses de la pandemia, así como con la capacidad de respuesta e innovación ante los retos que se han ido presentando. Destacaba García el buen hacer del grupo: "En Serca nuestras empresas están saliendo adelante y con muchas esperanzas. El grupo está fuerte. Los actores que lo componemos somos importantes dentro del mercado, y si lo somos, y ese desarrollo lo hemos hecho dentro del grupo, eso quiere decir que estamos haciendo las cosas muy bien. Estoy muy orgulloso de pertenecer a Serca, de demostrar que vamos creciendo, que cada vez tenemos más capacidad de reacción y que, cuando llegan los momentos difíciles, Serca responde".

De la gestión del grupo durante la pandemia, se sentía de lo más satisfecho: "Ha sido un año duro, esperemos que esto sea el final y el comienzo de un ciclo. Pero he de decir que Serca ha reaccionado muy rápido. Si hay un grupo que se ha movido durante esta pandemia ha sido Serca; si hay un grupo que ha aportado comunicación y ayuda a sus socios ha sido Serca; si hay un grupo que ha empezado innovando con la formación online ha sido Serca. Estoy muy orgulloso del comportamiento de Serca, de la capacidad de reacción del grupo".

## Líderes

Tras él, otra de las intervenciones más esperadas: la de Lluís Tarrés, director general de Serca, que destacaba durante su exposición el papel del liderazgo que ahora ocupa el grupo en el mercado ibérico. Tarrés repasaba también las cifras de 2020: "En abril se compró un 73% menos, con lo cual nos hacíamos una idea de lo difícil que

**El éxito del Serca Digital Meeting invita a entender el futuro de este tipo de eventos en formatos híbridos que conjuguen lo mejor de lo tradicional con las muchas aportaciones de lo digital. A través de una plataforma online -que funcionó a la perfección durante los tres días- Serca reunió a 496 personas (el 88% de las 562 registradas en un inicio) que participaron de las ponencias, las reuniones y la feria virtual, que con stands de todos los proveedores registró nada más y nada menos que 4.326 visitas.**

**"En Serca nuestras empresas están saliendo adelante y con muchas esperanzas. El grupo está fuerte. Los actores que lo componemos somos importantes dentro del mercado, y si lo somos, y ese desarrollo lo hemos hecho dentro del grupo, eso quiere decir que estamos haciendo las cosas muy bien. Estoy muy orgulloso de pertenecer a Serca, de demostrar que vamos creciendo, que cada vez tenemos más capacidad de reacción y que, cuando llegan los momentos difíciles, Serca responde".**

**AGUSTÍN GARCÍA** PRESIDENTE DE SERCA

iba a ser recuperar cifra, pero a día de hoy estamos un 10% por debajo en compras y auguro una caída en facturación del 8% a final de año. Eso significa que hemos trabajado bien". Quería también en ese repaso poner en valor algunas cifras, como la de talleres abanderados, más de 1.300, "somos también líderes de mercado y nos llena de orgullo", o de usuarios de su programa Next, "la joya de la corona", con más de 3.000.

La intervención del director general de Serca terminaba queriendo hacer reflexionar sobre qué hacer en 2021 para mejorar la situación, sobre los proyectos que habría que desarrollar, destacando cuestiones a debatir como la apuesta por la consolidación de la marca propia ("teniendo en cuenta los problemas de suministro y la saturación en el mercado de algunas marcas premium, y si se ganan tener que pagar un 15-20% adicional por sentirnos acompañados por ellas"); si Serca debe tener o no un almacén ("y qué mejor que ver con los proveedores si eso nos puede suponer una ventaja") o las oportunidades de mercado en forma de nuevas líneas de negocio ("no podemos prescindir por ejemplo de abordar la parte de camión"). Sin olvidar además el debate de la consolidación de las empresas de fondo: "Entran en España grupos internacionales a comprar distribución, ahora otro operador que parece que tiene esa misma intención... esto puede ser el inicio de la consolidación, un tema que nos preocupa y cada uno debería pensar si es mejor estar solo o acompañado, y tener un 3% de una cosa grande o 100% de una cosa pequeña".

## Serca en Nexus

Siendo Serca uno de los socios fundadores de Nexus, grupo internacional de distribución del que forman parte a través de IDAP (además de Serca, lo conforman Urvi, ASER y Holy-Auto), resulta siempre importante escuchar a Gael Escribe. El máximo responsable de Nexus intervenía durante el Serca Digital Meeting para hacer balance y analizar los proyectos que tienen en mente desarrollar. Invitaba Escribe a analizar una posible descentralización de la relación con los proveedores "para acercarnos a los mercados de Estados Unidos o Japón". Nexus -que se considera algo más que un grupo comercial internacional- también ha querido poner en valor su papel como líder en la transformación que se está viviendo en el mercado del aftermarket, definiendo al grupo como "la comunidad de la automoción más grande del mundo". Un título del que aseguran sentirse "orgullosos" y que corroboraban las cifras expuestas por el CEO de Nexus: 28 millones de euros de facturación de sus 176 asociados que, a su vez, cubren a 1.723 empresas de todo el mundo; presencia en 138 países; un total de 16 empresas propias y 81 proveedores. Todo ello en tan sólo siete años de recorrido. Del futuro, Escribe daba algunas pinceladas, centrando su explicación en los proyectos que están desarrollando para apoyar al taller: "El mundo del aftermarket se está digitalizando, y también lo tiene que hacer el taller. Por eso hay que darles las herramientas digitales adecuadas". Nexus lo está haciendo a través de su proyecto Nexus Auto 2.0., que dará sus frutos en 2021. Respecto a su marca propia, Drive+, aseguraba el CEO de Nexus que sirve como



herramienta para dar respuesta a un parque cada vez más envejecido, que realiza cada vez menos kilómetros: "Lo que queremos es que nuestros miembros estén bien equipados con la mejor calidad, con el mejor precio, bajo la marca Drive+, además de con una excelente logística".



Los proveedores, convencidos de lo que aporta

## EL VALOR DE LA MARCA EN EL RECAMBIO, A DEBATE

Con el valor de las marcas en el mercado del recambio en el punto de mira, los protagonistas de esta mesa de debate serían Buenaventura González (ENI), David Bassas (NGK), Gustavo González (Schaeffler) y Fernando Cantín (Brembo). Todos estaban convencidos del valor que aporta una marca de primer nivel. Fernando Cantín (Brembo) aseguraba que “el distribuidor se apoya en grandes marcas por una cuestión de seguridad y confianza. Y el taller, igual: montar un recambio de una marca premium eleva la reparación a un nivel superior, además de que es consciente que hacerlo evita muchos problemas”. Buenaventura González

(ENI Iberia) intervenía, convencido de lo que ayuda en la posterior venta del producto el reconocimiento de una marca. David Bassas (NGK) no tenía duda: “Por supuesto que una marca aporta valor añadido. Y lo hace además en toda la cadena, pero especialmente en el profesional del taller que, al montar este recambio, entiende que no tendrá problemas. La marca representa una serie de valores que le aportan esa confianza”. El avance de las marcas blancas y la posible presión que estas ejercen sobre los precios de las premium, protagonizaba el siguiente bloque. “¿Es cada más difícil argumentar el diferencial?”.

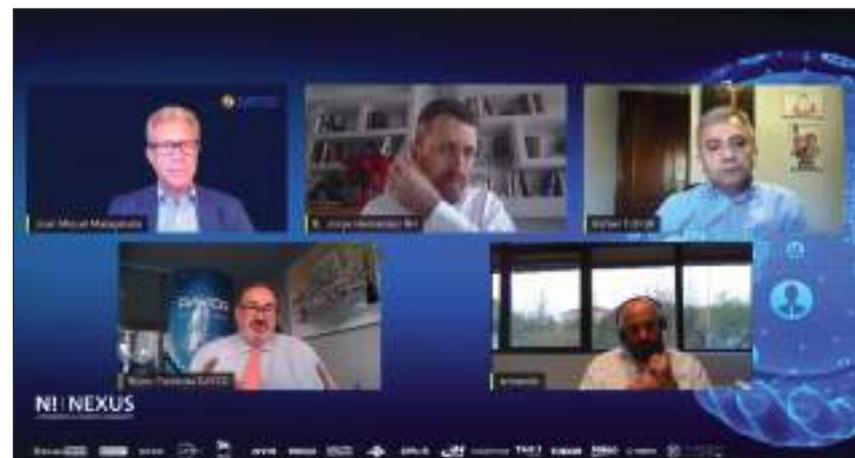
David Bassas (NGK) seguía teniéndolo claro: “No. Si los valores añadidos son ciertos, no debería haber ningún problema. Los principales grupos de distribución y los grandes recambistas de este país quieren trabajar con primeras marcas. Si el diferencial está justificado no hay problema”. Asumía Bassas además que los productos premium cuentan con un “recorrido mayor y más estable”. Y Gustavo González (Schaeffler) defendía lo que un fabricante con una marca de primer nivel puede aportar en relación a la estrategia y el posicionamiento de precios, apuntando a continuación la responsabilidad de las propias marcas premium tendrían ante un hipotético escenario de crecimiento de las marcas privadas: “Será fruto de que las primeras marcas no han sido capaces de aportar suficiente valor o hacer que el usuario lo perciba. Hay por ello que hacer un permanente esfuerzo en este sentido”. Sobre el comercio electrónico B2C de piezas, uno de los temas que más tratamiento tuvieron durante todas las mesas de debate en el congreso online, Bassas (NGK) apoyaba la necesidad de adaptación de los actores a un canal, que ya no resulta tan nuevo, y que ha llegado para quedarse. Y de la misma opinión era González (Schaeffler): “La lucha contra este canal es algo antiguo. Hay que pasar de defenderse -se dirigía en este caso sobre todo a los distribuidores- a atacar”. Para Cantín (Brembo), la venta B2C aporta sobre todo transparencia. Para el director comercial de Brembo no supone mayor problema; la clave estaba, desde su punto de vista, en llegar a un equilibrio que haga convivir adecuadamente a este canal con el tradicional.

Sobre la digitalización y la venta B2C online

## EL SECTOR MULTIMARCA TRADICIONAL TIENE LA SARTÉN POR EL MANGO

Digitalización y venta online, ¿un cambio del modelo de negocio? Ese era el enunciado de otra de las mesas de debate. Armando Esparza (ZF) aportaba una reflexión interesante: “Creo que nos hemos digitalizado mucho en el sector, la prueba es que los pedidos se hacen por online mayoritariamente, pero que para hablar de dar un segundo paso hacia la transformación digital no podemos perder de vista la estructura de los talleres. Y con talleres de 1,6 personas de media es muy difícil que puedan hacer las cosas de una manera diferente. La transformación digital va a depender de la evolución del taller”. Aquellas empresas que no estén digitalizadas, introducía el moderador, puede que no tengan acceso al negocio con las aseguradoras, los renting... ¿Puede pasar esto factura al sector IAM? El propio Esparza, así como sus compañeros de mesa Jorge Hernández (Road House), Rafael Maldonado (Tudor-Exide) y Bruno Padierna (Dayco) eran tajantes: “La disponibilidad y el servicio los tiene la distribución. Y mientras sea así, las aseguradoras, las empresas de renting, las flotas en general y las propias plataformas la necesitan y ya trabajan con ella”.

De la venta online B2C, el otro gran asunto en torno a la digitalización del sector, los proveedores participantes estaban convencidos que mientras el canal multimarca tradicional siga ofreciendo el mismo servicio y nivel de disponibilidad las plataformas que se dedican a vender tanto al taller como al particular poco tienen que hacer. Poco debate admitía este último asunto...



Electrificación, conectividad, coche autónomo y nuevas formas de movilidad

## LA POSVENTA INDEPENDIENTE, CONVENCIDA DE SU CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN

La electrificación del parque, la conectividad, el coche autónomo y las nuevas formas de movilidad centraban otro de los debates de Serca Digital Meeting. ¿Oportunidad o amenaza?, era la pregunta. Y todos los proveedores coincidían en la primera de las opciones. La capacidad que siempre ha demostrado el sector para hacer frente a cualquier reto era el factor clave al que aludieron de manera unánime.

Respecto al vehículo eléctrico, todos se mostraban convencidos de la capacidad del sector para adaptarse cuando toque. Lo explicaba Manel Real (ContiTech) aportando cifras: "En España apenas existe un parque circulante de 65.000 vehículos electrificados. A veces se da un mensaje negativo y no es esa la realidad. Un taller medio no está preparado porque no hay parque. Cuando haya demanda de ese servicio, lo estará". En gran medida porque el mercado dará respuesta en forma de herramientas, asistencia y formación a los talleres y los distribuidores. Respecto al vehículo conectado, Ricard Albi (Sogefi) ponía el dedo en la llaga: "La clave de todo esto es de quién son los datos: ¿del conductor o de la marca? Es algo aún sin resolver". Un debate que Real (ContiTech) ampliaba: "Y si se tiene acceso, ¿se sabe qué hacer con ellos?". Real veía una oportunidad muy clara para la posventa IAM en este entorno: "Ofrecer soluciones al taller para acceder y gestionar estos datos podría ser un valor añadido que facilite alejar la negociación sobre el factor precio". El resto de los proveedores asentía con la cabeza.

De la llegada del coche autónomo, más de lo mismo. Lo decía Raúl Pacho (TAB): "El mercado se adaptará. Habrá seguramente menos reparaciones, pero las que se hagan serán sobre



vehículos con un mayor componente tecnológico y por tanto de mayor valor, lo que seguro incrementará la rentabilidad". Y con las nuevas formas de movilidad, una tendencia imparable en opinión de Marco Blanes (KYB), ya que "se trata de soluciones que facilitan la vida a los usuarios", la clave estará en dar respuestas a las necesidades de un nuevo cliente: "Será una oportunidad, pero para menos actores. Lo que se producirá será una concentración de la decisión y será más difícil acceder a estos acuerdos", intervenía Ricard Albi (Sogefi). Para trabajar con estos 'decisores' será fundamental pertenecer a una estructura más amplia como Nexus en el plano internacional, o Serca y sus redes de talleres en el ámbito local.

Responde a las necesidades de un mercado muy particular

## EL MODELO DE DISTRIBUCIÓN EN ESPAÑA NO TIENE FECHA DE CADUCIDAD

La distribución de recambios en España, ¿un modelo con fecha de caducidad?" Ese era el enunciado de una de las mesas de debate y la respuesta, prácticamente unánime: "No hay fecha de caducidad. El proceso de concentración seguirá avanzando, pero no a la velocidad ni con la incidencia que en otros mercados". Lo decía Egoitz Goiricelaya (DRiV) abriendo la mesa: "La enorme atomización y una tasa de servicio muy alta funcionan como barrera de entrada a la inversión extranjera. No creo que nuestro modelo de distribución tenga fecha de caducidad". José Antonio Tercero (Valeo), Miguel Timermans (Daisa/Varta) y Eduardo Gijón (NRF) estaban de acuerdo. Una barrera de entrada que impide además que competidores extranjeros aterricen con facilidad en nuestro mercado. Algo que no se produce, según Goiricelaya, "por la atomización del mercado pero también por la baja rentabilidad y el pasivo laboral tan alto, que es más difícil de cuantificar, que tienen las empresas de distribución en España. No pueden dejar de estar en un mercado tan importante como es España, pero será poco a poco".

De si se puede cambiar o no el servicio en España –"una hora y treinta y ocho minutos es el tiempo medio de entrega de una pieza en el taller en España, una barbaridad", señalaba el moderador-, Tercero creía que sería muy complicado dar pasos hacia atrás: "Quitar ese servicio al taller es muy difícil. La tecnología ha ayudado a que por ejemplo haya menos equivocaciones en las piezas que se envían y eso ya es un ahorro, y con talleres más grandes se podrá planificar todo mucho mejor, pero estamos donde estamos y ahora mismo es inviable".

Con la convicción de que aún las marcas no están en disposición de competir en la posventa –"Ni siquiera saben cuál es la estrategia más adecuada para abordar el mercado. Tienen potencial, pero mucho que aprender de un sector en el que la distribución hace muy bien las cosas", decía Tercero- y de que más allá de transparencia en los precios las plataformas de venta online B2C tienen poca incidencia en el sector, terminaba una mesa de debate de lo más interesante.



El segundo semestre de 2022

## GIPA TIENE FECHA PARA LA NORMALIZACIÓN DEL NEGOCIO EN EL SECTOR



**F**ernando López, CEO de la consultora GIPA, centrará su exposición en explicar cómo ha sobrevivido el sector a la pandemia, qué situación se vive en las empresas después de la primera ola y qué escenarios se manejan en relación al futuro. Se atrevía incluso a avanzar la fecha para la normalización de la situación en el sector (alcanzando niveles de 2019): el segundo semestre de 2022 para la posventa IAM; la segunda mitad de 2023 para el canal oficial.

La llegada del coronavirus afectó de lleno a las empresas del sector, pero tras la primera ola el balance no es todo lo negativo que hubiera cabido esperar. Se ha sufrido, pero se ha aguantado: esa podría ser la conclusión. Y es que no se han producido cierres ni despidos de forma general -siendo los ERTE figuras a las que los empresarios se han acogido de forma general para tratar de hibernar el empleo-. "El sector tiene una gran capacidad de resistencia. Para que un taller o una empresa de distribución cierre en España tienen que pasar muchas cosas y todas al mismo tiempo", decía López. Con el suministro de piezas sí ha habido más problemas. Situación evidente teniendo en cuenta la dificultad

experimentada durante los peores momentos de la pandemia: el 73% de los talleres independientes y el 65% de los distribuidores respondían afirmativamente ante esta pregunta (siendo las situaciones más comunes los problemas de disponibilidad de piezas y el retraso en las entregas).

Una vez hecho balance de lo vivido, tocaba preguntarse: ¿y ahora qué? Pues lo que sucederá, según el consultor, es que los españoles usarán menos su coche en 2021 -un 9% menos que en 2019, concretamente-, algo que impactará de lleno en la posventa. Buscaba López los motivos: por la propia estructura del parque (cuanto más antiguo, menos kilómetros), el comportamiento del conductor ("veníamos ya de un descenso del kilometraje, ¿os acordáis que en 2019 hablamos ya de los nuevos conceptos de movilidad -sharing, patinete...-? Eso continuará en 2021"), el incremento del teletrabajo y la propia situación económica. Como nota positiva para el sector apuntaba López al descenso en el uso del transporte público, algo que ayudará a que la caída del kilometraje medio sea algo más moderada.

Con todo esto, López no dudaba en afirmar: "La buena noticia es que sí, salimos. ¿A qué ritmo? Dependerá de las familias y del canal, el más favorecido será el mercado IAM". El consultor situaba la normalización para el mercado independiente para el segundo semestre de 2022. Que sea a final de año o a mediados dependerá ya de diversos factores, algunos propios del sector, otros ajenos -como la vacuna, por ejemplo-.

Juan Francisco Calero, divulgador especializado en automoción

## CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DE USUARIO EN LA RELACIÓN DISTRIBUIDOR-TALLER



**L**a última de las intervenciones en el congreso corría a cargo del periodista especializado en el sector del automóvil Juan Francisco Calero, que hablaría de la importancia de desarrollar una buena experiencia de usuario en un entorno B2B (de profesional a profesional). Se centraría en hacer reflexionar a los socios del grupo en relación al conocimiento que tienen de sus clientes, de cómo analizan esta información y del modo en que dan respuesta a las

necesidades del taller. Y es que el recambista tiene mucha información sobre los talleres, aseguraba Calero, que invitaba a los distribuidores a ir un paso más allá. Porque no sólo hace falta tener información sobre el stock o el precio y la facturación en referencia al taller: "Me refiero a otros datos cualitativos del taller: ¿cuánto control tienes sobre la experiencia de usuario?, ¿estamos atendiendo bien a lo que necesita nuestro cliente?, ¿están siendo eficientes los

servicios que estamos ofreciendo al taller?". Hacía hincapié Calero en la importancia de saber utilizar las herramientas y los recursos que se tienen alrededor, como la digitalización, entendida como algo más que "un e-commerce que nos relaciona con nuestros clientes a través de una plataforma online": "La clave de la digitalización es la toma de datos, el análisis de los mismos y, posteriormente, lo que se devuelve es una experiencia de utilización personalizada". Ahí está la clave, aseguraba.

De este modo, Calero invitaba a los recambistas a tirarse a la piscina, a "invertir si es necesario en experiencias piloto" con talleres que puedan ser proclives al cambio. Por otra parte, y centrándose para terminar en el futuro de los reparadores, Juan Francisco Calero quiso hablar sobre la importancia de la formación del profesional del taller para afrontar un futuro que se basará sobre todo en la especialización: "Los mecánicos del futuro tienen que formarse y tener nociones empresariales, de marketing, etc. Pero la clave está en la especialización", destacaba. Y es que aseguraba que "el mecánico como 'hombre orquesta' que hace de todo irá en decadencia", poniendo de relieve que el profesional de la reparación no deberá dejar de lado 'lo analógico', es decir, "la inyección diésel y gasolina", pero no deberá descuidar 'lo digital', o sea, "la electrificación y los vehículos híbridos".

A pesar de las amenazas

## EL MODELO DE POSVENTA IAM ES VENCEDOR

**E**n el último día del congreso, junto Fernando López, CEO de GiPA, protagonizarían una interesante mesa de debate los representantes de las asociaciones de fabricantes (Benito Tesier, como presidente de la Comisión de Recambios de Sernauto) y recambistas (José Luis Bravo, presidente de Ancera) españoles, así como del sector en Portugal (José Pires, de ACAP, director general también del socio de Serca Krautli). La conclusión de los mensajes lanzados por los representantes sectoriales es que el modelo de negocio del mercado independiente es vencedor. Lo decía Tesier, que sin embargo invitaba a reflexionar sobre la posibilidad de incrementar su eficiencia: "Tenemos que trabajar en la reducción de costes de todo el canal, desde que la pieza es fabricada hasta que es montada en el taller. Hacerlo garantizará que tengamos futuro, necesitamos ser estrictos y rigurosos en este sentido". A modo de conclusión, puntualizaba: "Resistencia del modelo, sí; posibilidad de mejora, también". José Luis Bravo estaba muy de acuerdo: "El modelo de posventa independiente en España es diferente, seguramente adelantándose a otros mercados de su entorno. ¿Tenemos que ser más eficientes? Seguramente sí, pero en España la cuota IAM supera el 60%, habría que ver cuál es en otros países más consolidados". Bravo defendía lo suyo, argumentando por qué la distribución 'ataca' el mercado como lo hace: "¿Hay que mejorar? También, pero mientras en España sigan existiendo 45.000 talleres con 1,6 empleados de media, este modelo de distribución seguirá teniendo futuro". No creía que la llegada por tanto de actores extranjeros, que pudieran aterrizar en España, fuera una amenaza que de un día para otro pudiera sacar a los actores del sector IAM fácilmente del mercado. Otra cosa, y a pesar de la fortaleza del modelo, es que las empresas no deban ponerse la venda en los ojos frente a los cambios que vienen. Y en esto también estaban de acuerdo Tesier y Bravo, invitando ambos a los empresarios a no perderle la vista a conceptos tan importantes como la digitalización en las empresas, la conectividad o las nuevas formas de movilidad. De los retos que se afrontan, Tesier destacaba la llegada del coche

conectado: "Será la primera vez que algo representa una amenaza real para el modelo de negocio. Por primera vez se podrá tener contacto directo con el usuario sin intermediarios. En un mercado que siempre ha tenido al taller como su prescriptor, se trata de una realidad que desnaturaliza la situación". Destacaba Tesier la labor de lobby que realizan en este sentido las patronales luchando por los intereses del sector independiente, animando

a las empresas del sector a tomar cartas en el asunto para convertirse "en actores principales" en esta nueva realidad. Fernando López intervenía a continuación para hacer un apunte interesante. Y es que, desde su punto de vista, la distribución tendrá un papel fundamental como canalizador de los datos para unos talleres que en su inmensa mayoría, por diferentes motivos, no tendrán capacidad para gestionar el volumen de información generado.

**serca Digital Meeting**

Sr. José Pires  
(Secretario de ACAP Portugal)

Sr. Benito Tesier  
(Presidente Sernauto)

Sr. Fernando López  
(Ceo de Gipa)

José Luis Bravo  
(Presidente ANCERA)

10.00 a 11.00 Mesa redonda:

**La otra mirada, marca, distribución, electrificación y digitalización**

### El aftermarket portugués

Teniendo a José Pires en la mesa resultaba interesante conocer cuál es el estado de la situación en Portugal. Y lo que dijo fue que el portugués es un mercado que ha sufrido sensibles ajustes durante los últimos años, pasando las tiendas de recambio de 3.000 a 1.500 y situándose el número de talleres en torno a los 7.000 después de las numerosas caídas vividas sobre todo en talleres del lado oficial. Un mercado diferente al español en su estructura, con un nivel más en la cadena -la figura del distribuidor que suministra a las tiendas de recambio tiene en Portugal un rol más importante que en España-, pero que tiene en el servicio prácticamente el mismo foco que en nuestro mercado. Un servicio que en ocasiones se convierte en un lastre importante cuando se habla de fenómenos como el de la logística inversa, especialmente considerable en aquel mercado: "Un 15% de los pedidos se convierten en devoluciones por la no identificación de las piezas por parte de talleres y distribuidores", lamentaba, asegurando sin embargo que será difícil de cambiar. De la consolidación en Portugal Pires se explicaba con un ejemplo sencillo: "Somos un mercado en el que la empresa de distribución más grande factura 45 millones de euros. Se trata de un volumen insignificante para posibles inversores extranjeros. Es algo que les obliga a pensar en adquirir a varias empresas en caso de querer alcanzar un nivel considerable, lo cual dificulta las cosas y hace que, aunque el mercado portugués sea interesante, esté siendo dejado para más tarde...".

