





EACLIMA EL ALIADO PERFECTO

Fundada en 1951, EAClima es la única empresa familiar con capital cien por cien español en su segmento, el de la climatización y la refrigeración de motor. Un proveedor que ha sabido transformar un negocio asociado tradicionalmente con las dificultades, en un océano de oportunidades para aquellos que deciden apostar por ellos, por su producto y, sobre todo, por su amplísimo y profundo conocimiento de las necesidades del distribuidor y del taller en este ámbito, también en el mercado del vehículo industrial. Sobre su propuesta de valor, pero también sobre oportunidades de negocio, hablamos con las dos caras visibles de la compañía en nuestro mercado: Luis Navarro, director general, y David Pau, director comercial.

Se definen como “especialistas en climatización y refrigeración de motor” y han llegado al mundo del vehículo industrial con un objetivo claro: “Aportar todo el conocimiento que hemos adquirido durante años para sumar valor al sector de V.I. y profesionalizarlo”. Como especialistas, no dudan en señalar las realidades que, desde su perspectiva, deben cambiar: “Si tanto presumimos de ser un sector profesional, debemos demostrarlo desde el principio. El distribuidor no puede ser un eslabón de la cadena que se dedique sólo a comprar y vender. Debe tener el conocimiento necesario para entregar al taller lo que le demanda”.

Por eso, su propuesta se basa en construir relaciones con sus clientes en las que el conocimiento y la confianza sean los pilares fundamentales. Y lo que les funcionó en el sector del turismo, también empieza a dar frutos en el industrial, donde ya los reconocen como “un proveedor fiable, tanto en el aspecto técnico como comercial, y eso es clave en el V.I.”.

Una evolución con sentido

“En lugar de incorporar líneas de producto ajenas a nuestro negocio tradicional, hemos seguido una evolución natural: expandirnos desde el turismo y la furgoneta hacia otros segmentos de vehículos, pero siempre dentro de la climatización y la refrigeración motor”. Así explica Luis Navarro, director general de EAClima, la entrada de su empresa en el segmento del vehículo industrial.

Un proceso que, como toda evolución, ha requerido años de maduración: “Hace unos diez años comenzamos a introducir en nuestro catálogo recambios para V.I., principalmente en climatización. Y hace año y medio decidimos estructurar mejor esta línea de negocio: organizamos los procesos y segmentamos claramente los productos hasta configurar un catálogo específico para camiones, autobuses y maquinaria agrícola y de obra pública. Ese paso fue el que nos dio la confianza para salir al mercado y hablar

El objetivo de EA Clima como empresa va más allá de “vender compresores y piezas sueltas”, quieren que la huella de su marca se mida no en los miles de euros facturados, sino en la cantidad de conocimiento aportado al sector.

“Lo que hacemos es que los clientes, gracias a nuestra formación y respaldo tengan la capacidad suficiente para salir a la calle y definirse como especialistas en climatización y refrigeración motor de su zona”. **LUIS NAVARRO**

“Si lo miras desde fuera, cuando trabajamos con un cliente, toda la empresa está enfocada en su éxito, y eso tiene un valor enorme. Estamos convencidos de que, con todo esto, el cliente se profesionaliza, sale adelante y se convierte en un referente en su zona”. **DAVID PAU**

“El cliente que confía en nosotros crece inevitablemente. No hay ninguno que, dándonos su confianza real y profesional, se quede estancado. Y me refiero a que crea en nosotros, se deje aconsejar, se deje guiar. Diría que somos una especie de consultores”. **DAVID PAU**



directamente con los especialistas en V.I. con la seguridad de que tenemos todo lo relacionado con la climatización y refrigeración motor, no sólo recambios, sino también maquinaria, utillaje, etcétera”.

Un paso que no se tomaron a la ligera y que además dieron con el ritmo que les marcaban sus propios clientes: “Aunque hace unos años no trabajábamos el V.I. con la misma profundidad que el turismo, fueron los propios clientes quienes comenzaron a demandarlo”. Y EAClima supo dar respuesta... “Nos dijimos: ‘Aprovechemos la alta demanda de producto que recibimos y démosle sentido; generemos un EAClima Industrial’, añade David Pau, director comercial.

Dado que los aspectos técnicos del aire acondicionado y la refrigeración del motor en V.I. no difieren demasiado de los de turismo, la compañía decidió abordar este nuevo segmento redoblando esfuerzos. Así lo explica Pau: “Tanto turismo como V.I. comparten las mismas necesidades de producto, información, formación y asistencia, así que aglutinamos toda la información de la que disponemos como especialistas y optimizamos los equipos para dar respues-

ta a un segmento muy profesional en el hemos volcado toda nuestra experiencia de más de setenta años”.

Una idea que Luis Navarro refuerza: “Cada comercial y cada técnico entiende que debe aportar un valor añadido, tanto a nivel profesional como personal, y así lo han hecho”. “La persona responsable, además de localizar productos a precios competitivos y con proveedores de calidad para turismo, ahora también lo hace para el segmento industrial”, detalla David Pau. Y añade: “El taller de camión o el recambista especializado en este tipo de productos puede llamarnos con la seguridad de encontrar la respuesta adecuada para su

negocio. Dispondrá de un comercial capaz de asesorarlo sobre qué compresor instalar, dónde encontrar la válvula de expansión que necesita e, incluso, de ofrecerle soluciones específicas para carroceros”.

“Queremos profesionalizar el sector”

El objetivo de EAClima como empresa va más allá de “vender compresores y piezas sueltas”, quieren que la huella de su marca se mida no en los miles de euros facturados, sino en la cantidad y calidad del conocimiento aportado a un sector que, desde su punto de vis-

ta, necesita mayor profesionalización: “En nuestro segmento, es común encontrarse con empresas que deciden explorar otras vías y productos que poco tiene que ver con la climatización y refrigeración motor con el fin de diversificarse. Nosotros, en cambio, hemos optado por reforzar nuestro negocio de climatización y refrigeración porque creemos que hacen falta más proveedores profesionales, no simples