# CABIN3TECH+: RETIENE UN 98.8% DE LAS PARTICULAS NOCIVAS



CABIN3TECH+<sup>®</sup> 

**Retiene hasta un 98.8% de partículas  
finas >2.5 micras**

Protege los ocupantes de los alérgenos,  
la contaminación y los olores

Proporciona un aire más limpio en  
el interior que en el exterior



[www.cabin3techplus.com](http://www.cabin3techplus.com)

FILTERS  
**purflux** 

**FRAM**

**COOPERS**  
**FIAAM** FILTERS

**SO/GEFI**

EL DÉCIMO TERCER PUNTO PROPIO DEL DISTRIBUIDOR

**Recambios Ochoa tiene un nuevo centro en A Coruña**

**R**ecambios Ochoa, socio del Grupo Serca, abre un nuevo punto de venta en A Coruña. El nuevo centro estará ubicado en el polígono de A Grela abarcando casi 1.000 metros cuadrados de superficie repartidos en tres zonas. Contará con un área de almacén, dotado con las últimas tecnologías para optimizar los tiempos de entrega, un call center y un punto de venta con exposición de productos. Las instalaciones estarán identificadas con la imagen corporativa del Grupo Serca y de Recambios Ochoa. La delegación contará con una flota de vehículos comerciales y furgonetas de reparto para ofrecer el mejor servicio a los clientes de la zona en horario de 9h a 13:30h por la mañana y de 15:30h a 20:30h por la tarde.

“Después de más de 40 años sabemos cuáles son las necesidades en el día a día del taller. Este conocimiento nos ha llevado a crear una estrategia de expansión de Recambios Ochoa hacia el norte y A Coruña es un enclave estratégico ya que supone entrar en una de las ciudades más grandes de Galicia y desde allí proveer a toda la zona norte de A Coruña. Se establecerán varias



rutas de reparto por el norte apostando por el mejor servicio y la calidad del producto, ofreciendo marcas de primer nivel que satisfagan las necesidades y expectativas del mercado. Distribuir directamente los productos desde el fabricante, ahorrando tiempo y dinero a nuestros clientes. Esta relación directa con proveedores, sin intermediarios, nos permite facilitar el contacto entre los principales fabricantes de primer equipo y el taller”, destacan desde el distribuidor gallego.

Con esta apertura, Recambios Ochoa contará ya con trece centros repartidos por Galicia. Este centro es el segundo en la provincia de A Coruña, después de inaugurar el distribuidor el primero en la provincia en 2018 en la ciudad de Santiago de Compostela. Delegaciones propias que se suman a las otras tres tiendas asociadas en las localidades de Deza, A Guardia y Ribadavia.

SIGUE CON SU EXPANSIÓN EN BALEARES

**Recambios Siroco abre en Ibiza**

**E**l socio balear de Grupo Serca, Recambios Siroco, sigue con su expansión en las islas abriendo una nueva tienda en Ibiza. Se trata de la sexta delegación con la que cuenta el distribuidor, que ya dispone de dos en Menorca y otras tres en Mallorca.



“Siroco lleva más de 15 años siendo uno de los pioneros en las Baleares en el sector de la automoción”, destaca su gerente, Joan León. La nueva tienda de Ibiza se ubica en el Polígono de Ca Na Palava - Santa Eulària des Riu.

SIGUE EXPANDIÉNDOSE EN ZARAGOZA

**Recambios Segorbe abre un nuevo punto de venta en Utebo**

**E**n 2019 Recambios Segorbe se estableció en Zaragoza por medio de la compra de Repuestos El Pilar y Recambios Corona. Siguen con su plan de

expansión en la provincia con la apertura de un nuevo almacén en Utebo. Un nuevo punto de venta que cuenta con más de 1000 metros cuadrados de almacén, 180 para una sala de formación, además de un call center. Tras esta apertura, la empresa cuenta con nueve tiendas que dan servicio a las provincias de Teruel, Castellón, norte de Valencia y Zaragoza. El nuevo almacén se encuentra a tan sólo 5 kilómetros de Zaragoza y está perfectamente conectado con las diferentes rutas. Esto les brindará una mayor agilidad en la provincia, afirman, y les permitirá ofrecer un mejor servicio a todos los clientes de la zona y de la

propia capital. Amplían además la flota de reparto con más vehículos nuevos y nuevas rutas, generando así nuevos puestos de trabajo que fomentarán la mejora del empleo en la provincia.

“Con estas nuevas instalaciones lo que se pretende conseguir es una mejor cobertura y servicio en la zona. Los clientes podrán disponer de atención y asesoramiento personalizado y especializado, formación, comercio electrónico, asistencia técnica, programa de gestión, equipamiento de taller, así como el mantenimiento y certificación de maquinaria, etc”, aseguran desde Recambios Segorbe.

**Ejemplo de solidaridad**

*Durante el pasado mes de diciembre se ha llevado a cabo la primera recogida de alimentos de Recambios Segorbe para ayudar a personas en situación de exclusión. Una campaña en la que el distribuidor ha conseguido recaudar más de 1.200 kilos de alimentos no perecederos entregados en las asambleas de la Cruz Roja de Teruel, Castellón, Canet y Zaragoza, “para tener un reparto equitativo entre todas las provincias donde opera Recambios Segorbe y así poder ayudar a un territorio más amplio”. “Hemos pasado un año muy duro y muchas familias se han visto afectadas por la crisis sanitaria que vivimos. Nos ha afectado sanitariamente, socialmente e incluso económicamente. Por este motivo, hemos querido impulsar esta iniciativa e infundirla entre todos nuestros trabajadores para que juntos pudiésemos ayudar a cuantas más familias mejor”, destaca el socio de Serca. Los empleados de las nueve delegaciones han sido participes del proyecto y han colaborado aportando su granito de arena durante las dos semanas que ha durado la recogida de alimentos no perecederos. Además, la empresa ha donado alimentos comprados en comercio local y de cercanía con la adquisición de productos autóctonos de Aragón y la Comunidad Valenciana.*



EL DISTRIBUIDOR MADRILEÑO, SIEMPRE COMPROMETIDO

## Reynasa pone en marcha una recogida de alimentos



**R**eynasa ha puesto en marcha una campaña de recogida de alimentos entre sus empleados y clientes, con la que pretenden, tal y como aseguran, "reforzar nuestro compromiso con la sociedad en la que vivimos y de la que formamos parte". Su objetivo es poner su granito de arena para la resolución de la situación de excepcionalidad provocada por la crisis sanitaria que estamos viviendo y que ha dado lugar a que miles de personas hayan tenido que recurrir a organizaciones benéficas para alimentar a sus familias. Mostrándose plenamente concienciados con el panorama actual, el distribuidor donará al Banco de Alimentos de Madrid el equivalente en dinero de la cantidad de kilos recogidos durante la campaña, que tendrá lugar entre el 9 y el 18 de diciembre. En palabras de Antonio López, director general de Reynasa: "Nos gustaría generar una

corriente de solidaridad que llegue a todas aquellas personas de nuestro entorno, y no sólo a los empleados y clientes de Reynasa, sino también a sus familiares y amigos a través de ellos, ya que en estos momentos todo suma para poder ayudar a los más desfavorecidos".

Se trata, en definitiva, de una iniciativa solidaria cuyo principal objetivo es poder contribuir para luchar contra la lacra del hambre, mediante la recogida de productos de primera necesidad como aceite, leche, alimentos infantiles, conservas en lata, legumbres, harina, azúcar, así como cualquier otro producto de alimentación no perecedero. "Es momento de ayudar con el corazón, no importa la cantidad que se aporte, lo realmente importante es contribuir con lo que cada uno pueda para poder llenar las estanterías del Banco de Alimentos", concluye el director general de Reynasa.

FOMENTANDO LA CERCANÍA CON LOS MERCADOS EN LOS QUE OPERA

## Nexus piensa global y actúa local

**A** finales de 2019 Nexus adelantaba que abrirían tres nuevos centros de proveedores en 2020 con el objetivo de apoyar a sus socios a escala local y global. Y sus planes ya están viendo la luz: acaban de abrir oficinas en Heidelberg (Alemania) y en Osaka (Japón). El tercero, que ubicarán en Chicago, se encuentra aún en proceso debido a las demoras lógicas provocadas a raíz de la pandemia. A estas aperturas suman

además la incorporación de la figura de un gerente de Asociaciones de Proveedores Japoneses para intensificar su presencia en el país, cargo que asumió Masashi Ogawa en noviembre con el objetivo de promover más activamente a los principales fabricantes japoneses en todo el mundo. "Estas acciones tomadas durante 2020, en colaboración con socios importantes y valiosos, muestran claramente el

compromiso de Nexus con el negocio global de posventa", asegura el CEO de Nexus Gaël Escribe. Y sobre Masashi Ogawa, asegura: "Con 30 años de experiencia en la industria de la automoción y una formación académica de alto nivel, Masashi-san se compromete a brindar apoyo continuo y avanzado a nuestra comunidad. Le deseamos a Masashi-san un buen comienzo dentro de la familia Nexus", concluye Escribe.



CONTINÚA CON SU PLAN ESTRATÉGICO

## Recanvis Penedès abre tres delegaciones en Cataluña

**R**ecanvis Penedès inaugura delegaciones en Igualada, Vic y Molins de Rei (tres importantes localidades de la provincia de Barcelona). Puntos de venta que se suman a los otros tres con los que ya cuentan en Vilanova i la Geltrú, L'Hospitalet de Llobregat y Sant Adrià de Besòs. De este modo, el recambista continúa con su plan estratégico de implantación en el mercado catalán iniciado hace cinco años. Con estas nuevas sucursales amplían sus instalaciones en más de 3.600 metros cuadrados y 15.000 metros lineales de estanterías para "dar el mejor servicio a nuestros clientes de las comarcas del Anoia y el Baix Llobregat", además de extender su zona de influencia a la comarca de Osona. Según aseguran, la apertura de estas tres delegaciones reforzará la presencia del recambista en el mercado dando cobertura a las comarcas del Alt y Baix Penedès, Garraf, Anoia, Baix Llobregat, Barcelonès y Osona, con el objetivo de "acercar nuestro servicio y ayudar a nuestros clientes en su día a día".





PARA LOS TALLERES QUE CUENTEN CON AMBAS

## NEXT Control hace posible la integración con GT Estimate

**N**EXT Control es el programa de gestión número uno en el sector. Una de las joyas de la corona del Grupo Serca, que fue pionero en el lanzamiento de una herramienta que fue y sigue desarrollada pensada por y para los talleres, que acaba de incluir una integración de lo más interesante para los talleres que trabajen con la herramienta de valoración GT Estimate, de la compañía tecnológica GT Motive. Gracias al trabajo realizado por el Grupo Serca, aquellos talleres que utilicen la herramienta de valoración de GT Motive podrán ahora configurar sus parámetros de acceso a la web de GT Estimate para crear nuevas valoraciones desde los apartados de presupuestos u órdenes de reparación con los datos del vehículo indicado en NEXT Control. Una vez generada dicha valoración, los profesionales podrán descargarla directamente, en un solo 'click' a través de la opción de descarga desde NEXT Control. Serán de este modo trasladado los trabajos -mano de obra más recambio utilizado- pudiendo directamente pasar a facturar la reparación.

## NACE NEXT ASSIST GEST

### Serca ofrecerá un servicio de consultoría de gestión del taller

**S**erca crea NEXT Assist Gest, un nuevo servicio con el que el grupo busca ofrecer "un valor añadido al taller a través de un servicio de consultoría online de gestión empresarial y comercial", "un servicio de consultoría premium y completo", cubriendo así las necesidades del reparador en temas de organización, planificación, gestión de indicadores, objetivos y seguimientos, desarrollo o acciones de marketing y campañas y redes sociales, desde el taller y sin inversiones. En otras palabras: NEXT Assist Gest acompañará al reparador para profesionalizar sus procesos ofreciéndole una visión empresarial de su negocio.

De una forma más concreta, permitirá al taller definir sus objetivos de una forma más sencilla, proporcionándole para ello herramientas como un 'check list' para la elaboración de un informe de situación a partir de los indicadores clave de la gestión, especialmente en relación a la eficacia (horas facturadas /horas de presencia). Y no sólo: también les ayudará a marcar un objetivo una vez analizados los indicadores del informe de situación, haciendo posteriormente un seguimiento del objetivo mensual a través de un fichero.

#### Asesoramiento integral para el taller

Este nuevo servicio de Serca llega para ir un paso más allá, garantizando el soporte al taller más allá de los asuntos más técnicos -como vienen haciendo desde hace años por medio de diferentes departamentos-, sino también los relacionados con la gestión administrativa y comercial del negocio. Serca

ayudará a sus clientes en aspectos relacionados con el cálculo del coste/hora de la empresa y por empleado, el conocimiento del umbral de la rentabilidad, la medición de la estacionalidad para optimizar las campañas de marketing, asesoramiento sobre fichajes en el taller, seguimiento de los indicadores de productividad y rendimiento (cómo interpretarlos, pautas para la mejora), etc.

NETX Assist Gest también ofrecerá asesoramiento sobre la facturación: cómo fijar el ratio de eficacia (horas facturas entre horas de presencia) si el establecimiento lo requiere; seguimiento del ratio para alcanzar la máxima rentabilidad; presupuestos al cliente, así como la importancia de la venta de la reparación al perito y no la compra del peritaje, además de ofrecer soporte en la gestión y el control de las reclamaciones, garantías y atenciones comerciales.

Y además, por último, NETX Assist Gest ofrecerá asesoramiento sobre aspectos organizativos: perfil de puestos administrativos y responsabilidades, planificación de la agenda de citas y carga de trabajo, planificación de las órdenes de trabajo en el taller, control final y entrega, seguimientos de cliente y acciones de marketing, próximo mantenimiento/ITV, acciones de fidelización, cómo aumentar el tráfico según la estacionalidad...

#### Manel Báez, al frente del servicio

"La idea es ofrecer sobre todo confianza y por eso mi implicación es total. Estaremos a dis-

posición del taller para todas las consultas que nos quiera formular", asegura Manel Báez, socio en Assistec y especialista en análisis de procesos de taller e implantación de estrategias, que estará al frente del servicio.

En cuanto a las consultas, se canalizarán a través de un área privada creada al efecto para los usuarios del servicio. La idea es que todas ellas se gestionen a través de este canal, creándose un histórico de consultas que facilitará el acceso a cada una de ellas de forma rápida y sencilla. Será el propio Manel Báez quien ejercerá de mediador entre el reparador y el equipo de Serca, respondiendo a las consultas en primera persona y preguntando en caso necesario al colaborador correspondiente.



"Con este servicio buscamos ofrecer una consultoría premium y completa", asegura Báez. Y es que los talleres suelen tener asistencia técnica por lo general, pero no asistencia en la gestión, el desarrollo de su negocio y el marketing. La idea es que el taller pueda crecer y sostenerse, obtener rentabilidad y "maximizar todo lo bueno que hace para que cada reparación sea más rentable sin dejar de ofrecer un servicio de calidad y haciendo la visita lo más satisfactoria posible para el cliente", en palabras de Báez.

UN AÑO MÁS, CERTIFICADA

## Aicrag sigue demostrando su calidad



**R**ecanvis Aicrag ha recibido la renovación del Certificado de Gestión de la Calidad según norma UNE-EN ISO 9001:2015, tras la auditoría externa realizada por el Instituto de Certificación OCA. Dicha entidad analizó minuciosamente la correcta aplicación de los procesos de trabajo por parte de cada uno de los equipos de las once delegaciones con las que cuenta Aicrag en las provincias de Barcelona y Tarragona. El distribuidor cumple cinco años ininterrumpidos acreditando la excelencia de su sistema de gestión de calidad.

Un sistema basado en la evaluación del cumplimiento de 8 principios básicos inspirados en el ciclo de mejora continua PDCA (las siglas en inglés de "Planificar, Hacer, Comprobar, Actuar").

"La situación excepcional que está viviendo toda la sociedad está poniendo a prueba nuestra capacidad de adaptación a todos los niveles. Por eso me siento muy orgulloso del esfuerzo que estamos haciendo todo el equipo de Aicrag para mantener la calidad de nuestro servicio a los talleres", decía Agustín García, gerente del distribuidor.

Por su parte, Montse García, responsable de Calidad y Marketing de la compañía, aseguraba después de la renovación de esta certificación que "la renovación del ISO 9001:2015 es la demostración, un año más, del firme compromiso de Aicrag por ser una empresa fiable y que apuesta por la mejora continua, de la que se benefician tanto nuestros clientes como nuestros proveedores".

David Bassas, Carlos García y Luis Romero

NGK-NTK

## “En 2021 nos centraremos en potenciar las ventas de nuestros clientes”

*David Bassas llegó a NGK-NTK en 2014. Primero como director general en Iberia, en 2019 sumó a esta responsabilidad la del negocio del fabricante en Europa Occidental (además del norte de África). Un profesional con experiencia, que llegó al sector por primera vez en 1983 para desempeñar diferentes responsabilidades en empresas como las Boge, Luk o Ferodo Necto de entonces. Después de varios años como director general de Federal Mogul -hoy integrada en DRiV-, en 2010 saldría del sector para volver apenas cuatro años después con el objetivo de revolucionar la esencia de una empresa de éxito, ya veterana, como NGK. Y es que al fabricante japonés especialmente conocido por sus bujías le añadió un apellido que, aunque ya existía, no tenía el peso que no tardó en darle Bassas. NGK-NTK fue a partir de entonces, mucho más allá de sus bujías, un especialista en encendido y sensores.*

*Un giro en la estrategia que Bassas supo dotar además de los mejores recursos humanos posibles, fichando primero en 2015 a Carlos García, hoy director de Márketing y responsable del mercado portugués; y más tarde a Luis Romero, director de Grandes Cuentas desde 2017, dos profesionales con los que ya había trabajado en Federal Mogul. Que esta entrevista tenga lugar a tres bandas no es más que el reflejo de una realidad que Bassas resalta cada vez que tiene ocasión, convencido como pocos del valor del trabajo en equipo. Hablan por tanto las tres cabezas visibles de NGK-NTK en Iberia: David Bassas, Carlos García y Luis Romero.*



**El 2020 ha sido un año especialmente complicado, ¿qué valoración hacen ustedes?**

**Bassas:** Nuestra actitud es siempre positiva, tenemos ese perfil... Pero lo cierto es que a pesar de todo lo sucedido durante este año podemos estar satisfechos de cómo han ido las cosas. En primer lugar, desde el punto de vista humano, porque no ha habido ningún problema de salud significativo derivado del coronavirus en las personas del equipo. En el plano humano también, pero ya más relativo al negocio, nos sentimos satisfechos porque todo el personal,

a excepción del área logística, ha podido trabajar con normalidad desde sus casas durante los meses de confinamiento más estricto. A partir del 12 de mayo nos organizamos en tres equipos, de modo que veníamos a la oficina por turnos con todas las medidas de seguridad necesarias. Analizando puramente la parte empresarial, es evidente que hemos sufrido mucho por nuestros clientes, porque sabíamos que tenían dificultades, pero tengo que decir que el balance del negocio a día de hoy es francamente satisfactorio. De enero a noviembre sólo estamos



un 2,2% por debajo de la cifra de 2019, un resultado del que tienen mucha 'culpa' Luis Romero, Carlos García y las personas de su equipo.

**Venían de unos crecimientos considerables...**

**Bassas:** Es cierto que esa tendencia ha ayudado a que la caída no fuera mayor. El trabajo que se venía realizando antes del coronavirus ha dado sus frutos con incrementos de ventas donde era necesario tenerlos, habiendo además crecido en nuestro portafolio de producto. Esto ha permitido que en una situación de mercado francamente difícil hayamos

podido tener una situación de cierto privilegio. Sabemos que probablemente el relajamiento de las restricciones generará un incremento de las dificultades en el mercado durante los meses de enero y febrero, pero lo cierto es que estamos en disposición de afrontarlo con las mayores garantías.

**¿Cuál cree que es la clave de este éxito?**

**Bassas:** Una de ellas es que consideramos a nuestros principales clientes 'partners' de nuestro negocio, trabajamos con ellos de manera conjunta en el diseño de una estrategia para llegar con éxito al mercado.

No somos sólo un proveedor de piezas. Y además con dos marcas reconocidas, de calidad, desarrolladas por profesionales que aportan estabilidad en el negocio y tranquilidad a los clientes. Nuestro enfoque va más allá de suministrar piezas.

**La debilidad de ciertos competidores habrá ayudado también a que su posición en el mercado se haya incrementado del modo que lo ha hecho...**

**Bassas:** Es cierto que esto ha generado oportunidades de negocio que el coronavirus ha incrementado incluso. De algún modo la necesidad de trabajar

con proveedores sólidos se ha acelerado. Y es algo que Luis (Romero) y Carlos (García) han sabido detectar muy bien. Los distribuidores necesitan concentrar su esfuerzo en un número determinado de proveedores, no dispersar sino concentrar para asegurar que su estrategia es la adecuada. Es algo que nuestro equipo de ventas ha sabido trabajar muy bien.

**Cuando usted llegó en 2014 a la empresa, NGK era una marca consolidada. Aun así, su objetivo fue hacer cambios significativos que pudieran llevarles al crecimiento que después experimentaron: ¿cómo se vivió**

**internamente ese proceso?**

**Bassas:** Ha sido muy importante primero crear nosotros mismos esa capacidad de cambiar, de convertirnos en un proveedor de portafolio. Éramos conocidos por una marca y un producto: bujías NGK. Hemos pasado de eso a ser un proveedor experto en encendido y sensores. Ese cambio había que creérselo primero. Y después salir al mercado para convencer también de ello a nuestros clientes, y en ese proceso el trabajo de Luis Romero, Carlos García y su equipo ha sido fundamental. Y no diré que ha sido fácil, pero los argumentos eran tan sólidos, que era tan solo cuestión de tiempo que el mensaje calara en el mercado. Y es que somos proveedores OE en la mayor parte de nuestros productos, con mucha calidad en marcas reconocidas. Y en este sentido, el soporte que tuvimos por parte de la central también en el desarrollo del proyecto de expansión de nuestro portafolio ha sido muy importante. A día de hoy, somos uno de los países en los que se ha llevado a cabo este proceso con mayor éxito.

**Romero:** Hacer hincapié en el desarrollo de NTK -marca especialista en sensores- ha sido un enorme paso adelante. Porque aunque en cifras puras de negocio no ha sido el detonante del crecimiento de la empresa, nos ha permitido crecer con NGK. Los sensores son un producto que durante los últimos años ha ido creciendo mucho en el mercado, contar con una oferta como la NTK nos ha permitido entrar en clientes con los que no trabajábamos con NGK, o sólo lo hacíamos para la bujía, y desarrollar el portafolio completo de producto: bobinas, calentadores... No diré que ha sido fácil, pero sí que contar con una oferta fuerte de dos marcas potentes nos ha ayudado mucho.

Apostar por esa expansión de la oferta, incluyendo de forma significativa los sensores NTK y ampliando el foco de NGK sobre todo el encendido (más allá de la bujía), ¿fue una decisión de Iberia o vino dada desde la central?

**Bassas:** Fue nuestra. Detectamos oportunidades

y apretamos el botón. Es cierto que después la central europea ha promovido también esta estrategia de llegar a un mercado más amplio con un portafolio más completo, porque además la oferta ya existía, pero nosotros centramos el esfuerzo antes.

#### **Fueron pioneros...**

**Bassas:** De algún modo vimos esa oportunidad desde un principio mientras que quizá otros países seguían enfocando los esfuerzos en desarrollar mucho unos productos y no tanto otros. Tomamos la decisión porque detectamos una buena manera de crecer de forma sostenible: si hablábamos de bujías teníamos una cuota de mercado alta; pero en otros productos era sensiblemente más baja. En 2014 éramos por ejemplo el tercer proveedor en calentadores en España, tres años después ya éramos líderes.

**García:** Y es un proceso que se ha llevado a cabo de forma tan natural que a veces puede que desde fuera parezca fácil... Y no lo es. Dentro de NGK-NTK, una de las cosas que más valoro y que más le gusta a David (Bassas) potenciar es el factor humano, el equipo. Te da confianza, te deja trabajar y para mí sin duda ha sido uno de los mayores factores para el éxito que se ha tenido. Somos un equipo reducido, pero los que somos trabajamos con ilusión y ganas.

**Bassas:** Estoy más que de acuerdo. Y aunque los clientes lo perciben, no llegan a ser conscientes del ambiente que tenemos aquí. Es que nos lo pasamos bien trabajando... Trabajamos a gusto, venimos contentos. Y es algo que tiene su reflejo más allá de nuestro estado de ánimo, porque de este modo conseguimos que al final los temas se resuelvan con cierta facilidad. Esa manera de vivirlo, esa pasión, va en nuestro ADN y resulta realmente satisfactorio haber conseguido que esta actitud, más allá de nosotros tres, haya también calado en las personas de nuestro equipo.

#### **¿Qué prioridades tienen para 2021?**

**Bassas:** Afrontamos un año con muchas incertidumbres: 2020 ha sido un año

duro y 2021 lo va a ser también. Llevamos semanas trabajando en la estrategia que desarrollaremos, nos gusta hacer los deberes. Tenemos muy claro que, pase lo que pase, la estrategia en 2021 debe estar enfocada en cómo ayudar a nuestros partners.

#### **¿Y cómo pueden ayudarles?**

**Bassas:** De muchas maneras. Considerando que somos partners y que ambos tenemos el objetivo de atender la demanda del mercado con la máxima respuesta posible, nos centraremos en qué hacer para potenciar las ventas de nuestros clientes desde nuestro papel de proveedor. Y es cierto que cuando en el mercado suceden situaciones complejas como la que vivimos, se suele recurrir a fórmulas fáciles: aplazar pagos, por ejemplo, fue una petición muy recurrente en 2020. Nuestro camino es otro: no somos un banco, no abrimos la caja fuerte y repartimos dinero. Ayudamos a nuestros partners con soporte para que puedan trabajar de la forma más cómoda, con promociones inteligentes, ayudándoles a enfrentar los retos que se presentan... No queremos evitar los obstáculos, queremos enfrentarlos y resolverlos conjuntamente, y lo haremos además de forma particular con cada uno de ellos, porque cada uno tiene su peculiaridad y las necesidades de soporte no siempre son las mismas.

#### **¿Les cuesta argumentar esa forma de hacer las cosas en situaciones límite?**

**Bassas:** Seguramente sea más complicado hacerlo ver en un principio, pero es la única manera de desarrollar una relación de partners. Es como si un padre resuelve con una calculadora cada duda que su hijo le plantea. Le está dando la solución, pero no le está ayudando en absoluto. Nosotros preferimos dar herramientas para que nuestros clientes resuelvan sus problemas por sí mismos, que es además lo que ellos buscan: ser autónomos en sus negocios.

Romero: Con la primera ola del coronavirus, fue muy común que los distribuidores quisieran apoyarse en su proveedor buscando ayudas financieras o la modificación de los acuerdos



para adaptarse a la nueva situación. Lo que nosotros hicimos fue volcarnos en ayudarles con sus ventas. Una vez finalizado el año han podido comprobar que esas herramientas que pusimos en marcha con ellos les han ayudado a alcanzar los objetivos y sus cifras de compromiso. Sabemos que en 2021 el fantasma del coronavirus volverá a aparecer, pero nosotros vamos a seguir en la misma línea.

#### **¿De qué se sienten más orgullosos?**

**Bassas:** Hay tres partes. Por un lado, en el aspecto humano me siento muy orgulloso de que a pesar de las dificultades hemos podido solventar la situación sin hacer un ERTE. Por otro, si hablamos de puro negocio, nos da tranquilidad poder trabajar a medio o largo plazo, porque el corto no nos preocupa, y lo digo con toda la humildad del mun-

do, pero los resultados nos acompañan. Esto es la consecuencia del trabajo bien hecho y de eso nos sentimos también muy orgullosos. El tercer factor tiene que ver con el sector: se están viviendo muchas dificultades, hay incertidumbres en relación a posibles movimientos de concentración que de algún modo pueden amenazar el aftermarket en España igual que ha ocurrido en otros

**“Es evidente que hemos sufrido mucho por nuestros clientes, porque sabíamos que tenían dificultades, pero tengo que decir que el balance del negocio a día de hoy es francamente satisfactorio. De enero a noviembre sólo estamos un 2,2% por debajo de la cifra de 2019”. DAVID BASSAS**

**“Hacer hincapié en el desarrollo de NTK ha sido un enorme paso adelante. Porque aunque en cifras puras de negocio no ha sido el detonante del crecimiento de la empresa, nos ha permitido crecer con NGK. Los sensores son un producto que durante los últimos años ha ido creciendo mucho en el mercado, contar con una oferta como la NTK nos ha permitido entrar en clientes con los que no trabajábamos con NGK, o sólo lo hacíamos para la bujía, y desarrollar el portafolio completo de producto: bobinas, calentadores...”. LUIS ROMERO**



**“Dentro de NGK-NTK, una de las cosas que más valoro y que más le gusta a David (Bassas) potenciar es el factor humano, el equipo. Te da confianza, te deja trabajar y para mí sin duda ha sido uno de los mayores factores para el éxito que se ha tenido. Somos un equipo reducido, pero los que somos trabajamos con ilusión y ganas”.** CARLOS GARCÍA

**“Con la primera ola del coronavirus, fue muy común que los distribuidores quisieran apoyarse en su proveedor buscando ayudas financieras o la modificación de los acuerdos para adaptarse a la nueva situación.**

**Lo que nosotros hicimos fue volcarnos en ayudarles con sus ventas. Una vez finalizado el año han podido comprobar que esas herramientas que pusimos en marcha con ellos les han ayudado a alcanzar los objetivos y sus cifras de compromiso”.** LUIS ROMERO

**“Serca es un grupo muy próximo a nuestra empresa, tanto en el apartado profesional, como en el personal. Conocemos bien a casi todos los socios, y con casi todos ellos hemos tenido una relación intensa. Hemos tenido un crecimiento muy similar al suyo, exponencial durante los últimos años, y ambas partes tenemos una manera de ver el negocio muy parecida. El caso de Serca es significativo dentro de NGK-NTK: de éxito en lo profesional y de satisfacción en lo personal, algo esto último que es especialmente gratificante”.** DAVID BASSAS

comenta David (Bassas): por cómo estamos trazando nuestra estrategia comercial para que todo sea coherente.

**Si echan la vista atrás, ¿qué decisiones no volverían a tomar?**

**Bassas:** Es difícil responder a esta pregunta. Lamento haber tomado algunas decisiones que han sido duras por desagradables en algún momento determinado, pero si analizo la situación volvería a tomarlas porque fueron necesarias. Nosotros trabajamos de manera muy conjunta, con mucha transparencia y analizando bien cada decisión. Discutimos todos los puntos de vista, de modo que cuando llegamos a un puerto la decisión es robusta. Es complicado que trabajando así haya fisuras.

**¿Qué supone Serca en el universo NGK-NTK?**

**Bassas:** Es un grupo muy próximo a nuestra empresa, tanto en el apartado profesional, como en el personal. Conocemos bien a casi todos los socios, y con casi todos ellos hemos tenido una relación intensa. Hemos tenido un crecimiento muy similar al suyo, exponencial durante los últimos años, y ambas partes tenemos una manera de ver el negocio muy parecida. Y es una relación que trasladamos tanto con los socios de mayor volumen, como con aquellos que sin tener un valor absoluto alto sí son muy representativos en sus zonas, como es

la mayoría de esos casos. El caso de Serca es significativo dentro de NGK-NTK: de éxito en lo profesional y de satisfacción en lo personal, algo esto último que es especialmente gratificante.

**Romero:** Cuando en 2017 llegué a la empresa hice un análisis que me gusta llevar a cabo siempre: estudiar qué representa un grupo en el mercado y compararlo con lo que representa dentro de nuestra empresa. Vi que había posibilidades de potenciar el negocio que teníamos y en esa línea hemos trabajado durante estos años. Hemos crecido cada ejercicio durante los últimos cinco con Serca, teniendo aún muchas posibilidades de desarrollo.

**Hace cinco años apenas tenían presencia en los socios con mayor volumen...**

**Bassas:** Es cierto que cuando llegué a la empresa trabajábamos muy bien con muchos de los socios de menor volumen, y apenas teníamos presencia en los más grandes. Esto ha cambiado. Sin embargo, algo que hemos sabido hacer y de lo que me siento también muy orgulloso es ir con todos los socios del grupo con las manos abiertas. Hemos tenido la habilidad, la suerte y el objetivo de siempre mantener un equilibrio entre los llamados pesos pesados y los que por volumen no lo son tanto pero que para nosotros resultan muy representativos porque son quienes nos daban, y nos

dan, fuerza dentro de la organización.

**Si pudieran pedirle algo al grupo...**

**Bassas:** Haría referencia a algo que dijo Gael Escribe (CEO de Nexus) en el congreso digital del grupo en noviembre. Dijo que probablemente en algunos vehículos tenía sentido que se siguieran utilizando recambios de marcas representativas y sin embargo no tanto en otros, para los que podría ser más interesante desarrollar marcas privadas. Les diría que lean bien esas palabras en el contexto en que se produjeron y que sigan siendo fieles a las marcas representativas que les han ayudado a seguir en el mercado de forma puntera. Esto es lo que les diría como proveedor. Mirando a su negocio, les diría que tengan la puerta abierta y no se encierren en su universo: están situados en un muy buen contexto, bajo el paraguas de Serca en España, y de Nexus en el plano internacional, y eso es confortable, pero deben ver esto no sólo como una situación de confort, sino como un contexto que les genera oportunidades que deben aprovechar. Que sean proactivos y que aprovechen ese paraguas para pelear su futuro, el de ahora y de medio-largo plazo. Que no pierdan su individualidad y que saquen provecho de ese paraguas como parte de su estrategia empresarial a futuro.

países, pero podemos sentirnos muy orgullosos de cómo está sobreviviendo nuestra industria. Otros sectores están sufriendo mucho más que el nuestro y eso es en gran parte porque las empresas han sabido reubicarse y renovarse. Esto también es sin duda un motivo de orgullo.

**Durante el último año se han producido movimientos de entrada y salida de socios en grupos de distribución, se anuncian entradas de competidores europeos por medio de la compra de recambistas españoles... ¿cómo se vive esta situación como proveedor?**

**Bassas:** No es difícil. Todo lo viene se afronta de una manera tranquila si has hecho los deberes. Cuando yo entré en la compañía en 2014 dejé una cosa clara a mi equipo: quiero dormir tranquilo y para eso nuestras condiciones

comerciales tienen que ser coherentes. Si mañana un distribuidor pasa de un grupo a otro, no pasa nada porque lo que va a encontrar es coherencia. Y hay diferencias en las condiciones, por supuesto, pero nuestro mapa comercial es coherente, con diferencias, cuando las hay, perfectamente justificadas. Y es algo que también trasladamos fuera de España, trabajando por armonizar los mercados.

**Romero:** En relación a los procesos de concentración que se están produciendo, hablamos por el momento de movimientos en España que por el propio peso específico de las compañías impactan en menor medida que lo que puede estar sucediendo en Europa, donde los volúmenes de las empresas son mucho mayores. Podemos estar tranquilos como proveedor, y más aún por lo que

## CON *fundamento*

### Más de 110 Años de experiencia

No hay nada más esencial para el progreso de la humanidad que el movimiento. Hoy en día, todos somos parte de una economía global en movimiento, de un fluir dinámico de personas, productos, sistemas y relaciones.



Esta economía en movimiento es cada vez más poderosa y avanza de manera imparable. Sus motores son la tecnología, las necesidades del consumidor y las normativas gubernamentales. En ella se basan fabricantes, distribuidores y minoristas de todo el mundo para modelar y reconfigurar sus estrategias. Pero, dentro del aparente caos de cambios y fluctuaciones económicas, se perciben ciertas constantes. Por ejemplo, el valor de respetar las promesas, la capacidad de ofrecer un servicio siempre a tiempo y el compromiso de que ese servicio se preste independientemente de los obstáculos. Estas son las bases para establecer relaciones sólidas y duraderas tanto en lo personal como en lo profesional. Y ninguna empresa mejor que Dayco entiende el valor de esa solidez, de esa resistencia. De hecho, Dayco ha resistido a todas las dificultades y ha emergido siempre de ellas como una empresa más fuerte, más inteligente y más resiliente. Con sus más de 110 años de experiencia, Dayco ha mejorado y sigue mejorando la forma de facilitar el movimiento en el mundo, creando para ello productos, sistemas y relaciones tan resistentes como duraderas. Hay cosas que nunca cambian.



#### MARCA DE DRIV

### Monroe estrena web

La marca perteneciente a DRiV acaba de lanzar su nueva web, un portal diseñado para ofrecer “una experiencia única, fácil de usar, ayudando a los usuarios a navegar por ella de manera rápida y amigable”. Compatible con diversos dispositivos -incluidos smartphones y tablets-, el sitio web presenta las últimas noticias de la marca a través de la sección del blog e incluye nuevos contenidos y funciones desarrolladas para dar soporte tanto a los clientes actuales como a los potenciales. Desde la compañía señalan que la página está centrada en el soporte y el producto, proporcionando consejos de instalación técnica que pueden ayudar a los técnicos en el montaje de amortiguadores, columnas de suspensión, muelles y componentes de dirección y suspensión. También permite descargar catálogos y navegar por el catálogo electrónico, y asimismo la sección de soporte también incluye información sobre la garantía y hace referencia al programa de soporte ‘Technician First’ de Garage Gurus de DRiV.

#### CONTINÚAN CON LA EXPANSIÓN DE SU GAMA

### Talosa incorpora 67 referencias a su catálogo de caucho-metal

Talosa continúa con el crecimiento de su oferta, habiendo incorporado durante el tercer trimestre de 2020 67 nuevas referencias a su catálogo de caucho-metal. Concretamente, se trata de referencias relativas a silentblocks, soportes (amortiguación, transmisión suspensión) y otras partes del chasis que ya están incorporadas a su catálogo online para la distribución inmediata a sus clientes. Con estas nuevas 67 referencias son ya 231 las que el fabricante ha lanzado durante todo este año 2020 en la familia de caucho-metal. Este crecimiento se enmarca dentro del plan integral de desarrollo de Talosa de su oferta en componentes de dirección y suspensión.



#### SE ‘ENCHUFA’ AL FUTURO

### FARE apuesta por los eléctricos

“El caucho tiene futuro en el coche eléctrico”, asegura Rubén Foixench, gerente de FARE, fabricante de caucho-metal. La entrada del vehículo eléctrico en el mercado desencadena una serie de cambios en el desarrollo de piezas para los fabricantes de componentes. Y es que los sistemas de suspensión, amortiguación, transmisión, dirección y en menor medida, refrigeración, seguirán siendo principalmente de caucho-metal, y ahí es donde la compañía ha decidido poner el foco. Durante este 2020,

FARE ha apostado por el desarrollo de nuevas piezas en esta gama de vehículos y centrará parte de sus esfuerzos del 2021 en completarla. Y para muestra... El Renault Zoe, la Citroën Berlingo Electric, el Volkswagen e-Golf y el Smart EQ Fortwo, algunos de los principales modelos en los que el especialista ha incorporado nuevas piezas en su catálogo. Así, FARE incrementa a más de 13.000 referencias disponibles, visibles en el nuevo catálogo digital de FARE y las plataformas TecDoc, Etai y Kromeda.





## CON **fundamento**

# Tecnología de pilares PVT, patente Brembo para discos ventilados

Las tensiones térmicas en un disco de freno son muy exigentes. De hecho, toda la energía del vehículo se transforma en calor en la superficie de interacción entre el disco y la pastilla y el aumento de la temperatura local es notable. La mayor parte de los casos, el disco absorbe más del 80% del calor generado. Por tanto, el enfriamiento del disco es fundamental para garantizar un buen funcionamiento del sistema de frenos, algo que se logra mediante la circulación de aire que se genera al desplazarse el vehículo y, sobre todo, por el movimiento del aire que genera la rotación del propio disco. En función de la cantidad de calor que se ha de disipar, se deben adoptar soluciones adecuadas para garantizar el funcionamiento correcto del freno. Para aumentar la superficie de intercambio térmico con el aire, se suele recurrir a discos ventilados con un ancho de la cámara de ventilación adecuado y a formas de ventilación cada vez más eficaces. Estos discos aseguran una mejor ventilación que los discos macizos que se montan con mayor frecuencia en el eje trasero de los vehículos utilitarios o en el eje delantero de los coches compactos y urbanos. Una tecnología en la que

Brembo es líder indiscutible, patentando desde hace varios años la tecnología de ventilación de pilares PVT (Pillar Venting Technology) que, gracias a la forma y a la distribución de los pilares, logra crear una circulación de aire dentro de la cámara de ventilación que permite

aumentar la capacidad de disipación del calor. La última novedad de Brembo es la patente PTV plus dedicada a los camiones y los vehículos más exigentes, que mejora las prestaciones de frenada agrupando todas las tecnologías desarrolladas hasta el momento.



### ¿Qué mejoras ofrece una ventilación PVT?

Aumenta en un 40% la resistencia a las grietas térmicas, reduciendo el desgaste y aumentando la vida media de los discos de freno y las pastillas. Brembo ha seguido mejorando a lo largo del tiempo la calidad de los discos ventilados PVT, registrando las patentes T Pillar y Star Pillar para camiones. La solución T Pillar se puso a punto para evitar la infiltración de partículas en la cámara de ventilación de los discos para camiones, mientras que la solución Star Pillar aumenta aún más la resistencia a las grietas térmicas. Gracias también a los conocimientos adquiridos a través del desarrollo de estas patentes, fue posible crear el sistema PVT Plus tanto para camiones como para los segmentos de los sedanes premium y de los vehículos de altas prestaciones del mercado automotor.

### CUMPLE CON LAS MAYORES EXIGENCIAS

## Varta ProMotive AGM triunfa entre los fabricantes de camiones

"Apenas un año después del inicio de su producción en serie, VARTA ProMotive AGM ha conseguido una gran aceptación entre los fabricantes de camiones europeos", comenta Thorsten Werle, jefe de Ingeniería para vehículo industrial en Clarios: "Prácticamente todos la están instalando en sus vehículos". Y es que, según el fabricante, dada su fiabilidad y su vida útil hasta seis veces mayor que la de las baterías de camión convencionales, VARTA ProMotive AGM ayuda a los fabricantes y a sus clientes a evitar los problemas relacionados con la batería. Hoy en día, los sistemas electrónicos y el equipamiento eléctrico mejoran la eficiencia, la seguridad y el confort, pero exigen grandes demandas de energía a la batería. Por otra parte, los periodos de conducción más largos, unidos a funciones de confort como los sistemas de aire acondicionado de cabina eléctricos, la función hotel y los calefactores, ejercen una mayor presión sobre la batería. Las baterías de camión estándar ya no son capaces de lidiar con estas altas demandas y sufren fallos prematuros. Para evitar esto, Clarios ha desarrollado la VARTA Promotive AGM en colaboración con importantes fabricantes de camiones.



### CON LAS QUE CUBREN MÁS DE DOS MILLONES DE COCHES

## NGK incorpora doce referencias de encendido

NGK ha lanzado doce nuevas bujías. Once de ellas son de tipo doble metal precioso, mientras que la restante es de tipo metal precioso simple equipada con un electrodo central de aleación de iridio. Estos doce nuevos productos cubren más de dos millones de automóviles en toda Europa en 2020, aumentando a más de 3,5 millones de vehículos para 2023: un incremento previsto del 68% en los próximos tres años. Incorporaciones con las que NGK demuestra su compromiso de ampliar su cobertura de parque de automóviles, tal y como expresa Xavier Pesca, director Global PIMs y jefe de Category Management EMEA Aftermarket en NGK Spark Plug Europe: "Como el mayor proveedor global de OE de bujías de 4 ruedas, nuestra pasión gira en torno a la fabricación de la bujía ideal para todos y cada uno de los vehículos. Nuestro compromiso de producir tecnología de encendido y sensores de la más alta calidad es la razón por la que compañías líderes en el mundo como Ford, Renault-Nissan, Mercedes, Volkswagen y muchas otras confían en nuestra experiencia para el suministro original".





## CON **fundamento**

### Cerca del taller

**D**AISA, líder en el mercado de baterías en el aftermarket español, sigue mostrando su decidido compromiso para facilitar herramientas al taller, con el portal Web y App D-4.0® que, cada día, sigue incrementando el número de los talleres registrados.

Las promotoras D-4.0 continúan realizando las visitas a talleres, explicando las interesantes herramientas que ofrece esta Plataforma: Formación / Videos Tutoriales / Marketing / Buscador de Baterías / Registro de QR único / Noticias... Además, en la visita, les hablan de las Increíbles promociones exclusivas accesibles



únicamente para usuarios del portal, al registrar las baterías VARTA® con código QR D-4.0®. Así, los talleres participan en 3

sorteos de un 1 cheque diario de 100 euros, uno trimestral de tres televisores y uno anual de una furgoneta. [www.d4-0.com](http://www.d4-0.com).

DAISA, socio comercial y logístico de CLARIOS, concentra sus esfuerzos en exceder las expectativas de sus clientes con innovación continua, apoyado en sus valores diferenciales:

- Logística y Distribución.
- Red Comercial y de Asesoramiento Técnico.
- Productos y Marcas Líderes.
- Gestión de Marcas Privadas.
- Programas y valores añadidos a la batería como: D-4.0 plataforma para el taller, BTP (Battery Training Program), QR DNI de la Batería, RTB para la Distribución, entre otros.

PARA VEHÍCULOS COMERCIALES LIGEROS

### Sogefi tiene nuevo módulo de filtro de combustible diésel

Siete de los diez vehículos comerciales ligeros más vendidos en 2019 están equipados con módulos diésel de Sogefi. Así, la compañía completa su oferta con un nuevo módulo de filtro de combustible diésel para este tipo de vehículos, "muy robusto" remachado con un cabezal metálico/plástico, que incorpora un sensor de nivel de agua y un calentador de combustible eléctrico optimizado para garantizar "arranques fiables" incluso en las mañanas más frías, independientemente de la calidad del combustible que se utilice. Este nuevo filtro -basado en la tecnología Diésel3Tech de Sogefi- protege tanto el motor como el sistema de inyección, incluso bajo niveles extremos de contaminación del agua.



APUESTA POR MEJORAR SU CANAL DE COMUNICACIÓN

### DOGA Parts renueva su portal online



DOGA Parts acaba de renovar su página web, apostando por la creación de un nuevo y mejorado canal de comunicación entre la empresa y sus clientes. Ahora es más dinámica y multiplataforma y su misión es servir de "punto de encuentro para su público, talleres y redes comerciales. El sitio además incluye un nuevo buscador de producto donde el visitante encontrará todo el catálogo disponible de DOGA Parts abierto a todo el mundo. Como proveedor de datos de TecDoc y bajo el sello de calidad "Certified Data Supplier", TecDoc, permite poder lanzar todo el catálogo publicado previamente en su plata-

forma en el propio buscador de DOGA Parts, con lo que el cliente, aseguran, no verá diferencia alguna con el catálogo alemán.

## nombramientos

TOMA EL RELEVO DE ENEKO UJUÉ

### Sara Callejo, nueva jefa de Ventas de Sogefi

En julio de 2018 Eneko Ujué fichaba por Sogefi (Purflux, FRAM, Coopers Fiaam). Sustituía entonces al histórico Julio Estallo, desempeñando las funciones de jefe de Ventas para España y Portugal. En octubre de 2020, dos años después de su llegada, salió del puesto, habiendo sido Sara Callejo la persona elegida para asumirlo. Callejo es una profesional con una dilatada trayectoria en el sector: cinco años en Textar como jefa de Producto (de 2006 a 2011), otros seis en Grovisá (2012 a 2018) y uno más en Civiparts, antes de llegar este mismo año a DRO (unidad de negocio que aglutina la venta de recambios del grupo de concesionarios Vallescar, y placa de PSA con sede en Barberà del Vallès, Barcelona), donde permaneció apenas un par de meses.

EX DE GOODYEAR Y FEDERAL MOGUL

### Pemebla ficha a Carlos Manuel García

El especialista en recambios para vehículos asiáticos, americanos y europeos ha incorporado a un nuevo miembro a su equipo de Márketing y Comunicación: Carlos Manuel García, quien apoyará a Juan Carlos Matesanz, actual director comercial y de Márketing, en el diseño, planificación y ejecución de las estrategias y acciones de márketing de la compañía. El nuevo fichaje de Pemebla cuenta con una gran experiencia en el sector, habiendo trabajado en los departamentos de Márketing de Goodyear Dunlop o Federal Mogul. Ha sido elegido por su conocimiento del sector y su especialización en el desarrollo de estrategias de márketing B2B. El refuerzo de su equipo incorporando a Carlos Manuel García entra dentro de la estrategia de crecimiento e inversión del especialista en recambio para vehículos asiáticos, europeos y americanos, al igual que lo ha sido la incorporación de la gama de elevadoras de OPZIONAL-Politécnica 80, la gama de iluminación de TYC o sus nuevas instalaciones en Coslada con 5.165 metros cuadrados.





NRF.EU

## THE ART OF COOLING >



GAMA TOTAL  
**8.000**  
PIEZAS DE  
REFRIGERACIÓN

### COMPRESORES NRF

NRF ofrece la gama de repuestos de compresores más amplia del mercado. Todos los compresores NRF pasan por extensas pruebas de durabilidad y rendimiento. Los compresores NRF llevan aceite PAG de doble capa. Todos los compresores NRF son nuevos (no re manufacturado). Las referencias más populares son Easy Fit, por lo que se suministran con material de montaje (juntas tóricas). Esto permite que el mecánico reemplace la pieza fácil y rápidamente

### VENTAJAS

- MONTAJE FÁCIL = Suministrado con material apropiado de conexión rápida.
- Disponible como OE y OE equivalente
- Un manual de instalación (12 pasos / 8 idiomas) se suministra con cada unidad.
- Testeados a un adecuado rendimiento.

SERCA, EL MEJOR ALIADO DE LOS TALLERES

# ¿Y qué ocurre en Portugal?

*Una situación muy similar por la que están atravesando los talleres españoles es la que dibuja Leandro Madureira, asesor técnico y formador de NEXT Assist para Portugal. Lo hace en una entrevista junto a José Luis Soriano, responsable de Formación de NEXT Academy para España y Portugal. ¿Y qué sucede en Portugal? Ambos profesionales describen en el país vecino una bajada de la actividad consecuencia de la pandemia, pero la muestra de una gran resiliencia en nuestro sector. Las claves de cómo Serca y sus socios apoyan a su red de talleres en Portugal y cómo lo harán en el futuro, en esta entrevista.*



## ¿Cómo están los talleres portugueses?

“La situación actual de los talleres en Portugal es muy similar a la de España, partimos de un sector muy atomizado y resiliente. La nueva normalidad post-covid ha desencadenado una drástica reducción de la movilidad; una caída del kilometraje que es directamente proporcional al descenso de las operaciones de mantenimiento y sustitución de elementos de desgaste, lo que se traduce en menos visitas al taller, aunque un vehículo estacionado o con movilidad muy reducida también genera otro tipo de averías, pero nada comparable a la situación previa. A todo esto hemos de sumarle el impacto que la pandemia ha generado en la economía de la mayoría de los ciudadanos. Conductores que posponen operaciones necesarias en sus vehículos incluso en detrimento de la seguridad y con el beneplácito legal como en los retrasos de las inspecciones “obligatorias” de la ITV. No obstante, y a pesar del panorama, el taller ha sabido responder, haciendo gala de su capacidad de adaptación, y el porcentaje de cierre de talleres es extremadamente bajo en comparación con otros sectores”.

## ¿Qué necesitan?

“La necesidad básica es el regreso a la normalidad pre-Covid, como en el resto de los sectores. Y, por otro lado, los talleres necesitan sentirse respaldados desde la central a través de los servicios que les ofrecemos. Nos demandan formación técnica

y comercial, información y asesoramiento técnico en la reparación con acceso a datos de los fabricantes, catálogos electrónicos y programas de valoración y presupuestos. Pero no sólo, también debemos darles apoyo en el posicionamiento en las redes sociales y en los procesos de digitalización que cada día ganan más peso en la imagen y forma de contacto con los clientes finales. En general, los talleres necesitan tener una perspectiva del sector más amplia y contar con las herramientas que les proporcionamos para ello”.

## ¿Qué retos tienen por delante?

“Uno de los retos que más está costando llevar a cabo en el sector de la reparación es la digitalización del taller, acentuándose esta carencia en plena pandemia, pillándonos a todos sin los deberes hechos, y evidenciando la necesidad de actualización en esta área de negocio que cada vez es más importante. Y es que, a parte del Covid, en los últimos años hemos entrado en una vertiginosa evolución en la industria de la automoción, tanto en las comunicaciones como la electrificación de los vehículos. Todo ello conlleva una necesidad de acceso a la información y un plan formativo con un sinfín de nuevas tecnologías con las que el taller debe contar en su día a día”.

## ¿Con qué herramientas deberán contar los talleres para afrontar el futuro?

“Las herramientas son diversas e incluso institucionales. Por un lado, necesitamos de una



legislación que nos ampare y permita tener acceso a las nuevas tecnologías de los fabricantes. Una vez resuelto el tema legal y abierto el acceso a la información y comunicación con los nuevos protocolos de los automóviles, debemos entrar en una dinámica constante de formación, y depender de terceros que nos asistan, ayuden y/o interpreten la información y procedimientos disponibles de los fabricantes. La figura del antiguo 'gurú' que de oído diagnosticaba el problema de un vehículo es totalmente incompatible con las nuevas tecnologías".

#### **¿En qué destacan los talleres portugueses?**

"Al igual que en España, el sector del aftermarket en Portugal está muy atomizado, pero, además, tienen la complejidad añadida de enfrentarse a un parque muy diversificado. No obstante, y a base de ser muy autodidactas y de contar con una gran profesionalidad, los talleres portugueses consiguen salir adelante en el día a día del universo de la reparación del automóvil con éxito".

#### **¿En qué podrían mejorar?**

"Nos encontramos en un sector en constante evolución, que nos obliga a invertir en nuevas tecnologías para el desarrollo de la actividad. Otro punto a tener en cuenta es anticiparnos a las nuevas inquietudes de los clientes, por ejemplo, migrar hacia una transición energética sostenible y abanderarla. Y, por supuesto, debemos de erradicar

definitivamente la imagen de talleres 'cueva' para llegar a toda tipología de clientes que exigen servicios con estándares más elevados y arropados con una excelente imagen".

#### **¿Cómo les ayudan a desarrollarse los socios de Serca?, ¿por qué deben apoyarse en ellos?**

"Desde Serca aportamos a nuestros socios un amplio abanico de servicios de primer nivel y totalmente modulares para integrarlos a cualquier tipo de taller, contamos con redes de talleres: con imágenes corporativas adaptables. NEXT Assist: asistencia técnica de primer nivel. NEXT Academy: programa formativo que garantiza su futuro. NEXT Comm: programa de valoración. HaynesPro: programa de información técnica. Marketing: campañas y promociones para sus clientes y regalos directos para fidelizar. Herramientas web: intranet con información personalizada y mail corporativo. Servicios que se adaptan a las necesidades de cada taller y a su capacidad de involucración en el proyecto que está dando grandes resultados en Portugal y en los que nuestros socios se apoyan para darles el mejor servicio, y los talleres así lo valoran conocedores del potencial que las redes de Serca ofrecen a sus negocios".

#### **¿Cómo han vivido los talleres portugueses el covid?, ¿cómo les habéis ayudado?**

"El covid se libró con absoluta incertidumbre e inverosimilitud en el momento inicial. Como en la inmensa mayoría de empresas,

nadie lo esperaba ni mucho menos se disponía de un plan preventivo de tal magnitud, pero una de nuestras habilidades fue no subestimarlos y reaccionar inmediatamente contando con la entera disposición de los talleres que mostraron su mejor versión. Fuimos pioneros en la exención de cuotas tanto para los talleres de nuestras redes durante el estado de alarma, pero además mantuvimos un servicio de mínimos garantizados acordes con las necesidades en todo el periodo evolutivo. Reaccionamos de inmediato adaptando toda nuestra formación e información técnica en formatos digitales y abierta a todos los talleres. Y respecto a la formación presencial, también "dimos la campanada" al evolucionar a un formato OnLive personalizado y muy interactivo para grupos reducidos con un límite de ocho alumnos".

#### **¿Qué deben esperar de 2021?**

"Suponemos que es el deseo más demandado en la pasada Navidad: una rápida recuperación de la pandemia que nos permita recuperar la normalidad perdida. Esperemos que para el verano 2021 la economía fluya de nuevo, con un arranque vertiginoso para los talleres como ocurrió en el verano del 2020 después de la primera ola. Hemos de mantener una actitud positiva y ser pacientes, la cual nos permitirá levantarnos con fuerza del tremendo batacazo sufrido y estar más atentos a los retos actuales y venideros. 'No el que corre más llega siempre el primero'. Los talleres han de realizar inversiones sostenibles para afrontar su futuro, lo que los llevará a estar más reforzados en la progresión económica. Por nuestra parte, estamos obligados a ampliarles el abanico de servicios para ser más competitivos frente a otras redes de talleres, y diferenciarnos a través de la formación comercial para el trato con el cliente y de la optimización del tiempo en el taller, de la formación en las nuevas tecnologías del automóvil y la continua evolución de los programas de valoración para aumentar su precisión y envergadura".

***"A pesar del panorama, el taller ha sabido responder, haciendo gala de su capacidad de adaptación, y el porcentaje de cierre de talleres es extremadamente bajo en comparación con otros sectores".***

***"En los últimos años hemos entrado en una vertiginosa evolución en la automoción que conlleva una necesidad de acceso a la información y un plan formativo con un sinfín de nuevas tecnologías con las que el taller debe contar en su día a día".***

***"Desde Serca aportamos a nuestros socios un amplio abanico de servicios de primer nivel y totalmente modulares para integrarlos a cualquier tipo de taller, que se adaptan a sus necesidades y que están dando grandes resultados en Portugal".***

***"Ante el coronavirus reaccionamos de inmediato adaptando toda nuestra formación e información técnica en formatos digitales y abierta a todos los talleres".***

***"Los talleres han de realizar inversiones sostenibles para afrontar su futuro, lo que los llevará a estar más reforzados en la progresión económica. Por nuestra parte, estamos obligados a ampliarles el abanico de servicios para ser más competitivos".***



mano a mano



ANTONIO LÓPEZ REYNASA MANEL REAL CONTINENTAL CONTITECH

# El valor de las personas

Hay profesionales con los que como periodista da gusto encontrarse. Porque apenas hace falta lanzar una primera cuestión para que sean ellos mismos quienes con sus respuestas dirijan el debate -que de eso se trata esta sección- hacia terrenos de lo más interesantes. Antonio López (Reynasa) y Manel Real (Continental ContiTech) protagonizan en esta ocasión un 'Mano a mano' que no tarda ni cinco minutos en orientarse hacia el valor de las personas como eje pivotante de la entrevista. Una 'deriva' que no sorprenderá a quienes les conozcan; para los que aún no lo hayan hecho, esta entrevista ofrece la oportunidad de conocer la visión empresarial, y no sólo, de dos de los profesionales más relevantes del sector en España.

## Toda la vida

Sorprende que en un momento de la entrevista el distribuidor comience afirmando que su relación, a pesar de conocerse de hace 17 años, "apenas tiene historia". Por reciente. Aunque teniendo en cuenta las trayectorias de ambos puede entenderse algo mejor su percepción...

Porque llevan en el sector prácticamente toda la vida. Uno, Antonio López (Valdaracete, Madrid, 1959), con apenas quince años se hizo cargo de una tienda que en su día fundó su padre. Junto a tres de sus hermanos (Luis Miguel, Alicia y Jesús... los López de Reynasa, a los que ya empieza a sumarse una tercera generación) ha llevado al socio madrileño de Serca, hoy con nueve delegaciones en las provincias de Madrid y Guadalajara, a ser todo un referente en el mercado de la distribución de recambios.

El otro, Manel Real (Barcelona, 1970), entró en el sector después de cumplir

el servicio militar. No le quedó otra que ponerse a trabajar... Lo hizo en diferentes empresas antes de llegar en 2003 a Continental, primero como jefe de Ventas del fabricante de frenos ATE -entonces visitó a Reynasa por primera vez-, asumiendo después la dirección comercial de ContiTech. Cuando eso sucedió, en 2010 la marca especialista en transmisión de potencia apenas tenía presencia en España. Diez años después son líderes del mercado español y número dos en Portugal.

El éxito ha marcado sus vidas profesionales, pero no son muy de recibir halagos. Se los sacuden, conscientes de que el presente es lo único que importa y absolutamente convencidos de que si sus trayectorias -y las de las empresas que representan- han sido las que son se lo deben en enorme medida a los equipos con los que trabajan. El valor de las personas...

"Las personas siguen marcando la diferencia", empezaba rotundo Manel Real, a solas primero con el periodista con el que ambos conectarían por videollamada -cosas de la pandemia-. Lo decía para explicar el éxito cosechado por ContiTech durante los últimos años, convencido además de que la clave del éxito pasa por el modo en que los directivos, que podrían entenderse como los líderes de los equipos en las empresas, sean capaces de rodearse de las personas adecuadas estableciendo con ellas vínculos que generen en ellos el orgullo de pertenencia necesario que actuará como valor diferencial en los momentos clave: "La responsabilidad que te otorga un cargo, bien sea el de directivo como es mi caso, o bien sea el de propietario de la empresa, como el de Antonio (López), es en sí mismo un oficio. Y lo tienes por ser dueño de la empresa, o porque alguien ha confiado en ti para darte esa responsabilidad. Cosa distinta es ser un líder, y eso tiene que ver con que las personas de tu equipo te sigan por cómo eres, que la gente haga suya tu estrategia, tu forma de entender el negocio, la vida, el modo de interactuar con los clientes... El orgullo de pertenencia con la compañía. Para que una empresa tenga éxito es necesario que la gente que trabaja en ella se sienta orgullosa de hacerlo, porque el compromiso adquirido hará que las cosas fluyan".

Conectaba en este punto de la entrevista Antonio López y Real aprovechaba para poner a Reynasa como un buen exponente de lo que decía. El distribuidor aludía a un ejemplo cercano en el tiempo para continuar con el argumento del fabricante: "Durante la pandemia hemos tenido la oportunidad de demostrar que tenemos, todos los que trabajamos en la empresa, esta forma de entender nuestro trabajo, así como la implicación de los unos con los otros. Cuando las cosas se pusieron complicadas, desde el primer momento tratamos de hacer partícipes a nuestros empleados de todo lo que sucedía con total transparencia. Desde el primer día envié a todos ellos una carta cada dos semanas informándoles de la situación al detalle, el departamento de RRHH organizó diferentes juegos durante aquellos días... No puedes imaginar las cartas que recibimos de los empleados. Esas cosas emocionan. Abrimos incluso una línea de crédito para aquellas personas que pudieran necesitarlo, repartiendo más de 50.000 euros entre los empleados que tuvieron mayores necesidades. Hemos ayudado a nuestra gente, y es algo que sin duda genera en ellos una involucración difícil de explicar".

Al otro lado de la pantalla, Manel Real asentía con la cabeza: "El objetivo de todas las compañías lo compartimos todos: crecer, ganar dinero. El 'qué' es común. La diferencia está en el 'cómo': de quién te rodeas para llegar a esa meta, con qué estilo lo haces. Eso es lo que consigue que generes el orgullo de pertenencia necesario para que las personas del equipo remen en una misma dirección, siempre, ante cualquier circunstancia".

## EL ÉXITO HA MARCADO SUS VIDAS PROFESIONALES, PERO NO SON MUY DE RECIBIR HALAGOS.

Se los sacuden, conscientes de que el presente es lo único que importa y absolutamente convencidos de que si sus trayectorias -y las de las empresas que representan- han sido las que son se lo deben en enorme medida a los equipos con los que trabajan. El valor de las personas...

## Orgullo de pertenencia

“Las personas siguen marcando la diferencia”, empezaba rotundo Manel Real, a solas primero con el periodista con el que ambos conectarían por videollamada -cosas de la pandemia-. Lo decía para explicar el éxito cosechado por ContiTech durante los últimos años, convencido además de que la clave del éxito pasa por el modo en que los líderes de los equipos en las empresas son capaces de rodearse de las personas adecuadas estableciendo con ellas vínculos que generen el orgullo de pertenencia necesario que actúe como valor diferencial: “La responsabilidad que te otorga un cargo, bien sea el de directivo como es mi caso, o bien sea el de propietario de la empresa, como el de Antonio (López), es en sí mismo un oficio. Cosa distinta es ser un líder, y eso tiene que ver con que las personas de tu equipo te sigan por cómo eres, que la gente haga suya tu estrategia, tu forma de entender el negocio, la vida, el modo de interactuar con los clientes... El orgullo de pertenencia con la compañía. Para que una empresa tenga éxito es necesario que la gente que trabaja en ella se sienta orgullosa de hacerlo, porque el compromiso adquirido hará que las cosas fluyan”.

Conectaba en este punto de la entrevista Antonio López y Real aprovechaba para poner a Reynasa como un buen exponente de lo que decía. El distribuidor aludía a un ejemplo cercano en el tiempo para continuar con el argumento del fabricante: “Durante la

pandemia hemos tenido la oportunidad de demostrar que tenemos, todos los que trabajamos en la empresa, esta forma de entender nuestro trabajo, así como la implicación de los unos con los otros. Cuando las cosas se pusieron complicadas, desde el primer momento tratamos de hacer partícipes a nuestros empleados de todo lo que sucedía con total transparencia. Desde el primer día envié a todos ellos una carta cada dos semanas informándoles de la situación al detalle, el departamento de RRHH organizó diferentes juegos durante aquellos días... No puedes imaginar las cartas que recibimos de los empleados. Esas cosas emocionan. Abrimos incluso una línea de crédito para aquellas personas que pudieran necesitarlo, repartiendo más de 50.000 euros entre los empleados que tuvieron mayores necesidades. Hemos ayudado a nuestra gente, y es algo que sin duda genera en ellos una involucración difícil de explicar”.

Al otro lado de la pantalla, Manel Real asentía: “El objetivo de todas las compañías lo compartimos todos: crecer, ganar dinero. El ‘qué’ es común. La diferencia está en el ‘cómo’: de quién te rodeas para llegar a esa meta, con qué estilo lo haces. Eso es lo que consigue que generes el orgullo de pertenencia necesario para que las personas del equipo remen en una misma dirección, siempre, ante cualquier circunstancia”.



“El objetivo de todas las compañías lo compartimos todos: crecer, ganar dinero. El ‘qué’ es común. La diferencia está en el ‘cómo’: de quién te rodeas para llegar a esa meta, con qué estilo lo haces. Eso es lo que consigue que generes el orgullo de pertenencia necesario para que las personas del equipo remen en una misma dirección, siempre, ante cualquier circunstancia”. **MANEL REAL** CONTINENTAL CONTITECH

## Confianza

Una honestidad y una transparencia que genera una confianza que debe ser cuidada. Lo comentaba el proveedor: “Cuando inicias una relación con un cliente, con Antonio (López) en su día por ejemplo -en 2013-, lo que hace él es depositar en mi un poco de su confianza. A partir de ahí depende de nosotros que esa confianza se incremente, protegiéndola. Cuando alguien cree en ti, esfuerzate continuamente. Si estamos colaborando con Reynasa, con una relación de varios años excepcionales, y pensamos que porque ya lo son serán clientes de ‘conti’ toda la vida, aunque bajemos un poco el nivel, estamos muy equivocados. La confianza hay que cuidarla cada día”.

Un esfuerzo necesario en el que el socio de Serca estaba más que de acuerdo y que del mismo modo trata de trasladar con sus clientes: “Nadie tiene un cliente fijo, nadie...”. Y volvía de nuevo a poner un ejemplo para explicar lo que decía: “Hemos estado varios meses con el cambio del ERP -sistema informático de gestión interno de la empresa- y desde el principio tuvimos claro que podía haber problemas. Lo que hicimos fue mandar una carta al inicio, informado a todos los clientes de lo que podía pasar, otra cuando las dificultades habían aparecido y una tercera cuando aún después de algunas semanas éstos persistían. En todas ellas les di mi nombre y mi número de teléfono personal. Durante las siguientes semanas hablé con muchísimos clientes y a todos los expliqué con detenimiento el porqué de las dificultades, sin mirar qué volumen tenían con nosotros, eso daba igual. El efecto ha sido muy bueno, porque se han sentido escuchados. Ha sido una dificultad, no cabe duda, pero de algún modo la hemos aprovechado también para estrechar el vínculo”.

## Sencillez y transparencia

Más que un modo de dirigir la empresa se trata de una forma de entender la vida. Una filosofía que comparten y que ayudó para que ambos se entendieran tan bien desde el principio: "Hay personas que conoces y con las que enseguida tienes muy buena sintonía, que parece que conoces de hace un montón de tiempo. Eso me pasó con Manel (Real)...", destacaba el recambista, echando la vista 17 años atrás. Entonces Real le visitaba tratando de empezar una relación comercial a través de ATE. Corría el año 2003... No sería hasta 2013 cuando, ya al frente de Continental ContiTech, pudieron alcanzar un acuerdo. Tres años antes, en 2010, el fabricante especialista en transmisión de potencia había entrado como proveedor homologado en Serca: "Hubo algún problema con el proveedor de correas con el que trabajábamos y eso ayudó para que algunos socios de Serca demandaran otra marca". Y fue ContiTech. Aun así, no fue desde ese primero momento cuando Reynasa empezaría a hacerlo. Fueron curiosamente sus clientes quienes les transmitirían esa demanda: "En este negocio no vamos a inventar la rueda", comentaba sonriendo López: "A mí tanto me da tener una marca como otra, siempre dentro un nivel de

calidad. En este caso fueron los talleres los que comenzaron a demandar correas 'conti' y nosotros nos adaptamos para dar respuesta. Si no hubiera sido así, quizá no hubiéramos empezado a trabajar con ellos. Por entonces teníamos unos acuerdos con determinados fabricantes y teníamos que cumplirlos". Algo que transmitió en su momento de esa misma forma al propio Real: "Si algo sorprende, y cuando estás enfrente como fabricante también valoras de Antonio (López), es la sencillez, la transparencia y la contundencia con las que transmite el mensaje. Entonces me decías: 'Manel, conocemos vuestra marca, sois un gran producto, pero nosotros tenemos otros proveedores y por el momento no vemos necesidad de cambio'. Yo tenía claro que cuando esa posibilidad existiera ContiTech aportaría a Reynasa negocio adicional, igual que a la inversa. Cuando pudo hacerse se hizo... Esa sencillez es de valorar porque se trata de una virtud que desafortunadamente no es habitual en nuestro sector". Algo que, según comentaba el propio Real, ayuda para que ese orgullo de pertenencia que el distribuidor fomenta internamente se genere también con los proveedores, por sentirse partícipes del proyecto.

Intervenía de nuevo el recambista: "Es que yo creo que las cosas son sencillas, no hay que darle tantas vueltas a las cosas ni mentir a nadie. Es todo más fácil. Yo no escondo nada, ni con mi gente, ni con los proveedores: expongo todo lo que tengo. Es mi forma de entenderlo. La mía y la de mi familia -se refería López a los otros 'López' que trabajan en la empresa-. Una postura que, según explicaba Manel Real, ayuda a buscar puntos de encuentro: "Trasladan sus necesidades a sus proveedores y del mismo modo permanecen abiertos a las que podemos tener nosotros. Esto ayuda a que la relación fluya y que ante cualquier problema se encuentren soluciones beneficiosas para ambas partes. Se establece una relación de colaboración y confianza que facilita que las cosas vayan bien".

Y el recambista zanjaba el asunto: "Es que todos nos necesitamos. Si nosotros, porque tenemos una posición fuerte como cliente, nos limitamos a presionar creyendo que tenemos derecho a cualquier cosa, nos equivocamos. Para mí es de cajón: primero debes tener respeto por la persona que tienes enfrente: sea cliente o proveedor, me da igual; y tratar de ser honesto y transparente. De otro modo es imposible que se sostengan relaciones, de cualquier tipo -personales, laborales...-, de éxito a largo plazo. Hay que trabajar por tener esa confianza".

# 2021

*Teniendo a dos profesionales como Real y López delante, era imposible no preguntar por su visión acerca de lo que pasará en 2021. ¿Qué situación creen que se vivirá en el sector durante los próximos meses?*

Empezaba el distribuidor, hablando primero de su empresa para después hacer un análisis más extenso relacionado con la deriva que protagonizará el mercado durante el próximo año. En primera persona, Reynasa está poniendo las bases de su futuro: "El cambio del ERP ha sido un proceso muy complicado, en el que hemos invertido muchas horas y mucho trabajo, pero teníamos claro que debíamos hacerlo porque supone un paso adelante en todos los ámbitos. Una vez hecho el cambio, todo este proceso permitirá que durante el primer trimestre de 2021 podamos estar a velocidad de crucero. Un año que innegablemente ha llegado con muchas incertidumbres. Durante el pasado año se ha producido el cierre de algunas empresas del sector, otras pueden cerrar ahora, y eso no nos gusta a nadie". Pero es consciente López de que se trata también de una situación que genera algunos huecos donde antes había competidores que ahora no están: "Si trabajamos bien, si seguimos dando a los clientes los valores añadidos y el servicio que esperan, creo que el 2021 será un buen año para Reynasa, porque además tenemos la suerte de estar en Madrid y de poder crecer con delegaciones en núcleos urbanos en los que no estamos y donde hay un volumen de negocio muy importante. El anterior ERP nos limitaba, porque sólo nos permitía gestionar diez almacenes, ahora el límite no existe en ese sentido". Y van a ir a por ello.

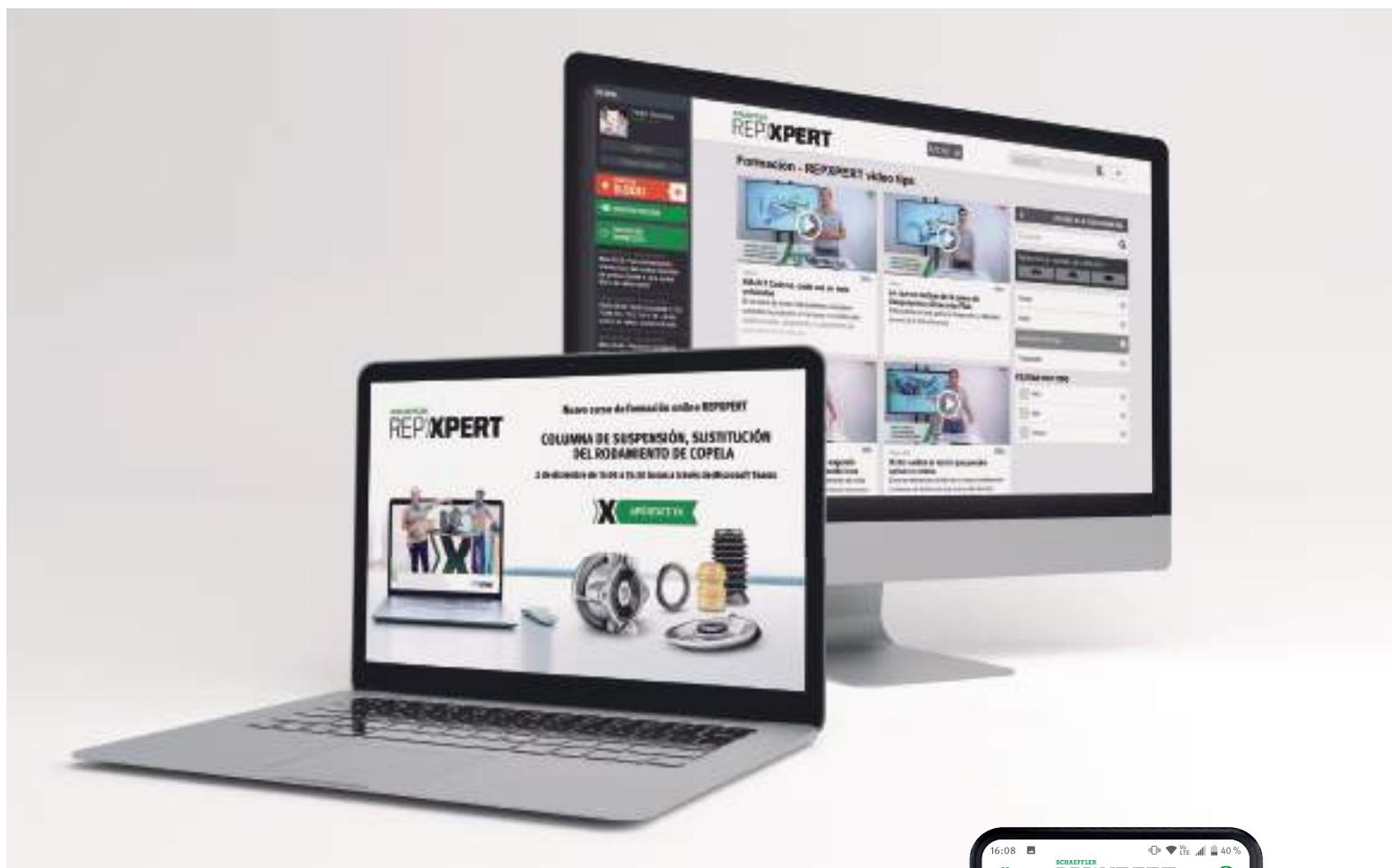
Las perspectivas de Reynasa son positivas, por tanto. Las del sector... "No creo que vaya a ser un año malo, pero tampoco para tirar cohetes. Si el volumen de negocio se mantiene podremos darnos con un canto en los dientes".

Una visión con la que Manel Real estaba muy en sintonía: "No creo que el mercado vaya a crecer en 2021, no veo ningún dato que me anime a pensar esto, porque además venimos de un contexto di-

fícil en el que se ha producido mucha destrucción de empleo, pero lo cierto es que desde el punto de vista empresarial afronto el año con mucha positividad. Nuestro sector ha demostrado una gran capacidad de adaptación, sobrellevando la crisis mucho mejor que otros. 2021 estará más o menos igual que el pasado en términos de negocio, por lo que dependerá de lo preparadas que estén las empresas si les va bien, mal o regular... La preparación es el 80% del éxito, estarlo no te garantiza tenerlo, pero sí te acerca al objetivo".

¿Preparados para qué?, ¿se están gestando cambios de relevancia después de la pandemia?, ¿ha servido para que se revisen algunas posibles ineficiencias?, intervenía el periodista. Y era Antonio López quien contestaba: "Es muy evidente que la pandemia ha puesto de relieve, aún más si cabe que antes, que hay cosas que debemos cambiar. Si no lo hacemos lo llevaremos mal. El coronavirus ha dejado en evidencia el escaso control que en ocasiones la distribución tiene de sus stocks, por ejemplo. Hay que llevar un control más lógico, y luego por supuesto creo que vamos a tener que revisar muy bien lo que es la estructura de la empresa y cómo mejorarla: reparto, servicios, procesos... Creo que la pandemia nos ha hecho pensar que debemos ajustar nuestra empresa a las necesidades del mercado".

Y Manel Real concluía añadiendo una última consideración: "Creo que el sector debe afrontar una revisión de los criterios que poner en valor a la hora de elegir a los socios comerciales: clientes y proveedores. Y es algo que podemos aplicar a todos los niveles de la cadena. Deben valorarse muchos criterios más allá del mero precio como valores fundamentales para el desarrollo futuro de nuestras compañías. Estamos en un momento fundamental para llevar a cabo esta elección".



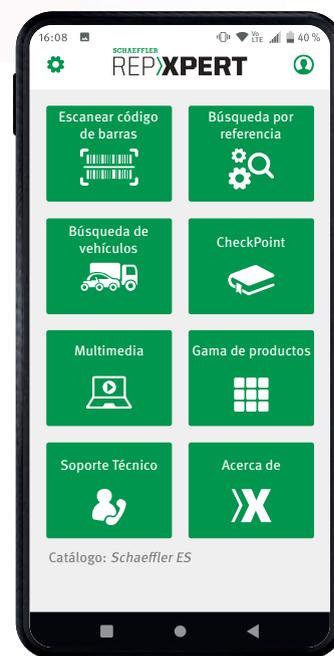
# NOVEDADES REPERT



REPERT TIPS  
FORMACIÓN ONLINE  
VERSIÓN APP

Disfruta ya de las novedades para el taller de la marca de servicios REPERT: ahora con  **cursos de formación online**,  **los consejos en video de REPERT Tips** y  **la nueva versión APP** para smartphones y tablets.

**Regístrate ya y disfruta** de la mayor selección de **instrucciones y tutoriales**, sin olvidar el **buscador de productos** y el **programa de bonificación por puntos**.



Y ahora disponible en versión app,  
**¡descárgatela!**



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

SCHAEFFLER  
REPERT

# Nuevas incorporaciones



## SEGURAUTO

Este taller situado en el municipio de Santiago-Pontón, en Jaén, lleva abierto apenas 5 meses. Pese a haberse puesto en marcha en plena pandemia mundial, sus dos propietarios Ángel de la Cruz y Francisco J. López, ambos de 26 años, están contentos con el rendimiento del negocio. Les está yendo bien, pero no se conforman: por eso han tomado la decisión de formar parte de la red SPG Talleres, del Grupo Serca para que les acompañe y les respalden en todo lo que necesiten. Aunque aún aseguran que no les ha dado mucho tiempo a adentrarse en las ventajas que ofrece SPG, esperan de ella que les proporcione sobre todo "imagen, apoyo y servicio". Y es que para los dueños del taller jienense es clave "pertenecer a una red tutelada por un gran grupo como Serca".



## TALLERES PAUTO

Pau Rodríguez Martí, de 32 años, es el propietario de este taller ubicado en Muro de Alcoy, Alicante, que lleva ya 11 años abierto. Pau supo desde los 8 años que quería formar parte del mundo del motor en general y de la reparación en particular. Y es que su padre tenía un taller mecánico y ha correteado entre herramientas y vehículos toda su vida. Tras estudiar un Grado Medio en Mecánica, en 2009 decidió montar su propio negocio, que sigue adelante a pesar de las adversidades. Ahora ha tomado la decisión de pertenecer a NexusAuto con el objetivo de "estar apoyado y atendido", además de esperar que la red le proporcione "facilidades, buen servicio, formación e imagen de marca".

## BANYOLES AUTOMOCIÓ 2019

Este taller ubicado en la localidad de Banyoles, en Gerona, está regentado por dos socios, Pere Marce, de 63 años y Marc Casellas, de 40, que llevan trabajando en el mismo taller desde 1998 y 1999 respectivamente. En 2011, el antiguo propietario les traspasó a ambos el local, para siete años después hacer un cambio de ubicación y trasladarse al municipio en el que están en la actualidad. Tras ese paso decisivo hace dos años, el taller gerundense se ha embarcado en otra aventura: pertenecer a una red de talleres. La confianza y la buena relación con su distribuidor les ha hecho entrar en NexusAuto y el tener un apoyo y refuerzo para su negocio les hace mantenerse en ella.

## TALLERES ZAMORA MARESME

Este taller situado en la localidad de Cabrera de Mar, en Barcelona, lleva bajo este nombre sólo 10 años, pero su historia viene de más atrás. Y es que el negocio tiene 50 primaveras de tradición familiar, hasta que hace diez pasó a manos del actual propietario, José Zamora, quien está en el sector de la automoción desde toda su vida. Ahora, el taller barcelonés ha decidido dar el salto para pertenecer a una red de talleres internacional como NexusAuto, de la mano de su distribuidor de confianza. "Lo que más me atrajo fue el programa de gestión del taller y el hecho de tener asesoramiento y apoyo por parte de una red".



## TALLERES TOÑO

LA ALBERCA DE ZÁNCARA (CUENCA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO

## TALLERES ISDAUTO DE CUENCA SL

CUENCA (CUENCA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO

## TALLERES RAMÓN NAVARRO

ELCHE (ALICANTE)  
DISTRIBUIDOR SERCA: SEWEN

## MAT'S CAR MECÁNICA INTEGRAL

DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS LOMEÑA  
ESTEPONA (MÁLAGA)

## TALLERES ALFARO

ALCÁZAR DE SAN JUAN (CIUDAD REAL)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO

## TECNIAUTO CONDADO, SL

ROCIANA DEL CONDADO (HUELVA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: AUTO RECAMBIOS CORONEL

## MARTÍ MOTOR

MOLINS DE REI (BARCELONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: DACOR

## RICARDO FERNÁNDEZ BARBERO

LOS YÉBENES (TOLEDO)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO

## T. AUTOMOCIÓN SAN PEDRO VERONA, SL

OSSA DE MONTIEL (ALBACETE)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO

## TALLERES MANUEL VÁZQUEZ REINA

DISTRIBUIDOR SERCA: AUTO RECAMBIOS CORONEL  
CORTEGANA (HUELVA)

## TALLERES FLORÍN

OCAÑA (TOLEDO)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO

## JOSÉ ÁNGEL SÁNCHEZ HORNEROS ZAMORANO

MADRIDEJOS (TOLEDO)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO

## MOTOR 100 AUTOMOCIÓ, SL

ALCÁZAR DE SAN JUAN (CIUDAD REAL)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO

## AUTO TALLER JMG

TERRASSA (BARCELONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: LOS JUANES

## CLINICA DEL AUTOMÓVIL

PONTEVEDRA (PONTEVEDRA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS OCHOA

## TALLERES ANDALUCÍA 2010, SL

ESTEPONA (MÁLAGA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS LOMEÑA

## NEW TECHNOLOGIES MARBELLA, SLU

MARBELLA (MÁLAGA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS LOMEÑA

## HERMANOS SERRANO GRANADO SL

MANILVA (MÁLAGA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS LOMEÑA

## CONISA (KIA)

ARANJUEZ (MADRID)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO

## REIZER MOTORSPORT

VILLARTA DE SAN JUAN (CIUDAD REAL)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO

## TALLER AGOMSE

PEGALAJAR (JAÉN)  
DISTRIBUIDOR SERCA: REPUESTOS ROMA

## CAMCAS GARAGE

EL VENDRELL (TARRAGONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: AICRAG

## TALLERES CAMACHO

HERRERA DEL DUQUE (BAJADOZ)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO

## MANUEL ROSALES RODRÍGUEZ

ABENOJAR (CIUDAD REAL)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO

## TALLERES ELECTRODIÉSEL SLU

MÁLAGA (MÁLAGA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS LOMEÑA

## BENITO GULLÉN LOPEZ

BULLAS (MURCIA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS PACO

## TALLER MECÁNICO DAVID GARCÍA LLANAS

PUEBLA DE DON FADRIQUE (GRANADA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS PACO

## TALLER MECÁNICO RAÚL ROS ROCA

LLANO DE BRUJAS (MURCIA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS PACO

## SEDDIK AUTO

SANT VICENÇ DELS HORTS (BARCELONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: AICRAG

## GRANACAR

ATARFE (GRANADA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS LOMEÑA

## TALLERES EL REYES

BENAMAUREL (GRANADA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS PACO

## TALLERES AUGE

BURJASSOT (VALENCIA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS COLÓN

## ELECTROMECÁNICA CARLOS

LLEIDA (LLEIDA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: SENTIS

## VÍCTOR MANUEL RODRÍGUEZ DE LOS SANTOS LÓPEZ

MORA (TOLEDO)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO

## REPARACIONES VILCAR SL

LEIOA (VIZCAYA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: ARAVI

## ENCIMAUTO, SAL

QUINTANAR DE LA ORDEN (TOLEDO)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS DEL OLMO



## TALLERES SERRATOSA

PALAFRUGELL (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: COMERCIAL DINAMIC'S

## GARATGE ALUART

VIDRERES (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: COMERCIAL DINAMIC'S

## TALLER MECÁNICO HUERTA HERNÁNDEZ SL

SINARCAS (VALENCIA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS COLÓN

## TALLER JESÚS ROCA FONT

VIDRERES (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: COMERCIAL DINAMIC'S

## GRUES JORDI 2013 SL

CORÇA (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: COMERCIAL DINAMIC'S

## TALLERES HNOS. MARTÍNEZ

REAL DE MONTROI (VALENCIA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS COLÓN

## AUTO TALLER CARMELO

ANGLES (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: COMERCIAL DINAMIC'S

## SC TECNIC

ALAQUAS (VALENCIA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS COLÓN

## TALLER GIROSPORT SC

GIRONA (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: COMERCIAL DINAMIC'S

## ROBERT COROMINAS SL

LLAGOSTERA (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: COMERCIAL DINAMIC'S

## FORD LLOSETA SERVICE CARS

LLOSETA - PALMA DE MALLORCA (BALEARES)  
DISTRIBUIDOR SERCA: SIROCCO

## TALLER CAN BIEL NAVARRO SL

INCA - PALMA DE MALLORCA (BALEARES)  
DISTRIBUIDOR SERCA: SIROCCO

## TALLERES VANRELL MOREY S.L.

ALCUDIA - PALMA DE MALLORCA (BALEARES)  
DISTRIBUIDOR SERCA: SIROCCO

## TALLER HERMANOS PÉREZ

PALMA DE MALLORCA (BALEARES)  
DISTRIBUIDOR SERCA: SIROCCO

## DOS MOTORS PABLO

ALCUDIA DE CRESPIANS (VALENCIA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS COLÓN

## AUTO MOTOR 11 (MAPER SL)

MATARÓ (BARCELONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: AICRAG

## FONTAN AUTOMOTIVE SL

VILAGARCIA DE AROUSA (PONTEVEDRA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS OCHOA

## TALLERES J. CARRIÓN

REUS (TARRAGONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: AICRAG

## GARATGE RAIMON

OTOT (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: COMERCIAL DINAMIC'S

## HANDYMAN'S

CALONGE (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECANVIS SANT FELIÚ

## MANTENIMIENTO Y REPARACIONES DEL AUTOMÓVIL

ALCASSER (VALENCIA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS COLÓN

## SOLUCIONES ELECTRÓNICAS

INFOTEC RMC, SL  
VALENCIA (VALENCIA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS COLÓN

## LAстра MOTOR

PATERNA (VALENCIA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS COLÓN

## AUTO TALLER RAMIRO

GIRONA (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: COMERCIAL DINAMIC'S

## TALLERES HERRERA

VALLADA (VALENCIA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS COLÓN

## AUTO REPARACIÓN MIKI DÍAZ

DISTRIBUIDOR SERCA: RECANVIS SANT FELIÚ  
RECANVIS SANT FELIÚ DE GUIXOLS (GIRONA)

## GARATGE ERNEST VILA

PALAFRUGELL (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECANVIS SANT FELIÚ

## TALLER MOTAUTO

PALAFRUGELL (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECANVIS SANT FELIÚ

## GARATGE CARGI

PLATJA D'ARO (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECANVIS SANT FELIÚ

## SERVINEGAR .LU - DRIVER CENTER

ALCOI (ALICANTE)  
DISTRIBUIDOR SERCA: RECAMBIOS COLÓN

## TALLER MECANIC JORDI

L'ARMENTERA (GIRONA)  
DISTRIBUIDOR SERCA: COMERCIAL DINAMIC'S



## POR MANEL BÁEZ

Socio en Assistec, empresa formada por profesionales apasionados por el motor, expertos en el área de la posventa, tanto en los departamentos más técnicos como en los de gestión. Se trata de un consultor especialista en análisis de procesos de taller e implantación de estrategias de mejora a través de procedimientos eficaces y herramientas de gestión. Una voz autorizada.

# Carroceros: proactividad o ruina

Leí hace poco la siguiente frase: **“El trabajo del taller es muy difícil...”**, y no puedo estar más de acuerdo con la frase. Marc Blanco, Director de Operaciones del Grupo SERCA, una vez calificó a los talleres de **“Héroes”**, afirmación a la que también me sumo.

**H**éroes con un trabajo difícil, mi admiración por ellos es total... **sólo un “pero”, y es que deberían tener la mente más abierta.** Dejarse ayudar/asesorar, ya que es imposible saber de todo en esta vida, y, en la mayoría de los talleres, el negocio empezó desde la vertiente de mecánico. En la actualidad, la mentalidad debería ser la de empresario, no la de mecánico. **La formación es clave**, ya sea en la modalidad que sea, incluido el coaching empresarial.

En estas líneas que el Grupo SERCA me cede en su Periódico siempre intento transmitir ideas y consejos que VOSOTROS, los talleres, me habéis enseñado, y que junto a mi experiencia (por si no lo sabéis he estado trabajando en taller durante 11 años como responsable del área de postventa) creo que os pueden ser de utilidad en vuestro día a día.

Esta vez quisiera hablar sobre lo **complicado que lo tiene el taller de carrocería.** Y me centraré en la preparación de **la reparación como una de las claves para que dicha reparación resulte rentable.**

**¡Se ha de ser proactivo y llevar la iniciativa!**

Quizás ya lo hayáis escuchado alguna vez, es una frase que suelo mencionar y recordar en las formaciones: **“Se ha de vender la reparación a la aseguradora y no comprarla al perito”.**

Lo primero y fundamental es disponer de un sistema de valoración de daños. La experiencia cuenta y mucho, pero sin esta herramienta a día de hoy el taller está abocado a perder dinero.

Lo segundo es pararse a **visualizar los daños.**

Revisar las piezas dañadas a trasluz, revisarlas desde diferentes ángulos, siempre

mirando desde una posición en diagonal para poder ver el reflejo de la luz en la pintura y en la pieza. Con esta técnica, sencilla pero eficaz, ayudará al técnico a ver toda clase de abolladuras.

El siguiente paso es **el tacto.** Otra técnica que ayuda a tener una visión más detallada de los daños. Se detecta fácilmente anomalías que visualmente no se llegan a distinguir. Desplazar la palma de la mano por las superficies dañadas de forma horizontal y vertical sin utilizar guantes permite apreciar abolladuras de la superficie.

Por último, **marcar los daños en la chapa** que se han visto con las dos técnicas anteriores. Utilizar un rotulador de tiza líquida, indicando el tipo de daño (leve, medio...). Esta técnica no solo va a servir para que la Aseguradora pueda comprobar nuestra valoración, también permite que el chapista y/o pintor tenga claro la intervención a realizar.

Todos estos consejos/técnicas han de permitir escoger también correctamente el utillaje a emplear en cada golpe, reduciendo tiempos de intervención y haciendo un buen uso de los anexos y materiales.

**Estos procedimientos (formas de hacer) requieren de tiempo,** para disponer de tiempo se precisa un sistema de trabajo organizado, donde todo el personal sepa que tiene que hacer y cómo lo tiene que desarrollar. **Tanto da el tamaño y el potencial productivo del taller, un sistema organizado es válido y necesario para todos.**

Y antes de acabar, quería agradecer a nuestro colaborador Manel Ponce, nuestro experto en carrocería, la ayuda en la redacción de este artículo.

Sea cual sea el futuro, seguiremos innovando por tu seguridad.



errave.com



La **investigación e innovación** en materiales y procesos de producción nos permite someter a todos nuestros productos a exigentes test de eficacia y resistencia, **garantizando los más altos niveles de fiabilidad y seguridad** bajo cualquier circunstancia.

TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA



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

# YO, EL TALLER

## TALLERES J&J CARS

# Trabajo en equipo

“Trabajamos juntos, triunfamos juntos”. Esta es la frase que Eloy del Olmo, gerente de Recambios del Olmo, utilizó durante la entrevista para definir la relación que une al recambista, socio manchego del Grupo Serca, con Talleres J&J Cars (Ventas de Retamosa, Toledo), pero que también se puede extrapolar a la que mantienen los dos protagonistas de este reportaje: José Daniel Nieto Viñas (48 años, casado y con un hijo de 14) y Jesús Funes Prieto (43 años, casado y con dos hijos), cuyos padres les impulsaron a seguir un camino profesional dedicado al motor: ambos acabaron trabajando en un concesionario en el que empezaron a poner los cimientos de una estrecha relación personal y profesional que culminó con la apertura de Talleres J&J cars, el negocio que marcaría el resto de sus vidas.

**P**

rimero llegó Jesús, en 1996, con sólo 17 años, un par de años después lo haría José Daniel. Un concesionario Opel de Navalcarnero (Madrid) sería el punto de partida de esta historia... “Yo no quería estudiar, me llamaba mucho la mecánica, aunque ningún miembro de mi familia se haya dedicado a ello, mi padre, quien

tenía muy buena relación con el dueño de un concesionario en Navalcarnero, me animó a trabajar, sabía que necesitaban un aprendiz y me lancé de lleno”.

Y tan de lleno que nada más empezar a dar sus primeros pasos en el mundo de la mecánica Jesús quedó tan encantado con el oficio que decidió empezar a formarse a fondo. “Fue por iniciativa propia, lo comenté con el dueño del concesionario y me recomendó los cursos de una empresa de formación del sector. Todos los días al terminar mi jornada en el taller, me iba a cursar la formación hasta las 22:00-23:00 de la noche. Llegaron a nombrarme mecánico de oro de Opel por todos los cursos que estaba realizando”.

La vida de Jesús se cruzaría con la de José Daniel cuando el segundo aterrizó en el concesionario de Navalcarnero, pero su historia en el sector había empezado algo





antes... "Mi padre era jefe de taller en una concesión Opel de Móstoles (Madrid) en la que me metió como aprendiz cuando sólo tenía 14 años. Era muy joven, pero lo tenía muy claro. Me formé y llegué a tener una buena posición en el taller, pero cuando cumplí los 25 decidí montármelo por mi cuenta, tenía la ilusión de hacer algo por mí mismo y me lancé: abrí un pequeño taller en Móstoles ayudado por mi padre". Un taller que, pese a las ganas y las horas que José Daniel le echó al proyecto no llegó a buen puerto: "Mi padre seguía como jefe de taller en la concesión, me echaba una mano en lo que podía pero estaba yo solo, y llevar tú solo un taller es muy complicado... así que tuve que cerrar".

Pero su historia no acabaría ahí, ni mucho menos. "A mi padre le enviaron a trabajar a otro concesionario Opel, de Móstoles a Navalcarnero; donde conocía al dueño, y me llevó con él. Ahí fue donde conocí a Jesús y trabajamos codo con codo durante 17 años...", explicaba José Daniel. "En total llevamos más de 20 años juntos, somos como un matrimonio, pero habremos discutido, como mucho, tres veces en nuestra vida", decía entre risas Jesús dando buena seña de la amistad que les une.

### "Ya nos tocaba"

Eran compañeros y amigos, y aunque el padre de José Daniel ya se había jubilado, los protagonistas de la historia continuaban en el concesionario hasta que llegó el momento de dar un paso más... "En 2013 nos decidimos. La crisis había mermado mucho el trabajo, bajaron los sueldos, las horas... así no podíamos seguir, sabíamos que donde estábamos no teníamos futuro", explicaba José Daniel: "Cuando me



casé, me compré una casa en Venta de Retamosa, Toledo, a 18 kilómetros de Navalcarnero, poco después lo hizo también Jesús. Sabíamos del traspaso de un taller en la localidad y nos decidimos, bautizando

"Todos los días al terminar en el taller, me iba a cursar la formación hasta las 22:00-23:00 de la noche. Llegaron a nombrarme mecánico de oro de Opel por todos los cursos realizados". **JESÚS FUNES** GERENTE DE TALLERES J&J CARS

"A mi padre le enviaron a trabajar a otro concesionario Opel, de Móstoles a Navalcarnero donde conocía al dueño, y me llevó con él. Ahí fue donde conocí a Jesús y trabajamos codo con codo durante 17 años...". **JOSÉ DANIEL NIETO** GERENTE DE TALLERES J&J CARS

el proyecto con nuestras iniciales". Pero la falta de experiencia en la gestión les jugó una mala pasada, aunque no fue en balde...

"Sabíamos mucho de mecánica, pero no tanto de gestión. Éramos unos novatos en esos términos. Teníamos clientes pero el taller no tenía una buena ubicación, el alquiler era muy caro, su anterior dueño no había sembrado buenas opiniones entre los clientes y todo ello nos pasó factura...", comentaba Jesús. "Pero nos sirvió mucho, aprendimos de todo ello y decidimos buscar otro local: en un año nos trasladamos al taller en el que estamos ahora, y no hay color", añadía José Daniel: "Tiene 200 metros cuadrados, está muy bien localizado en la entrada del pueblo, al lado de la autopista hacia Madrid, en seguida empezamos a notar que todo cambiaba...".

### "Con Recambios del Olmo tuvimos un 'boom'"

"Desde que nos trasladamos en 2014 hemos ido hacia arriba, empezamos a ganar muchos clientes y a crecer, pero lo que ha marcado

la diferencia en nuestro negocio ha sido empezar a trabajar con Recambios del Olmo hace dos años, tuvimos un 'boom', explicaba Jesús. "Te soy totalmente franco, desde que estamos con ellos ha crecido nuestra facturación en un 40%, tuvimos que meter a otra persona... es increíble", añadía José Daniel. "Nosotros trabajábamos con otro recambista antes que Recambios del Olmo abriera el punto de venta de Toledo hace tres años, pero no estábamos del todo contentos, teníamos ganas de crecer, aspiraciones...", decía Jesús. Y el socio de Serca les ofreció un proyecto de futuro... "Del Olmo, a través de su comercial, Daniel García, con quien tenemos una excelente relación, nos presentó no sólo un proyecto comercial, nos ofreció toda una visión de futuro, de crecimiento, exactamente lo que estábamos buscando", aseguraba José Daniel. "Con Recambios del Olmo lo tenemos todo: un paquete completísimo de servicios, formación, gestión, apoyo informático, consultoría, tienen tres repartos diarios... además dan un trato muy, muy cercano; Daniel se pasa todas las semanas para ver si necesitamos algo o cómo pueden ayudarnos... es un mundo totalmente distinto, hemos notado un antes y un después desde que trabajamos con ellos", explicaba Jesús.

### "SPG es una gran familia"

Y es que les fue todo rodado, en diciembre empezaron a trabajar juntos y en mayo ya eran SPG. "A finales de 2018 compramos el primer elevador, en marzo Daniel García nos presentó la idea de la red de talleres, nos animó a pasarnos por Motortec y no hubo lugar a dudas, nos encantó el proyecto de la

## "Triunfamos juntos"



"Es un taller diferente, relativamente joven en nuestra cartera de clientes, con muchas ganas, mucha garra. Un taller de futuro, con espíritu emprendedor y mucha ilusión que ha llevado a Jesús y José Daniel a conseguir todo lo que han logrado, a crecer como lo han hecho, con los que cualquier distribuidor estaría encantado de trabajar... Si hubiera más talleres como J&J Cars evitaríamos la fuga de talento al canal marquista. Son un taller modelo, porque en los tiempos duros es cuando los buenos destacan, y si tienen tanto trabajo es porque algo deben estar haciendo bien. Trabajamos juntos, triunfamos juntos", dice de Talleres J&J Cars (Ventas de Retamosa, Toledo) Eloy del Olmo, gerente de Recambios del Olmo: socio de Serca con siete puntos de venta con los que cubre las provincias de Toledo, Cuenca, Ciudad Real, Albacete y Jaén, contando con 30 SPG, 300 Profesional Plus y 2 Nexusauto.

"Son gente sana, emprendedora, muy espabilada con la que la relación comercial fluye a las mil maravillas como también lo hace la personal, da gusto trabajar con ellos, y durante la pandemia han demostrado su valía, y nosotros hemos estado a su lado y lo seguiremos estando", continuaba del Olmo para luego hacer una fotografía del mercado: "Después de los meses de confinamiento, en verano el sector cogió una velocidad de crucero, afortunadamente en Recambios del Olmo vamos a cerrar 2020 por encima del año pasado, y creo que 2021 va a ser un año de recuperación, la llegada de la vacuna va a impulsar a los mercados y a reactivar la economía, y en concreto, nuestro sector tiene buenas perspectivas: el parque está envejecido, con una media de edad de 12 años, y aunque es muy importante que se vendan coches para tener materia prima en 4, 5 años, por la situación económica no se están achatarrando vehículos que podemos seguir manteniendo. A lo que se suman las dificultades para la entrada del coche eléctrico por lo que a los vehículos de combustión les queda mucho, mucho recorrido en nuestro parque".



red, la visión y el buen ambiente que había entre todos, SPG es una gran familia y queríamos formar parte de ella”, continuaba Jesús.

“Nosotros siempre hemos trabajado en un concesionario y queríamos entrar en una red, sabemos lo importante que es contar con ese respaldo a todos los niveles y no podemos estar más satisfechos con la decisión, es lo mejor que hemos hecho”, apuntaba José Daniel. “Y como lo hemos notado este año...”, intervenía Jesús: “Nos hemos sentido muy, muy apoyados por Serca: un grupo súper dinámico que crece y es muy activo, y por SPG, nos han ayudado muchísimo, no sólo eliminado las cuotas los meses de confinamiento, también con todo el flujo de información,

manteniendo los servicios, la formación los repartos... Estamos muy a gusto con el grupo y con SPG”.

### Con ganas de crecer

Son un taller joven, con ganas, decidido, que ha sabido manejar con acierto la crisis del coronavirus y con mucho futuro por delante: “Nosotros sólo cerramos 15 días durante el confinamiento, después seguimos atendiendo con cita previa. Todo lo que perdimos durante los meses de marzo y abril, lo recuperamos durante el verano que ha sido muy bueno, en otoño ha habido picos, ha variado mucho el volumen de trabajo porque a nosotros nos afecta directamente el cierre de Madrid, pero trabajo no

nos falta, ni mucho menos, diciembre está yendo muy bien y esperamos cerrar el 2020 algo mejor que 2019”, aseguraba José Daniel.

“Y no sólo eso, tenemos muy buenas perspectivas para 2021”, afirmaba orgulloso Jesús: “No tenemos miedo, al contrario, tenemos muchas ganas de crecer y estamos convencidos de ello. De hecho, la pandemia está haciendo que la gente de Madrid se traslade a la periferia o fuera de la capital, y Ventas de Retamosa está creciendo muchísimo, lo cual nos beneficia directamente, sin ir más lejos: este verano mi mujer ha empezado a trabajar con nosotros porque había demasiado volumen. El año que viene estamos seguros que vamos a crecer”.

“En total llevamos más de 20 años juntos, somos como un matrimonio, pero habremos discutido, como mucho, tres veces en nuestra vida”. **JESÚS**

**FUNÉS** GERENTE DE TALLERES J&J CARS

“Desde que trabajamos con Recambios del Olmo ha crecido nuestra facturación en un 40%, tuvimos que meter a otra persona... es increíble”. **JOSÉ DANIEL NIETO**

GERENTE DE TALLERES J&J CARS

“En marzo Daniel García (comercial de Recambios del Olmo) nos presentó la idea, nos animó a pasarnos por Motortec y no hubo lugar a dudas, nos encantó el proyecto de la red, la visión y el buen ambiente que había entre todos, SPG es una gran familia y queríamos formar parte de ella”. **JESÚS FUNÉS**

GERENTE DE TALLERES J&J CARS

“Recambios del Olmo nos ha ayudado muchísimo, no sólo eliminado las cuotas los meses de confinamiento, también con todo el flujo de información, manteniendo los servicios, la formación los repartos... Estamos muy a gusto con el grupo y con SPG”. **JESÚS FUNÉS** GERENTE DE

TALLERES J&J CARS

“Tenemos muy buenas perspectivas para 2021, este verano mi mujer ha empezado a trabajar con nosotros porque había demasiado volumen. El año que viene estamos seguros que vamos a crecer”. **JESÚS**

**FUNÉS** GERENTE DE TALLERES J&J CARS



## SM AUTOMOCIÓ

# Presente y mucho futuro

Sergi Moreno García es natural del pueblo Sant Jaume dels Domenys, en Tarragona. Aficionado al deporte en general, y a montar en bici en particular, tiene en su actual oficio, en el que lleva desde los 18 años, otra de sus pasiones. Y es que a este tarraconense de 35 años el gusanillo de la automoción le ha 'picado' desde siempre. Y es que siendo su padre mecánico -aunque en su caso más orientado al vehículo industrial-, podría decirse que lo suyo es casi cosa de familia... Que otros familiares suyos corrieran en carreras de coches cuando él era pequeño, no hizo más que ayudar a que el protagonista de esta historia se criara desde bien niño con el olor a gasolina bien presente. Pese haber estado casi toda su vida trabajando en la reparación de vehículos, todavía no se había atrevido a dar el paso de establecer un negocio por su cuenta... Hasta principios de noviembre de 2018. Fue entonces cuando emprendió la aventura de montar su propio taller, SM Automoció, en El Vendrell, un municipio de la provincia de Tarragona. Esta es su historia...

### Los coches, una vocación

"Siempre me ha gustado el mundo de la automoción", comienza contando su historia Sergi Moreno, un mecánico de vocación que descubrió desde muy pequeño que quería dedicarse a los coches: "Me viene de familia, mi padre es mecánico, pero más dedicado al vehículo industrial, y unos familiares míos corrían en carreras de coches cuando era pequeño. Creo que ellos fueron los que me guiaron por ese camino, ese olor a gasolina que tenían los coches viejos...", relataba Sergi con cariño recordando aquellos años en los que sus familiares le llevaban a dar alguna vuelta con el coche de carreras. Aquello le marcaría para siempre...

Pese a que, para Sergi, es "más entretenido y completo" trabajar en un taller multimarca, él empezó su trayectoria laboral, tras estudiar el Grado Medio en Electromecánica, haciendo las prácticas en un taller Peugeot en El Vendrell -localidad tarraconense donde está situado su taller y donde vive actualmente con su pareja- en el que estuvo trabajando cerca de 5 años. Por tanto, conoce los entresijos de los dos mundos, el multimarca y el marquista. "En el concesionario aprendes mucho de esa marca. Pero era todo muy monótono, siempre tocabas lo mismo. Al final conoces mucho una marca, y si hablabas con algún amigo que trabajaba en Volkswagen, por ejemplo, ni él sabía de lo que hablabas acerca de





Peugeot ni tú de lo que hablaba él de Volkswagen”, cuenta Moreno. Habiéndolos conocido por tanto, de ambos mundos Sergi se decanta por el taller independiente: “A mí me entretiene más el taller multi-marca, es más completo. Es verdad que cuando llega una avería complicada, echas de menos todos los medios que tienen en 'la casa', pero es más entretenido y completo trabajar en un multi-marca”, asegura. Tras su experiencia en servicios oficiales, Sergi pasó a trabajar en talleres independientes para después estar un tiempo reparando maquinaria industrial. Fue curiosamente durante ese periodo en el que estuvo alejado del sector del automóvil cuando se dio cuenta de que lo que a él más le llenaba era la reparación de coches. Así, decidió que estaba preparado para dar el paso y montar su propio negocio: “Cuando ya sentía que había cogido suficiente experiencia en el sector, me aventuré con un taller que estaba en traspaso. También estaba pendiente de otro, pero el que tengo actualmente me cuadraba más”. Un taller que, ubicado en un polígono industrial de El Vendrell, cuenta con unos 500 metros cuadrados en total, aunque útiles son cerca de 300, ya que tiene dos altillos empleados como almacén, así como la cabina de pintura que utilizan para llevar a cabo las labores vinculadas a la carrocería. Y es que en el negocio de Sergi Moreno se realizan todos los servicios, como él mismo reconoce, “cogemos desde los caramelos hasta los huesos, como se suele decir”: electromecánica, chapa y pintura, mecánica rápida, averías complejas... Todo. No es de extrañar que con un taller que “coge de todo”, para Sergi, las labores administrativas y de cara al público sean un extra difícil de

Habiendo conocido la parte multi-marca y marquista, de ambos mundos Sergi Moreno se decanta por el taller independiente: “A mí me entretiene más el taller multi-marca, es más completo. Es verdad que cuando llega una avería complicada, echas de menos todos los medios que tienen en 'la casa', pero es más entretenido y completo trabajar en un multi-marca”.

gestionar sumado a las de por sí complicadas tareas que desempeña día a día un reparador de vehículos: "Si ya es complejo reparar los coches hoy en día, imagínate gestionar tu propio negocio...", apunta. Pero ese trato con el público es fundamental, y como tal trata de potenciarlo: "A la gente le gusta hablar contigo y el trato personal de tú a tú cuando va a dejar su coche al taller". Actualmente Sergi Moreno cuenta con tres empleados -dos mecánicos y un chapista-: "Ayoub, que es el chico con el que empecé hace dos años; Iván, al que contraté en el mes de marzo de 2020, antes de que estallara la pandemia; y Albert, que es el chapista y pintor".

### Buen servicio y calidad

Aunque cuenta con bastante trabajo en su día a día y con una clientela fiel, Sergi pone de manifiesto la "fuerte competencia" que existe actualmente ya no sólo en Tarragona en particular, sino en el sector de la reparación en general: "La competencia es fuerte. Pero sobre todo los que hacen más daño son los que 'revientan' los precios. Aunque la mayoría de la gente valora el trato, la fidelización, la profesionalidad con la que trabajas, sigue habiendo personas que sólo miran el precio", señala el propietario de SM Automoció. Y continúa: "A veces nos vienen clientes de otros talleres que no han querido hacer determinada avería, ya que sale del mantenimiento y las revisiones, y es más complicada de resolver. Pero luego sí te revientan los precios de los frenos, las ruedas, etc. Y a todo esto hay que sumarle también internet y los precios excesivamente baratos, a los que la gente hace caso y va al taller con esa idea". Aun así, Sergi Moreno está convencido de la diferencia: "Detrás de internet no hay nadie, no hay garantía. Detrás de mi taller, sí".

Y es que, en SM Automoció, cogen "la faena fácil y complicada", y se solventa cueste lo que cueste, dejándose la piel para que el cliente se vaya despreocupado de su establecimiento, sabiendo que va a tener reparado su vehículo en cuanto vuelva a por él: "Creo que los talleres multimarca nos mojan más por el cliente que en los concesionarios. Si a mí me vienen con una tontería, pero es necesario hacerle una reparación rápida a una persona, se lo arreglo y así me puedo ganar un cliente. El servicio lo tengo que dar".

Y es justo ese buen servicio que ofrecen desde el negocio de Sergi

Aunque cuenta con bastante trabajo en su día a día y con una clientela fiel, Sergi pone de manifiesto la "fuerte competencia" que existe actualmente ya no sólo en Tarragona en particular, sino en el sector de la reparación en general: "La competencia es fuerte. Pero sobre todo los que hacen más daño son los que 'revientan' los precios".

"Creo que los talleres multimarca nos mojan más por el cliente que en los concesionarios. Si a mí me vienen con una tontería, pero es necesario hacerle una reparación rápida a una persona, se lo arreglo y así me puedo ganar un cliente. El servicio lo tengo que dar".

"Hoy en día es muy necesario formar parte de una red. Cuando estuvimos parados, debido al confinamiento, Aicrag y NexusAuto, red a la que pertenecemos, estuvieron detrás: se congelaron las cuotas a los talleres, se empezaron a hacer formaciones online, etc. Formar parte de una red de talleres da una imagen, un prestigio, un valor añadido al cliente. Si lo tienes que hacer tú solo, no se puede. Hace falta tener un respaldo detrás".

"Lo que me gusta de Aicrag es la rapidez y el stock que tienen, así como las garantías que me ofrecen. 'Tienes un problema, lo solucionamos', comenta Sergi Moreno, orgulloso de la relación que mantiene con su proveedor de confianza.

Moreno una de las características que les hacen diferenciarse de su competencia. Un servicio que no sería posible, según él, sin el respaldo de su distribuidor de confianza Recanvis Aicrag -socio de Serca con once delegaciones en las provincias de Barcelona y Tarragona-: "Lo que me gusta de Aicrag es la rapidez y el stock que tienen, así como las garantías que me ofrecen. 'Tienes un problema, lo solucionamos', comenta. Pese a que "no todo ha sido bonito y fácil durante estos dos años que llevo con el taller abierto, sino que ha sido un camino duro", Sergi se muestra orgulloso de haber escogido a Aicrag como su distribuidor de confianza.

### Con Aicrag de la mano

Y es que, al principio de montar el taller en El Vendrell, al tener el propietario anterior otro distribuidor, Moreno prefirió dejar la situación tal y como estaba con el objetivo de no afectar en el cambio a su clientela: "Al tratarse de un traspaso, todo fue muy rápido, y lo primordial era que los clientes no se quedaran colgados". Cuando se estabilizaron un poco los cimientos del negocio, fue cuando Sergi habló con Jordi 'Papi' Coll, comercial de Aicrag, y decidió que ellos iban a ser su distribuidor de confianza. Una decisión que a día de hoy sigue manteniendo sobre todo porque, según afirma, "no importa que les pida una pieza pequeña, de 50 céntimos, me la traen. Sé que Aicrag está ahí, que me va a atender, se van a mojar tanto por una pieza pequeña como por una grande".

Asimismo, la otra mitad de esta relación recambista-taller, Julio García, actual responsable de Redes de Talleres dentro del equipo del distribuidor, refuerza la idea de ofrecer ese buen servicio del que hablaba su cliente: "Cada vez tiene más prioridad el servicio que se le da tanto al proveedor como al taller. Pertenecer a una red te da un prestigio, la posibilidad de ofrecer un buen servicio", destacaba García.

Un apoyo que desde hace tiempo vienen ofreciendo a SM Automoció, del que Julio García destaca una dedicación y una vocación por el servicio difíciles de comparar. Sergi Moreno asentía, convencido de que es ahí donde radica el éxito de su negocio: "Hay mucho esfuerzo y mucho trabajo detrás de todo lo que hacemos".

Sin embargo, para él, compensa el esfuerzo que se realiza en cada operación. Haber aprendido, ver



la cara de satisfacción del cliente y comprobar cómo vuelve al taller para cualquier problema que presenta su vehículo... Ahí está el quid de la cuestión para Sergi: "Nuestra intención es que el cliente se despreocupe cuando llega al taller y solucionarle los problemas, desde los rápidos a los complejos, y que el cliente vuelva a la siguiente y a la siguiente. Nosotros nos diferenciamos por el trato personal y porque atendemos toda clase de averías, desde las más fáciles a las más complicadas, ofreciendo un buen servicio y de calidad".

### "El taller necesita un respaldo donde apoyarse"

Pese a que los coches de hoy en día son cada vez más complejos y necesitan de un mayor cuidado, Sergi Moreno asegura que no siempre los usuarios son conscientes de la importancia de "cuidar" sus vehículos



como debieran, "hacer revisiones cada cierto tiempo para que evitar futuras reparaciones costosas". En este punto radica otra de las dificultades a las que se enfrentan hoy en día los talleres, asumiendo el gerente de SM Automoció su papel también en cierto modo pedagógico con sus clientes: "Nosotros, como taller, tenemos que asesorar al cliente y concienciarle sobre el cuidado de su coche de forma periódica", afirma.

Un soporte que ofrecen a sus clientes y que del mismo modo encuentran, según explica, en su distribuidor de confianza: "El taller puede ser muy profesional, intentar dar el mejor servicio, tener un buen equipo, pero necesita un respaldo, un distribuidor potente, que le dé formación, asistencia técnica... Apoyo, en una palabra", apunta Moreno.

No obstante, para el propietario de SM Automoció, es primordial ya no sólo contar con el apoyo de un distribuidor de confianza, sino de

contar con el respaldo de una red de talleres: "Hoy en día es muy necesario formar parte de una red. Cuando estuvimos parados, debido al confinamiento, Aicrag y NexusAuto, red a la que pertenecemos, estuvieron detrás: se congelaron las cuotas a los talleres, se empezaron a hacer formaciones online, etc. Formar parte de una red de talleres da una imagen, un prestigio, un valor añadido al cliente. Si lo tienes que hacer tú solo, no se puede. Hace falta tener un respaldo detrás".

Si bien, adentrarse en la aventura de pertenecer a una red como NexusAuto, no es una decisión baladí que Sergi tomara de la noche a la mañana. "Al ser un taller traspasado, el negocio estaba adherido a otra red. Todo fue muy rápido, y no había tiempo para elegir la red de Serca, digamos, entonces seguí con la otra red porque no podía parar el negocio por la clientela que tenía el taller en ese momento. Probé durante un tiempo, aunque seguía

comprando a Aicrag, y al final me decanté por NexusAuto", señala Moreno.

De hecho, el paso adelante lo dio porque había una confianza establecida ya desde hace muchos años, que se había ido forjando poco a poco, hasta dar el salto a comprometerse con una red de talleres del Grupo Serca. Por eso, cuando se planteó la opción, Sergi Moreno no lo dudó y decidió apostar por ellos y por lo que ofrecían: "Aposté por NexusAuto por la confianza que tenía con Aicrag, por el servicio que nos estaban dando. Al final sabes que tienes buen servicio, calidad y stock. Además, hacen lo posible por tener la pieza de recambio cuanto antes; cuando hay un problema se mojan y analizan lo que está pasando; vienen de visita para saber cómo estamos y si necesitamos algo. En definitiva, ofrecen rapidez, servicio y calidad".

Por su parte, Recanvis Aicrag es consciente de que los problemas

del taller son los suyos propios: "Nosotros siempre vamos a coger cosas que beneficien a los talleres, miramos por ellos. Nos embarcamos en proyectos que nos beneficien a los dos para seguir creciendo", declara Julio García. "Todas las inversiones nuevas que hacemos se llevan a cabo pensando en ofrecerles el mejor servicio: las formaciones online o el tema de las financiaciones, por ejemplo. Y vosotros como talleres tenéis voz y voto para decirnos lo que os interesa, y dejarnos claro cómo funcionan las cosas", comenta el distribuidor, que continúa: "Cosas como el programa NEXT Control o el tema de las financiaciones son el tipo de acuerdos por los que lucha una red como NexusAuto para poder hacerle la vida más fácil al profesional de la reparación". En definitiva, como reafirma Sergi, "vamos los dos a la par".

### "Los vehículos no paran"

Con respecto al futuro de la reparación en general y el de SM Automoció en particular, Sergi considera que es y será de vital importancia la formación: "En la actualidad, tecnológicamente hablando, tienes que estar muy al día. Los vehículos no paran y cada vez tienen más dispositivos incorporados. No te puedes cerrar, hay que seguir evolucionando, hay que estar abierto a los cambios que vengan", señala, convencido de que el futuro de la automoción pasa por seguir mirando hacia adelante, evolucionando y formándose: "Todo depende de la actitud con la que te tomes la vida. Al final lo que quieres es dar un trato personalizado y de confianza al cliente, quieres que el cliente se despreocupe y te deje el coche y se vaya tranquilo".

Y para eso el taller debe continuar formándose y afrontar las cosas con ilusión, a pesar de las circunstancias tan complicadas y atípicas que se están dando con la pandemia del coronavirus: "Es un año diferente y quizás un poco raro. Lo que más he notado con esta crisis es que el trato con el cliente se ha enfriado. Pero, aun así, a pesar de la tormenta, se están abriendo cada vez más talleres en El Vendrell y eso está muy bien. Aunque sea competencia, significa que hay optimismo por seguir adelante y lanzar un negocio propio. El futuro lo veo bien", asegura el propietario de SM Automoció, haciendo hincapié en que "hay que estar formado, pensar en grande, ser positivos, actualizarse y sobre todo ir acompañados por una red de talleres que nos apoye al 100%".

Teodoro 'Tito' Plata

TALLERES TITO

## “La mayor problemática del taller es el intrusismo y la morosidad”



Teodoro 'Tito' Plata Mahillo, de 51 años, es el propietario de Talleres Tito, un centro de reparación de mecánica, electricidad, neumáticos y electrónica ubicado en Carcaboso (Cáceres, Extremadura) a tan sólo diez minutos en coche de Plasencia. Habiendo estudiado una FP de Mecánica durante cinco años, Tito siempre supo que quería dedicarse a la reparación. Por eso, tras hacer la mili y trabajar en varios talleres para coger bagaje laboral, decidió montar su propio negocio en 1998 con tan sólo 28 años. Primero, estableció su local en el garaje de su casa -donde empezó con 80 metros cuadrados y luego pasó a tener 120-, para después de casi veinte años, en diciembre de 2018, comprar otro espacio y trasladarse a donde se encuentra ahora, con 250 metros cuadrados de taller y 150 de solar (para aparcar los vehículos), que comparte con otro empleado, con el que lleva 16 años mano a mano sacando el negocio adelante. Y es que 30 años trabajando en el sector de la reparación dan para mucho...

### ¿Como ve la situación del taller con toda la crisis sanitaria actual?

Da un poco de miedo. Nosotros estamos creciendo mucho, el último trimestre vamos muy bien, tenemos mucho trabajo, tenemos lista de espera de gente incluso. Y eso precisamente es lo que me asusta: tener mucho trabajo ahora y que dentro de unos meses pegue un bajón. Desde que abrimos hace dos años en Carcaboso, hemos ido creciendo y teniendo más y más trabajo. Da un poco de miedo ver cuánto dura esta situación. Aunque vamos mirando para adelante y avanzando.

### ¿Qué perspectivas tiene para finalizar el año y qué previsión tiene para el 2021?

Tengo buenas expectativas. Pese a todo, este 2020 estamos teniendo un buen año. Paró sólo 15 días cuando se declaró el estado de alarma, y realmente sólo deje de trabajar una semana porque no tenía repuestos. El resto he seguido trabajando a puerta cerrada, porque tenía el taller lleno de coches. Para el 2021, tengo también buenas expectativas, porque creo que esta situación no puede alargarse más de tres meses. Siempre intento mantenerme positivo ante cualquier situación.

### ¿Cómo cree que afectará

### a largo plazo esta crisis al taller? ¿Cambiarán algunas cosas?

Creo que a largo plazo no afectará al taller. Considero que la crisis de 2008 fue mucho peor que esta. Ahora no creo que haya problemas si se dan ayudas, préstamos, ICOs, etc. para que la gente siga moviendo el dinero. El problema es que la gente deje el dinero paralizado. El dinero no desaparece, está ahí, pero tiene que moverse. Si yo gano dinero, pero no lo invierto, no sirve para nada.

### ¿Ha notado el apoyo de su distribuidor?

Sí, he notado el apoyo del distribuidor. Durante la pandemia, nos ha repartido mascarillas, gel hidroalcohólico, etc. de forma completamente gratuita. Nos ha dado bastante información sobre cómo protegernos a nosotros como taller y cómo proteger a los clientes, así como sobre cómo proteger los coches. Ha existido una buena comunicación en ambas direcciones.

### ¿Qué tienen que hacer los talleres ahora para conseguir salir adelante ante esta situación?

Seguir innovando, hacer cursos, seguir estudiando, invertir en maquinaria nueva. En la formación



**¿Qué le pide a sus distribuidores? Más allá de las piezas de recambio...**

Estamos bien con ellos, no tenemos queja alguna. Estamos bien servidos y apoyados, se preocupan y nos hacen visitas diarias para ver qué nos falta y si está todo bien.

**¿Y a los fabricantes de componentes?**

Los precios de venta al público (PVP) que ponen los fabricantes son muy altos para después poner mucho descuento. A veces es más alto que las casas oficiales. Deberían ponerlo por debajo del precio de origen. Por ejemplo, con un filtro de un fabricante te venden la pieza a 10 euros y te aplican un 50% de descuento (pagas 5 euros) y luego vas a la casa y cobran al cliente 8 euros, así que en la casa le están cobrando menos que yo como taller. ¿Cómo un taller particular va a cobrar más que en la casa? Muchas veces no sabemos el precio original...

**¿Qué es lo que más le gusta de su trabajo?**

Disfruto mucho con todo. Voy contento a mi trabajo.

**¿Y lo que menos?**

El trato con según qué gente... Es decir, no me gusta tratar con personas que llegan al taller diciéndote lo que tienes que hacer. Esa es la parte que más me quema de mi trabajo.

**Si volviera atrás en el tiempo, ¿escogería la misma profesión?**

Sí, creo que estaría en el mismo sitio. Eso sí, estudiaría más años, pero siempre estaría relacionado con este trabajo. Hay muchas satisfacciones en esta profesión, por ejemplo, cuando te encuentras averías complicadas en las que tienes que invertir mucho tiempo, dinero y esfuerzo, pero compensa haberla arreglado, haber aprendido cómo hacerlo, el aprendizaje que has ganado... Es una satisfacción personal.

**¿Qué cambiaría de su trayectoria profesional?**

**¿Qué no repetiría?**

No lo sé, la verdad. Pienso que de toda experiencia en la vida se aprende, todo sirve de trampolín para saltar a otro sitio y seguir adelante. No hay nada que me haya echado para atrás.

**¿Qué le diferencia de su competencia?**

Supongo que porque el suelo brilla de lo limpio que está. Entras en el taller y está limpio y organizado, no hay colillas ni barro en el suelo. Por el trabajo y la profesionalidad que tenemos, por la pulcritud con la que hacemos las cosas, y la confianza que generamos en los clientes. He montado un taller sabiendo lo que quería y quería dar una imagen de profesionalidad, limpieza y confianza.

**¿Por qué entrar a formar parte de una red de talleres?**

**¿Y de Profesional Plus en concreto?**

Porque tienes un buen apoyo, servicio telefónico de asistencia y asesoramiento. En el caso de Profesional Plus, por la confianza, el apoyo que te dan para cualquier cosa, el asesoramiento y la financiación de nueva maquinaria que te ofrecen, y por el programa de gestión. Creo que es importante tener un apoyo para cualquier cosa que necesites o problemas que puedan surgir. También considero muy necesario el respaldo que te dan respecto a la formación técnica.

**¿Qué ha notado en su negocio desde que entró en la red?**

Entré en Profesional Plus hace cuatro años más o menos. Y desde entonces nos han proporcionado ropa para trabajar, cartelería, expositores, en definitiva, cosas visualmente atractivas para dar una imagen de cara al cliente. Nos han dado un apoyo para resolver cualquier problema, han estado ahí, atendiéndonos y preocupándose. Creo que es una mejora progresiva y no va a de un día para otro, requiere tiempo.

**¿Animaría a un taller a entrar en Profesional Plus?**

**¿Por qué?**

Sí. Un taller hoy en día necesita mucha información. Y, por eso, creo que lo suyo es estar adherido a alguien, ya que necesitas un apoyo, asesoramiento, financiación, formación, etc. Todos necesitamos a alguien para apoyarnos, hasta el más grande de todos.

está la clave. El futuro va a cambiar y está cambiando mucho. Aunque no creo que pase directamente por los vehículos eléctricos (debido a su elevado precio y poca autonomía), sí pasará por los híbridos. El que no invierte, se queda para cambiar tubos de escape, neumáticos o aceites. Y de eso sólo no se puede vivir...

**¿Cómo nota a sus clientes desde que comenzó la crisis? ¿Algún cambio notable?**

No he notado ningún cambio en la actitud de los clientes, aparte de la obligación de cumplir las medidas de protección y seguridad frente al Covid que tengo impuestas en el taller. No he notado a la gente recelosa ni nada. Será por la confianza que existe entre mis clientes y el taller...

**¿Qué cambiaría acerca de cómo funcionan las cosas en el mercado?**

Cambiaría las normativas para el intrusismo laboral, porque hay gente que monta negocios sin tener ni idea, sólo porque ha estado cuatro días cambiando ruedas y ya piensa que puede llevar un taller. Hay mucho intrusismo laboral, por ejemplo, en garajes privados se hacen reparaciones, con el peligro que eso conlleva y no hay garantía al cliente... El

vehículo es una bomba de relojería y, como mecánico y profesional, tengo la responsabilidad de montarle bien las ruedas, los frenos... a esa persona que lleva un coche. Si para conducir un coche te piden un carnet de conducir, para montar un taller te tendrían que pedir el equivalente...

**¿Qué es lo más importante para que un taller sea un negocio de éxito? Más allá de sobrevivir...**

Estar informados, y asociados con alguien, invertir en nueva maquinaria, saber atender al público, y el buen trato con el cliente. Esto último es esencial. Hay que saber tener mano izquierda con la gente, además de buena presencia e imagen, limpieza y organización del taller.

**¿Cuál es la mayor problemática que tiene el taller hoy en día?**

Para mí, la mayor problemática es el intrusismo laboral y la morosidad. Y es que, al estar en un pueblo pequeño en el que nos conocemos todos, es muy difícil tener los pagos al contado. Por tanto, si varios clientes no me pagan a tiempo, se me acumulan los gastos y tengo que pagar facturas que sí llegan todos los meses sin falta...



## TALLERES ISAAC

# El poder de la ambición

Sonriente, jovial, aficionado a las motos y apasionado a pasear por el campo con su perro. Así es Isaac López del Río, de 40 años, propietario de dos talleres -separados físicamente por un bar-, uno de mecánica y otro de chapa y pintura, de 200 metros cuadrados cada uno, ubicados en el polígono industrial La Torrecilla, en Córdoba. Este cordobés de pura cepa -casado y con una hija de 14 años- lleva desde que terminó la EGB trabajando en el mundo de la automoción. Y es que la vocación de mecánico le vino, como quien dice, 'impuesta' por su padre. Él tampoco la rehuyó, apostando desde los 14 años por trabajar codo con codo en su oficio en el que ya cumple varias décadas de trayectoria...

**D**ecidir con tan sólo 14 años que quieres dedicarte a la reparación de vehículos requiere ser de una pasta especial y, por supuesto, de mucha vocación. Eso es lo que hizo Isaac López del Río en el año 1994 cuando decidió empezar a trabajar en el taller mecánico que su padre tenía en el barrio Ciudad Jardín en Córdoba. Y es que, como bien dice el refrán, 'de tal palo, tal astilla': "La mecánica me viene de familia. Mi padre montó su taller con tan sólo 18 años", relata Isaac, quien está claro que ha seguido los pasos de su progenitor para convertirse en propietario de un taller -técnicamente, de dos, uno dedicado a la mecánica y otro a la chapa y pintura-, situado en el polígono industrial de La Torrecilla. "Llevo toda la vida en el sector de la automoción, no concebía otra cosa. Me gusta mucho el oficio, fue lo que escogí y estoy muy contento de haberlo hecho", señala con orgullo.

### Vocaciones heredadas

La historia de este mecánico cordobés empieza con el gusanillo del motor inculcado por su padre, que no sólo 'mordió' a Isaac sino también a su hermano César, pintor, que actualmente trabaja con él mano a mano en el taller dedicado a la carrocería. Así, 'mordido' por el gusanillo de la reparación, después de llevar varios años trabajando al lado de su padre, Isaac decidió que ya era hora de tener su propio negocio. En el 2005, con tan sólo 24 años, montó Talleres Isaju. Lo hizo junto a su socio Justo -de ahí el nombre-, al que la profesión le venía también de familia... La historia de ambos de hecho empezaría con las de sus padres. Y es que no sólo de sus padres les venía la vocación por el oficio, sino también la relación que les llevó más tarde a dar el salto de montar la empresa por su cuenta. Sus padres iniciaron juntos también el camino, en 1960 en su caso, en aquel taller de 110 metros cuadrados ubicado en el barrio cordobés Ciudad Jardín. Llegado el momento, sus padres decidieron dar un salto más -y eso a pesar de estar por entonces cerca ya de la jubilación-, buscando un lugar que les permitiera ampliar el negocio. Fue el momento perfecto para que sus hijos, Isaac y Justo, aprovecharan la oportunidad: "Querían traspasar el taller y le dije a mi padre que quería quedármelo", cuenta Isaac: "Se lo compramos. Mi padre marchó a otro taller, más amplio, en el Polígono La Torrecilla, y Justo y yo nos quedamos en el local". Nació Talleres Isaju. "La verdad es que yo ya tenía ganas de montar una empresa por mi cuenta y pensé: tenemos el taller montado y una cartera de clientes. Y dije vamos a hacerlo", señala Isaac. Pese a que empezaban de cero y que los comienzos siempre son duros -el negocio de su padre llevaba abierto muchos años y la clientela que tenía se fue con él a la nueva ubicación-, Isaac y Justo tuvieron la suerte de que parte de esa clientela heredada del taller de sus progenitores se quedó con ellos: "Cuando abrimos Talleres Isaju, la cosa empezó yendo genial", afirma. Fue el primero paso en la

aventura personal de Isaac López del Río, que no se conformaría con tener aquel negocio: “Yo siempre he sido muy ambicioso y quería avanzar, no quedarme en el taller aquel para siempre. Se me quedaba pequeño”, comenta. Por eso, en el 2011, Isaac decidió comprar otra nave en el polígono donde está actualmente y montar un taller de chapa y pintura: “Alquilé la nave en la que estamos actualmente, compré toda la maquinaria necesaria -entre otras, la cabina de pintura-, me traje a los trabajadores del taller de mi padre allí en Bulevar de Hernán Ruíz, y a mi hermano César, que estaba por aquel entonces parado, y monté un taller de carrocería”. Sin embargo, no dejó el otro taller mecánico, sino que conservó los dos. Lo que le supuso estar cerca de cuatro años, hasta 2015, yendo y viniendo de taller a taller, con el trajín y la pérdida de tiempo que conllevaba mantener dos negocios separados. Por eso, Isaac decidió que era mejor tener los dos centros de reparación en el mismo sitio: el polígono industrial La Torrecilla. “Era mucho trajín tener cada negocio en un lado de Córdoba. Por eso, decidí trasladar los dos a La Torrecilla, porque me estaba yendo muy bien y quería irme a la ubicación inicial. Así que, aprovechando que el propietario de un taller mecánico al lado del que yo tenía de chapa y pintura cerró, tras pasé el mío”, cuenta Isaac, quien añade: “En 2015 tras pasé el taller de mecánica al polígono y dejé la sociedad conjunta que tenía con mi socio Justo. Le pasé mi parte y me puse el nombre de Talleres Isaac”. Volviendo la vista atrás a la evolución de su negocio, Isaac es consciente de cómo ha avanzado y cómo su ambición de aquel entonces le ha hecho llegar donde está en la actualidad: “Me ha ido la cosa muy bien, la verdad. No puedo quejarme. Empezamos dos personas y

**Decidir con tan sólo 14 años que quieres dedicarte a la reparación de vehículos requiere ser de una pasta especial y, por supuesto, de mucha vocación. Eso es lo que hizo Isaac López del Río en el año 1994 cuando decidió empezar a trabajar en el taller mecánico que su padre tenía en el barrio Ciudad Jardín en Córdoba.**

**Volviendo la vista atrás a la evolución de su negocio, Isaac es consciente de cómo ha avanzado y cómo su ambición de aquel entonces le ha hecho llegar donde está en la actualidad: “Me ha ido la cosa muy bien, la verdad. No puedo quejarme. Empezamos dos personas y ahora somos seis empleados en el taller. Yo estoy en la oficina principalmente atendiendo a los clientes y a los peritos, y luego tengo a los mecánicos y a los chapistas”.**

ahora somos seis empleados en el taller. Yo estoy en la oficina principalmente atendiendo a los clientes y a los peritos, y luego tengo a los mecánicos y a los chapistas”. Y es que el dueño del taller cordobés lleva desde 1994 trabajando como mecánico, pero ahora que las cosas están asentadas y es su propia empresa, Isaac está dedicándose sobre todo a la atención de los clientes y de los peritos, encargándose también de las labores administrativas. “Ya es hora de meterme yo en la oficina y dejar al resto que ejerzan de mecánicos. Llevo desde los 14 años currando y no he parado desde entonces. La vida laboral me da para jubilarme ya”, apunta riéndose. Y es que el oficio de mecánico implica quebraderos de cabeza y satisfacciones a partes iguales, especialmente si se es propietario de un negocio desde tan joven como empezó Isaac.

### **Relación cercana y familiar**

Preguntado sobre su relación con Auto Recambios La Viñuela, socio de Serca en Córdoba, Isaac no puede nada más que dar las gracias: “Son amigos. Tenemos más relación que con nuestras familias. Antonio padre nos visita dos o tres veces a la semana, se preocupa por nosotros. Están pendientes. Estoy muy contento con ellos”. Su distribuidor de confianza -que lleva desde el 81 funcionando- no puede estar más de acuerdo: “Es un gran amigo”, asegura Antonio Gutiérrez, fundador de Auto Recambios La Viñuela. No es de extrañar

que las dos partes de un mismo todo tengan una relación tan cercana y de confianza. Y es que se consideran prácticamente de la familia, algo lógico teniendo en cuenta que Antonio Gutiérrez ha visto crecer a Isaac desde bien pequeño. Por eso, cuando Isaac estaba decidido a montar un negocio por su cuenta, La Viñuela no dudó ni un segundo en el que apoyarse para el emprendedor: “Recuerdo al principio cuando empecé a montar el taller, desde La Viñuela me ayudaron mucho. Me dieron toda clase de facilidades. Para todo lo que he necesitado han estado ahí”, destaca conmovido el dueño de Talleres Isaac, quien empezó con su taller directamente de la mano de su actual distribuidor de confianza del que se fía ciegamente. “Cuando me hablaron de la red Profesional Plus no lo dudé, confíe en ellos”, comenta Isaac. A lo que Antonio Gutiérrez añade: “Le propusimos pertenecer a una red como Profesional Plus, ya que creíamos que iba a ser beneficioso para su negocio por todos los servicios que ofrecía: formación, cursos para estar al día, programas informáticos, etc.”. Y es que formar parte de una red de talleres hoy en día es fundamental para la supervivencia del taller independiente ya no sólo porque “tienes un respaldo”, como asegura Isaac, sino por la imagen de marca que proporciona, la formación y, sobre todo, porque “me han hecho avanzar respecto a la

inversión en nueva maquinaria: máquinas de diagnóstico, de aire acondicionado... Me mantienen actualizado el taller y además están atentos a todo lo que necesito”, afirma. Siendo un taller que quiere abarcar “lo máximo posible” desde su fundación, una de las características que mejor lo diferencian del resto de talleres situados a su alrededor es que tienen un servicio de recogida y entrega de vehículos a domicilio gratuito, con el que llevan desde que el taller de mecánica estaba ubicado en Bulevar de Hernán Ruíz. “Cuando estaba con Justo en el taller de mecánica de Bulevar, y el de chapa y pintura estaba ya en el polígono, los clientes que teníamos me siguieron. Pero, para hacerles la vida más cómoda y diferenciarme del resto, creé este servicio de recogida y entrega de vehículos a domicilio de forma totalmente gratuita. De hecho, tengo a un empleado contratado específicamente para que recoja y lleve los vehículos del taller a los clientes, y del cliente al taller”, explica Isaac. “Este servicio es primordial, la verdad, sobre todo con la que está cayendo ahora con la crisis. La gente sabe que somos profesionales y que ofrecemos un buen servicio, pero además lo complementamos con este valor añadido de recogida y entrega de vehículos a domicilio”, añade. Todo el esfuerzo, ambición, ilusión y entusiasmo han traído a Isaac hasta este punto en su carrera profesional donde, como asegura, “quiero mantenerme como estoy. No quiero avanzar más. Me quiero estabilizar con el negocio que tengo. Me planteo comprar, con el tiempo, alguna de las naves que alquilo ahora, así como ir renovando poco a poco la maquinaria del taller y ambos locales, pero nada más. Estoy ya quemadillo, pero continuo porque me encanta este oficio”.

**Preguntado sobre su relación con Auto Recambios La Viñuela, socio de Serca en Córdoba, Isaac no puede nada más que dar las gracias: “Son amigos. Tenemos más relación que con nuestras familias. Antonio padre nos visita dos o tres veces a la semana, se preocupa por nosotros. Están pendientes. Estoy muy contento con ellos”.**

**“Cuando me hablaron de la red Profesional Plus no lo dudé, confíe en ellos”, comenta Isaac. A lo que Antonio Gutiérrez añade: “Le propusimos pertenecer a una red como Profesional Plus, ya que creíamos que iba a ser beneficioso para su negocio por todos los servicios que ofrecía: formación, cursos para estar al día, programas informáticos, etc.”.**



Todos los clientes son diferentes, **Valeo tiene una solución para cada uno.**

ESPECIALISTA EN SISTEMAS DE TRANSMISIÓN

## VALEO D.M.F.\*

- > Optima filtración de vibraciones
- > Reducción del ruido
- > Conducción confortable



\* Doble Volante Amortiguador

Smart care for you  
valeoservice.es



## ¿Qué autonomía han tenido los vehículos eléctricos durante el periodo de confinamiento?

FIRMA EL ARTÍCULO...

Alfonso  
Ramírez  
Parte

**S**i, ha leído bien, ¿qué autonomía ha tenido un vehículo eléctrico que ha estado parado o estacionado en este tiempo de confinamiento por culpa de la pandemia mundial que ha provocado el Covid-19 en este 2020?

Siempre, y esto es normal y totalmente entendible, se ha puesto el punto de mira en la capacidad que tiene un vehículo eléctrico para recorrer cierto número de kilómetros comuna carga de batería, lo que llamamos autonomía de un vehículo eléctrico. Y esto es así porque queremos un vehículo para movernos o desplazarnos en nuestro día a día y no para estar estacionado largos periodos de tiempo.

La pandemia que hemos sufrido en 2020 nos ha dado la vuelta a muchas cosas en nuestra vida. Una

de esas cosas ha sido en muchos casos tener el vehículo parado/ estacionado durante 99 días. Salvo raras excepciones, no es habitual tener un vehículo totalmente parado durante más de 3 meses. Recordamos que el estado de alarma y las medidas de confinamiento entraron en vigor el pasado día 15 de marzo, incluso algunos ciudadanos decidieron empezar antes, y salvo para realizar actividades permitidas permanecimos en nuestra casa hasta el 21 de junio cuando empezamos con la nueva normalidad. Bien, pues durante todo este tiempo en el que los vehículos no han podido circular, las baterías han hecho lo que han podido. En los vehículos con motor térmico (gasolina o diésel) y batería de 12v hemos visto que algunos han aguantado bien y otros no también.



EN CONDICIONES NORMALES LO HABITUAL ES TENER LA CARGA DE BATERÍA ENTRE UN 20 O 30% Y UN 70 U 80 % QUE SUELE SER MÁS QUE SUFICIENTE PARA NUESTRAS NECESIDADES DIARIAS. CON UNA CARGA DE 70 U 80% SE DISPONE DE UNOS 300 KILÓMETROS. ESTOS SON DATOS SIEMPRE PENSANDO EN CIRCULAR CON EL VEHÍCULO, CLARO ESTÁ. PERO LA INTENCIÓN DE ESTE ARTÍCULO ES MOSTRAR LA AUTONOMÍA A VEHÍCULO PARADO. EN ESTE CASO NO HABLAREMOS DE KILÓMETROS SINO DE TIEMPO.

En algunos casos, después de los 99 días, algunos conseguían arrancar sin problemas, otros necesitaron alguna carga de batería y, otros no tuvieron tanta suerte y fue necesario el cambio de la batería.

En el caso de vehículos híbridos no fue muy diferente, dependía principalmente del estado y antigüedad de la batería de 12v. En cuanto a la batería de alta tensión, si cuando el vehículo quedó estacionado la batería no estaba especialmente baja no generó un gran problema ya que dichas baterías no suelen tener un gran consumo más allá de la baja descarga de su química.

Pero ¿y en vehículos totalmente eléctricos? Pongamos en ejemplo a Tesla, el Model S con batería de 85 kW propiedad de Serca y con el que se imparte la formación de vehículos eléctricos. Este Model S como tantos otros vehículos ha tenido que estar parado/estacionado más de esos 99 días.

Partimos de la base de que este Tesla Model S, que en esos momentos tenía en torno a los 110.000 kilómetros y casi 6 años de vida, y que con la batería al 100% dispone de unos 375 kilómetros. Normalmente, pensando en la durabilidad de la batería, la carga al 100% solo se realiza justo antes de partir en un viaje de larga distancia para asegurar una máxima autonomía y poder garantizar el trayecto hasta un cargador.

En condiciones normales lo habitual es tener la carga de batería entre un 20 o 30% y un 70 u 80 % que suele ser más que suficiente para nuestras necesidades diarias. Con una carga de 70 u 80% se dispone de unos 300 kilómetros. Estos son datos siempre pensando en circular con el vehículo, claro está. Pero la intención de este artículo es mostrar la autonomía a vehículo parado. En este caso no hablaremos de kilómetros sino de tiempo.

¿Si dejamos estacionado este Tesla Model S de 85 kW, tendremos la misma autonomía en kilómetros que cuando lo dejamos estacionado? ¿Cuántos kilómetros de autonomía nos quedarán? ¿Cuántos kilómetros habremos perdido? ¿Por qué baja la autonomía estando estacionado? ¿Se puede agotar la autonomía de la batería por completo? ¿Puede esto dañar la batería? ¿Cómo podríamos evitarlo?

Empecemos respondiendo de la última pregunta a la primera.

Lógicamente para evitar que la batería no se quede completamente a cero deberíamos mantener el vehículo conectado a un enchufe o estación de carga y despreocuparnos ya que se pueden programar las cargas en cuanto a los rangos horarios en los que queremos que cargue o también limitando la carga a un porcentaje, por ejemplo, para que se desconecte la carga cuando esta llega al 70 u 80%. En caso de no disponer de esta opción sí deberíamos estar pendientes y acudir a una estación de carga antes de que la batería empiece a agotarse. Si la batería del vehículo se desatiende la batería se descarga por completo.

Como ya sabemos, el agotamiento total de una batería de litio podría tener consecuencias importantes, siempre depende de la antigüedad de la batería o de la vida que haya tenido previamente. Cuanto más tiempo pase la batería agotada, más posibilidades tendremos de que sufra graves o irreparables daños.

Bien, dicho esto, vamos a ver por qué la batería de este Tesla Model S se descarga estando estacionado.

Ya sabemos que los vehículos Tesla se diferencian en algunos aspectos importantes a los vehículos de los fabricantes más tradicionales. Por ejemplo, ¿cuántos vehículos a día de hoy se actualizan vía 4G (con una tarjeta SIM) o Wifi? El Tesla Model S es





Innovación y calidad  
sin concesiones.

Puede confiar en ello.

Proveemos a nuestros distribuidores y socios en el taller con componentes de motor, turbocompresores, filtros, productos de gestión térmica, arranques y alternadores, así como de componentes electrónicos. Nuestras soluciones de equipamiento del taller, como el mantenimiento de los sistemas de climatización, analizador de gases de escape, diagnóstico y calibrado, marcan la pauta en todo el mundo. Con MAHLE, su taller estará preparado al 100% para el hoy y el mañana.

[mahle-aftermarket.com](http://mahle-aftermarket.com)

**MAHLE**



# KYB

## Está en nuestro ADN

Durante más de un siglo, **KYB** ha sido uno de los mayores fabricantes de hidráulica del mundo, fabricando más de 1 millón de amortiguadores para OE y aftermarket cada semana.

Con más de 100 años de experiencia, puedes confiar en **KYB** para tus piezas de recambio.



Original  
Equipment  
Manufacturer



[kyb-europe.com](http://kyb-europe.com)



[KYBSuspension](https://www.facebook.com/KYBSuspension)



[@KYBEurope](https://twitter.com/KYBEurope)



[KYB-Europe](https://www.youtube.com/KYB-Europe)



[KYBEurope](https://www.instagram.com/KYBEurope)



desde su nacimiento un vehículo conectado, puede recibir diferentes actualizaciones vía inalámbrica para alguna de sus unidades electrónicas o actualizaciones de la cartografía del GPS. Para estas operaciones el vehículo tiene que "despertar" cada cierto tiempo y comunicar con los servidores de Tesla. Una actualización importante puede llevar hasta 1 hora, tiempo en el que no podremos hacer uso del vehículo. Por esta razón las actualizaciones, aunque se pueden programar, se suelen realizar automáticamente por la noche mientras el vehículo no está en uso, con el consiguiente consumo de batería y pérdida de kilómetros si el vehículo no está conectado al cargador.

Por otro lado, el consumo de batería estando el vehículo inactivo puede venir dado por la configuración que tengamos en el vehículo. En este apartado nos encontramos con configuraciones como "Salida programada". Esta configuración se usa cuando tenemos una rutina diaria de uso, por ejemplo, si hiciéramos uso del vehículo todos los días a las 8 de la mañana podríamos programar que, la temperatura del habitáculo este a nuestro gusto o que, la batería tenga la temperatura adecuada para no sufrir limitaciones de batería cuando empecemos a circular con el vehículo. Otros motivos para la descarga de batería estando estacionado son los "despertares" por el uso de la aplicación para móviles de Tesla, que nos permite consultar el nivel de carga de la batería o activar/desactivar servicios como la climatización o alarma del vehículo, etc.

Bien, si hablamos de la bajada de kilómetros de este vehículo estando estacionado, con una configuración totalmente conservadora, es decir, sin salida programada, con el MCU en modo economía, sin alarma, y sin el uso de la aplicación podríamos decir que perdemos entre 7 y 9 kilómetros cada 24 horas.

### Ejemplo práctico controlado en nuestro Tesla Model S

#### Día 22 de abril (carga)

- ▶ Batería del vehículo con 13 kilómetros de autonomía. Enchufamos el vehículo a un enchufe domestico de 220v/ 8amp.
- ▶ Para la protección de la batería no realizamos una carga al 100% sino a un 70/ 80%.

#### Día 24 de abril

- ▶ Después de unas 43 horas de carga aproximadamente y de desconectar el Model S de la red eléctrica, tenemos ahora unos 310 kilómetros de autonomía.

#### Día 24 de mayo

- ▶ Después de un mes con el vehículo totalmente parado la autonomía bajo a 41 kilómetros, con lo que se puede deducir que fueron perdidos casi 9 kilómetros cada 24 horas.
- ▶ El consumo de batería de un vehículo eléctrico puede variar según el modelo, el estado de la batería, la configuración del vehículo o el uso que hagamos de su aplicación en nuestro teléfono.

La conclusión es que si nos desprecupamos de la batería del vehículo eléctrico cuando vaya a estar parado o estacionado un largo periodo de tiempo es posible que tengamos un problema cuando volvamos a hacer uso de él.

¿SI DEJAMOS ESTACIONADO ESTE TESLA MODEL S DE 85 KW, TENDREMOS LA MISMA AUTONOMÍA EN KILÓMETROS QUE CUANDO LO DEJAMOS ESTACIONADO? ¿CUÁNTOS KILÓMETROS DE AUTONOMÍA NOS QUEDARÁN? ¿CUÁNTOS KILÓMETROS HABREMOS PERDIDO? ¿POR QUÉ BAJA LA AUTONOMÍA ESTANDO ESTACIONADO? ¿SE PUEDE AGOTAR LA AUTONOMÍA DE LA BATERÍA POR COMPLETO? ¿PUEDE ESTO DAÑAR LA BATERÍA? ¿CÓMO PODRÍAMOS EVITARLO?

COMO YA SABEMOS, EL AGOTAMIENTO TOTAL DE UNA BATERÍA DE LITIO PODRÍA TENER CONSECUENCIAS IMPORTANTES, SIEMPRE DEPENDE DE LA ANTIGÜEDAD DE LA BATERÍA O DE LA VIDA QUE HAYA TENIDO PREVIAMENTE. CUANTO MÁS TIEMPO PASE LA BATERÍA AGOTADA, MÁS POSIBILIDADES TENDREMOS DE QUE SUFRA GRAVES O IRREPARABLES DAÑOS.

EN OPEL ASTRA Y ZAFIRA FABRICADOS DESDE 2005

### Al tirar del freno de mano se aprecian ruidos

#### VEHÍCULO

Opel Astra H y Zafira B. Todos los modelos del modelo 2005

#### SÍNTOMA DE AVERÍA

Reclamación del cliente al tirar del freno de mano porque se producen ruidos.

#### PROBLEMA

El problema se origina por el rozamiento del cable de freno de mano con su envoltura interna.

#### SOLUCIÓN

Se sustituye las piezas afectadas:

Cable de mando del freno de mano por uno mejorado que se identifica por una marca azul (Figura 1) o bien por la fecha (Figura 2).

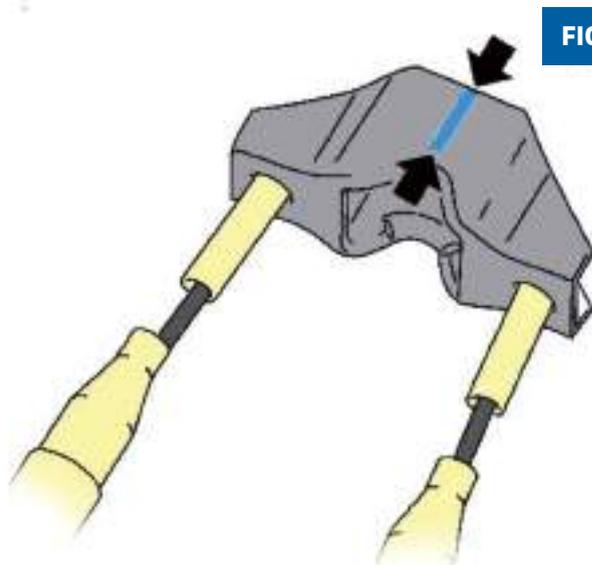


FIGURA 1

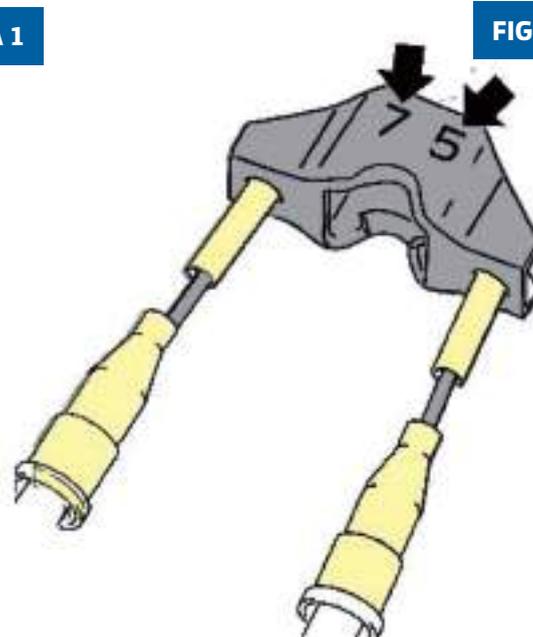


FIGURA 2

POR LA ACUMULACIÓN DE CARBONILLA

# Mala indicación del sensor de presión en un Citroën C6

## VEHÍCULO

Citroën C6 Diesel Turbo

## MOTOR

DT17TED4

## AVERÍA:

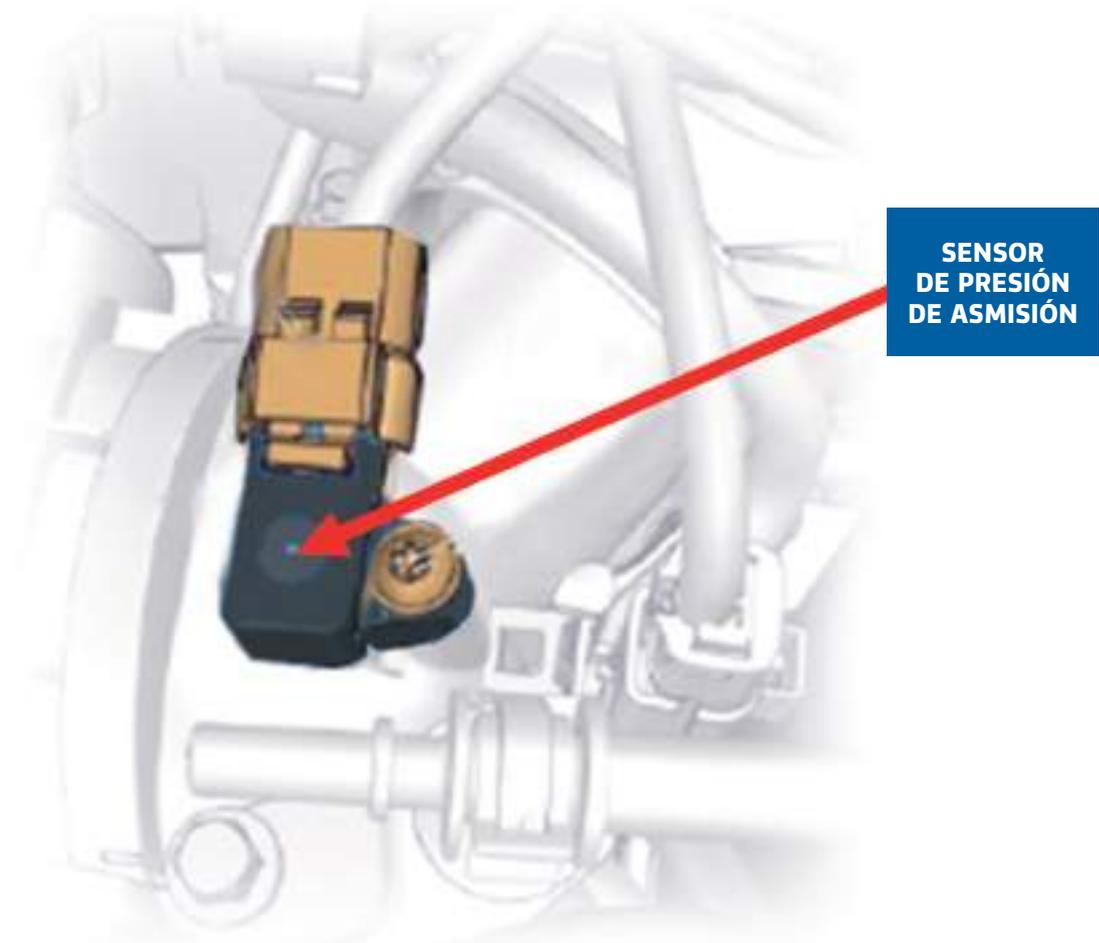
DTC P0069

## DIAGNÓSTICO

La avería está causada por una mala indicación del sensor de presión de aire de admisión al ensuciarse de carbonilla.

## SOLUCIÓN

Comprobar el parámetro de el sensor de presión de admisión y visualizar desmontado si está sucio. Si es así y/o no indica correctamente la presión (realizar prueba externa con bomba de presión manual si es necesario) sustituir el sensor.



## Nueva generación de potenciador de carbono para la batería High-Tech de TUDOR

El potenciador de carbono (Carbon Boost® 2.0) es la fórmula única de Tudor (Exide) para los aditivos en las placas negativas, que se desarrolló por primera vez para las baterías de fabricantes de equipo original Start-Stop de Tudor (Exide).

Las continuas inversiones en I+D, las normativas de emisiones más estrictas y el aumento de las demandas de los fabricantes de equipo original respecto a la aceptación de carga y la disponibilidad de energía han dado lugar al desarrollo del nuevo Carbon Boost 2.0. Carbon Boost 2.0 emplea aditivos de carbono mejorados, combinando una estructura superficial optimizada con una conductividad significativamente mejor. Esto permite un mejor flujo de corriente dentro de la batería, lo cual da lugar a una aceptación de carga inigualable. También ayuda a disolver los depósitos de sulfato de plomo que normalmente se consolidan en las placas negativas de una batería descargada, reduciendo su capacidad de cargarse de nuevo de manera eficiente.

La última generación de la gama High Tech con Carbon Boost 2.0 ahora recarga hasta 2 veces más rápido en comparación con otras baterías convencionales, gracias a la aplicación de aditivos de carbono en las placas negativas patentada por Tudor (Exide).

Aunque el fallo de la batería sigue siendo la causa principal de averías de los automóviles\*, la recarga rápida reduce considerablemente el riesgo de averías al ayudar a la batería a conservar un estado de carga óptimo durante más tiempo. La batería High Tech Carbon Boost está diseñada para resistir temperaturas extremas, equipos eléctricos de alto consumo y una conducción urbana intensiva.



**TUDOR**  
BATTERIES

# Todo sobre los lubricantes de grado SAE 0W-16

Recientemente se han introducido en el mercado lubricantes de grado SAE 0W-16. Los lubricantes con esta viscosidad se recomiendan en los manuales de uso y mantenimiento de algunos vehículos nuevos.

El grado de viscosidad 0W-16 aparece como una anomalía en relación al término que designa la viscosidad en caliente (16) ya que no es un múltiplo de 10 como los otros grados. De hecho, también es anómala su definición en comparación con las demás SAE, en relación con los límites establecidos por la clasificación de viscosidad SAE J300 (Rev.ENE-2015) para el grado de viscosidad "16" en comparación con el grado "20".

Concretamente:  
 ► Viscosidad a 100 °C (mm<sup>2</sup>/s):  
 -SAE 16:  $\geq 6.1$  y  $\leq 8.2$   
 -SAE 20:  $\geq 6.9$  y  $\leq 9.3$

A diferencia de las graduaciones 20, 30, 40, 50 y 60, que tienen rangos de viscosidad a 100 °C todos consecutivos y no superpuestos, en el grado 16 se superponen los valores de viscosidad a 100, sobre parte de los mismos valores en el grado 20 (ver tabla 1). La diferencia, en caso de superposición de la viscosidad a 100, la determina el valor del HTHS: si es **igual o superior a 2,6** el grado a declarar es **0W-20**, y si es **igual o superior a 2,3 y menor que 2,6** entonces se declara **0W-16**. SAE J300 no permite asignar ambos grados para un mismo producto.

► Viscosidad (mPa.s) en condiciones de

1 SAE Viscosity Grade	Low-Temperature Cranking Viscosity, mPa-s, Max	Low-Temperature Pumping Viscosity, mPa-s Max with no Yield Stress	Low-Shear-Rate Kinematic Viscosity (mm <sup>2</sup> /s) at 100°C, Min	Low-Shear-Rate Kinematic Viscosity (mm <sup>2</sup> /s) at 100°C, Max	High-shear-Rate Viscosity, (mPa-s) at 150°C, Min
16	-.-	-.-	6.1	<8.2	2.3
20	-.-	-.-	6.9	<9.3	2.6
30	-.-	-.-	9.3	<12.5	2.9
40	-.-	-.-	12.5	<16.3	3.5 (0W-40,
					5W40, and 10W40 grades)
40	-.-	-.-	12.5	<16.3	3.7 (15W-40, 20W-40, 25W-40, 40 grades
50	-.-	-.-	16.3	<21.9	3.7
60	-.-	-.-	21.9	<26.1	3.7

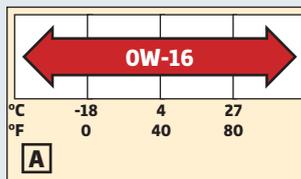
2 Lubrication system (2.0 L 4-cylinder [M20A-FKS] engine  
 Oil Capacity (Drain and refill) Reference\*  
 - With Filter: 4.9 qt. (4.6 L, 4.0 Imp.qt)  
 - Without filter: 4.5 qt. (4.3 L, 3.8 Imp.qt)

\*The engine oil capacity is a reference quantity to be used when changing the engine oil. Warm up and turn off the engine, wait more than 5 minutes, and check the oil level on the dipstick.

Engine oil selection: Toyota Genuine Motor Oil used in your Toyota vehicle. Use Toyota Approved "Toyota Genuine Motor Oil" or equivalent to satisfy the following grade and viscosity.

Oil grade API SN/RC multigrade engine oil.

Recommended viscosity: SAE 0W-16.



A Outside temperatura SAE 0W16 is the best choice to Good fuel economy and Good starting in cold weather. If SAE 0W16 is not available, SAE 0W-20 oil may be used.

However, it must be replaced with SAE 0W-16 at the next oil change.

cizallamiento a alta temperatura (150°C) (HTHS):

SAE 16:  $\geq 2.3$

SAE 20:  $\geq 2.6$

Por lo tanto, dado que el dato HTHS no se suele reportar en las fichas técnicas, podemos encontrar productos 0W-16 y 0W-20 para los cuales las tablas de características físico-químicas muestran los mismos valores. Razón por la cual es incorrecto afirmar que cualquier aceite SAE 0W-16 es más fluido que cualquier SAE 0W-20.

Hay que tener muy en cuenta que estos lubricantes "extra-fluidos"

son **inadecuados** para los vehículos que recomiendan graduaciones de viscosidad más elevadas.

Los vehículos para los cuales se prescribe un lubricante SAE 0W-16 son principalmente fabricados por: Toyota, Honda, Lexus y Suzuki. La mayoría de ellos, híbridos.

Hay que añadir que todos estos vehículos, o casi todos, además de indicar el grado 0W-16 como preferente, también aceptan lubricantes de grados superiores, **fundamentalmente el 0W-20**; aunque también otros.

Importante! para la selección de viscosidad hay que prestar atención no sólo al modelo, sino también a la motorización. A modo de ejemplo, se muestra un extracto del manual del Toyota 2020 Corolla Hybrid 2.

Recomendación similar encontraremos en el manual de usuario de Suzuki Ignis (modelos

con motor K12C), así como en el del Honda (modelo FIT).

Para poder visualizar los manuales de uso y mantenimiento, se pueden descargar en las siguientes direcciones:  
 -<https://www.toyota.com/owners/resources/warranty-owners-manuals>  
 -<https://owners.honda.com/vehicle-information/manuals>  
 -<https://drivers.lexus.com/lexusdrivers/resources/manuals-warranty>  
 Para ver Lexus, hay que registrarse.

## Niveles de rendimiento requeridos:

En los casos de los fabricantes **japoneses**, donde se prescribe un lubricante 0W-16, los niveles de rendimiento permitidos son numerosos, para no crear problemas de selección: **API SN**, o **API SN PLUS/RC**; pero también niveles API más bajos) o, alternativamente, **ILSAC GF-5**.

Algunos Honda requieren lubricantes ACEA A5/B5. Esto es presumiblemente una recomendación incorrecta, ya que A5/B5 tiene un HTHS >2.9, inconsistente con el grado 0W-16. De todos modos para estos modelos Honda también se aceptan: ACEA A5/B5-16 SAE 0W-20 y ACEA A5/B5-16 SAE 5W-30.



# La importancia de la revisión invernal de la batería

La batería del vehículo es uno de los elementos más importantes actualmente. Sin embargo, es frecuente olvidar que ella, al igual que otros componentes, necesita, si no un mantenimiento, al menos una revisión periódica. Es importante señalar que un gran número de sistemas dependen de su correcto funcionamiento, sobre todo cuanto más moderno es el modelo del vehículo. Si descuidamos su estado, corremos el riesgo de dañar el sistema eléctrico o la centralita, entre otros, así como incrementar el consumo de combustible, perjudicando directamente al presupuesto y la seguridad del conductor. Actualmente nos encontramos además en una situación que interfiere doblemente en la batería. Por un lado, estamos a las puertas del comienzo del invierno. Esto implica un descenso de las temperaturas y la aparición de otros fenómenos climatológicos que afectan al funcionamiento de la batería, pero también que conllevan un aumento del consumo de energía. Por otro lado, la pandemia del covid-19 ha provocado un significativo descenso de la actividad de los vehículos y, por tanto, el desuso de este componente no solo puede afectar al arranque, sino que también puede ser el causante de numerosas averías en el vehículo.

**ESTE INVIERNO REVISAR TU BATERÍA**

Las condiciones climatológicas invernales afectan a la batería	
	Una batería en mal estado puede dañar otros sistemas del vehículo
La inactividad provocada por la crisis Covid también afecta a la batería	

**EVITA DISGUSTOS Y COSTOSAS REPARACIONES**  
SOLICITA LA REVISIÓN DE LA BATERÍA AL HACER EL MANTENIMIENTO

Es un producto de **TAB** batteries

www.idr3span.com

Así pues es esencial acudir a un profesional que nos ayude a mantener en perfectas condiciones la batería y es igual de importante que este se apoye en las herramientas adecuadas. TAB Batteries ha desarrollado un nuevo comprobador que ayuda al reparador simplificando la tarea y ofreciendo unos datos más precisos. El TAB800 5G incluye un software que aumenta la exactitud de las lecturas y dispone de la capacidad de comprobar, no solo el estado del sistema de carga, sino el estado y consumo del motor de arranque. Todo ello sin necesidad de desmontar la batería del vehículo. Todas las baterías de la gama SERCA TAB, compuesta por las baterías SERCA, SERCA ORO y SERCA STOP AND GO, están preparadas para hacer frente a las inclemencias del tiempo y a eventuales periodos de inactividad, pero a pesar de ello recomendamos no dejar de revisarlas cuando proceda y evitar así disgustos y reparaciones costosas.



# El cambio de los amortiguadores CDC



CDC (Continuous Damping Control) de SACHS es sinónimo de una optimización innovadora de la amortiguación. El resultado son la máxima seguridad y un confort perfecto en el vehículo.

## CDC - amortiguación adaptable

Los amortiguadores CDC (Continuous Damping Control) de SACHS para turismos son sinónimo de una amortiguación perfecta en cualquier situación. Una tecnología de vanguardia registra continuamente todas las variables relevantes para la amortiguación y ajusta la fuerza amortiguadora a las condiciones externas mediante una válvula. La fuerza amortiguadora se varía en función de las condiciones de la carretera, el peso de la carga útil o el manejo del vehículo. Con alrededor de 28 millones de unidades producidas, los amortiguadores CDC de SACHS son uno de los productos más populares de la marca. La regulación electrónica de los amortiguadores CDC tiene una amplia gama de ventajas:

► Estabilidad incluso en situaciones de conducción críticas.

- La fuerza amortiguadora de cada rueda se ajusta en fracciones de segundo.
- Mayor comodidad de conducción, seguridad y dinámica.
- Distancia de frenado reducida
- Características del chasis ajustables individualmente.

La tecnología CDC de SACHS proporciona la fuerza amortiguadora óptima para cada rueda en fracciones de segundo. Así se obtiene la máxima estabilidad incluso en situaciones críticas. El conductor se beneficia de distancias de frenado cortas, una reacción más rápida de la dirección y un mayor control al cambiar de carril. Los amortiguadores CDC de SACHS son la mejor solución cuando se trata de la máxima seguridad, dinámica y confort de marcha. Los amortiguadores CDC de SACHS para turismos cuentan con una válvula de amortiguación proporcional controlada electrónicamente. Diferentes sensores monitorizan todas las influencias, desde las condiciones de la calzada y la carga útil hasta las acciones

del conductor. Una unidad de control regula entonces la fuerza amortiguadora con exactitud. Los amortiguadores CDC dañados no deben remplazarse por amortiguadores que no sean de regulación hidráulica.

## Autodiagnóstico

Si hay un fallo eléctrico o mecánico, el amortiguador CDC debe comprobarse de la misma manera que un amortiguador convencional y sustituirse en caso necesario. Tras el montaje, es necesario volver a calibrar el amortiguador CDC en el vehículo con un comprobador de diagnóstico.

El sistema CDC es capaz de llevar a cabo un autodiagnóstico, pero solo detecta fallos eléctricos, no un mal funcionamiento mecánico. Si se detecta un fallo, la lámpara de control del CDC en el cuadro de instrumentos se enciende. Para determinar el problema con más precisión, se necesita un comprobador de diagnóstico (por ejemplo, el Bosch KTS). Este se puede usar para leer y borrar la memoria de fallos. Dependiendo del vehículo, también se pueden comparar los valores nominales/reales para comprobar así los sensores del sistema CDC.

## Montaje de los amortiguadores CDC: siempre por parejas

Al montar los amortiguadores CDC, sustitúyalos siempre por parejas. Para garantizar una funcionalidad completa, las piezas adosadas, como los topes de compresión, los tubos protectores y los soportes del puntal de suspensión también deben comprobarse en cuanto al desgaste antes de montar los amortiguadores. Cada vez que monte unos amortiguadores, sustituya siempre el kit de asistencia técnica (tubo protector y tope de compresión).



## Ensamblaje sin tensiones

Este es otro consejo importante para sustituir los sistemas CDC con éxito: para evitar tensiones o cargas sobre los amortiguadores, apriete los tornillos de fijación únicamente cuando el vehículo esté apoyado sobre las ruedas. Después, mida y reajuste la geometría de las ruedas, si es necesario.

Tras sustituir el amortiguador CDC, compruebe las funciones del sistema. Cuando se conecta el encendido, la lámpara de control CDC del automóvil se debe apagar tras unos diez segundos. Eso es todo: el sistema CDC está listo para usarse de nuevo.



▶ **ANDALUCÍA**

**Auto Recambios Jiménez**  
Tel: 955792100  
Fax: 955793588  
San José de la Rinconada (Sevilla)

**Auto Recambios Lomeña**  
Tel: 952865868  
Fax: 952863931  
Marbella (Málaga)

**Auto Recambios La Viñuela**  
Tel: 957764019  
Fax: 957764035  
Córdoba

**Repuestos Roma**  
Tel: 953280480  
Fax: 953281831  
Jaén

**Auto Recambios Vera**  
Tel: 950390236  
Fax: 950390312  
Vera (Almería)

**Auto Recambios Coronel**  
Tel: 959280194  
Fax: 959282886  
Huelva

▶ **ARAGÓN**

**Recambios Segorbe**  
Tel: 976211023  
Zaragoza

**Z.I. Recambios**  
Tel: 974210702  
Fax: 974212701  
Huesca

▶ **ASTURIAS**

**Auto Recambios Gijón**  
Tel: 985160100  
Fax: 985383927  
Gijón (Asturias)

▶ **BALEARES**

**Recambios Siroco**  
Tel: 971484048  
Ciudadella (Menorca)

▶ **CANARIAS**

**Cobesa, Cial. Betancor**  
Tel: 928700114  
Fax: 928700731  
Telde (Las Palmas)

**Repuestos Uruguay**  
Tel: 922 236 670  
Fax: 922 236 671  
Santa Cruz de Tenerife



▶ **CASTILLA LA MANCHA**

**Recambios Del Olmo**  
Tel: 926587130  
Fax: 926568544  
Pedro Muñoz (C. Real)

**S.C. Electro Recambios Hidalgo**  
Tel: 925220727  
Fax: 925216385  
Toledo

▶ **CASTILLA LEÓN**

**Anjekar**  
Tel: 947507701  
Fax: 947505567  
Aranda De Duero (Burgos)

**Auto Recambios Salamanca**  
Tel: 923237662  
Fax: 923238301  
Salamanca

**Autovehículo Recambios Los Juanes**  
Tel: 979720499  
Fax: 979712045  
Palencia

**Dagabo**

Tel: 920256001  
Fax: 920252160  
Ávila

**Lomimar**

Tel: 983298181  
Fax: 983399393  
Valladolid

**Lubse**

Tel: 921444228  
Fax: 921445224  
Segovia

**Multirecambios**

Tel: 980671276  
Tel-Fax: 980512042  
Zamora

**Recambios Paco de Soria**

Tel: 975220235  
Fax: 975220291  
Soria

▶ **CATALUNYA**

**Accesorios y Recambios Los Juanes**

Tel: 937831155  
Fax: 937833225  
Terrassa (Barcelona)

**Acc. i Recanvis Vendrell (ARv2)**

Ctra. Cardona, 78  
Tel: 938752288  
Fax: 938726730  
Manresa (Barcelona)

**Comercial Alfí**

Tel: 935700937  
Fax: 935700312  
Mollet del Valles (Barcelona)

**Comercial Dinamic's**

Tel: 972207600  
Fax: 972202023  
Girona

**Oliva Hermanos**

Tel: 932132598  
Fax: 932132598  
Barcelona

**Recambios Aicrag**

Tel: 977548807  
Fax: 977548465  
Tarragona

**Recambios Cimo**

Tel: 977501734  
977504481  
Fax: 977503485  
Roquetes (Tarragona)

**Recambios Dacor**

Tel: 936660706  
Fax: 936854055  
Sant Feliu de Llobregat (Barcelona)

**Recambios Martorell**

Tel: 937751719  
Fax: 937740702  
Martorell (Barcelona)

**Recanvis Penedés**

Tel: 938901811  
Fax: 938901743  
Vilafranca del Penedés (Barcelona)

**Recanvis Sant Feliu**

Tel: 972324950  
Fax: 972324301  
St. Feliu de Guixols (Girona)

**Recanvis Sentis**

Tel: 973236242  
Fax: 973239188  
Lleida

**Ribot Recanvis**

Tel: 937247950  
Fax: 937235580  
Sabadell (Barcelona)

▶ **COM. VALENCIANA**

**Arce**  
Tel: 963722262  
Fax: 963553093  
Valencia (Valencia)

**Auto Recamb. Francisco Cerdá Perales**

Tel: 961750914  
Fax: 961752364  
Alginet (Valencia)

**Auto Recambios Segorbe**

Tel: 962698324  
Fax: 962672175  
Canet de Berenguer (Valencia)

**Recambios Colón Catarroja**

Tel: 961263470  
Fax: 961269840  
Albal (Valencia)

**Recambios Sewen**

Tel: 966661409  
Fax: 966661579  
Elche (Alicante)

▶ **EUSKADI**

**Aravi**  
Tel: 944276687  
Fax: 944273500  
Bilbao (Vizcaya)

▶ **EXTREMADURA**

**Cial. de Recambios Sánchez**  
Tel: 924316459  
Fax: 924303205  
Mérida (Badajoz)

**Repuestos Plasencia**

Tel: 927413154  
Fax: 927417763  
Plasencia (Cáceres)

▶ **GALICIA**

**Disgómez**  
Tel: 981732828  
Fax: 981732829  
Carballo (A Coruña)

**Recambios Ochoa**

Tel: 986709070  
Fax: 986709070  
Vilaboia (Pontevedra)

**Recambios Frain**

Tel: 982288183  
Fax: 982207200  
Lugo (Lugo)

▶ **LA RIOJA**

**Reymo**  
Tel: 941227147  
WhatsApp: 628755456  
Logroño (La Rioja)

▶ **MADRID**

**Real**  
Tel: 914083791  
Fax: 913773938  
Madrid

**Reynasa**

Tel: 918820143  
Fax: 918823485  
Alcalá de Henares (Madrid)

▶ **MURCIA**

**Auto Recambios Villa**  
Tel: 968 477 078  
Fax: 968 477 324  
Lorca (Murcia)

**Recambios Paco S.L.**

Tel: 968708822  
Fax: 968707208  
Caravaca de La Cruz (Murcia)

**Repuestos Hubri**

Tel: 968512831  
Fax: 968065565  
Cartagena (Murcia)

▶ **NAVARRA**

**Repuestos San Cristóbal**

Tel: 948827559  
Fax: 948827559  
Tudela (Navarra)

▶ **PORTUGAL**

**Krautli**  
Tel. 00351219535600  
Fax. 00351219535601  
Lisboa (Portugal)

**Sofrapa**  
Tel: 351 21 937 99 85  
Lisboa (Portugal)

**SI NO DESEA RECIBIR EL PERIÓDICO DEL TALLER**

Envíenos este cupón debidamente cumplimentado a: GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN, C/ Maestro Juan Corrales, 59-61, 08950 Esplugues de Llobregat, o un mensaje con sus datos a comunicacion@serca.es o llámenos al tel: 93 475 71 00.

**NOMBRE DEL TALLER:** .....

**NOMBRE Y APELLIDOS:** .....

**DIRECCIÓN:** .....

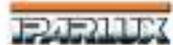
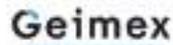
**POBLACIÓN:** ..... **CP:** .....

**SOCIO SERCA QUE LE SUMINISTRA:** .....

Tiene entre sus manos un renovado **EL PERIÓDICO DEL TALLER**. Hemos trabajado con un objetivo: informarle de lo que le interesa y entretenerle con la información. Porque queremos que nos lea y que disfrute haciéndolo. Confiamos en haberlo conseguido y que nuestro nuevo periódico siga siendo para usted una publicación de referencia. Estamos esperando su respuesta. Porque sin usted no hay periódico. Gracias.

Usted puede seguir recibiendo esta publicación de distribución gratuita por correo personalizado. No obstante, en cumplimiento de la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal, hemos de solicitar su consentimiento para que el **GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN (Veturilo, S.A.)** pueda tratar informáticamente sus datos. Le garantizamos un uso responsable y confidencial de su información. Por tales motivos, si no nos manifiesta su oposición en un plazo de dos meses, entenderemos que nos otorga su consentimiento. No obstante, podrá acceder a sus datos, o bien solicitar su rectificación o cancelación, enviando una carta al **GRUPO SERCA AUTOMOCIÓN (Veturilo, S.A.)**, o un correo electrónico a: comunicacion@serca.es.

# Nuestras marcas





### Taller X

- OPERARIOS
- METROS\*
- IMAGEN

Aprobado



### Productos

- SERCA
- TEXTOS
- OBRAS
- CLASIFICACION

Comprar

### Next

- ASIST
- CONTROL
- COMH
- ACADEMY

Contratar

### Redes de taller

- SPG TALLERES
- NEXUS AUTO
- PROFESIONAL PLUS

Solicitar info.

N! | NEXUS

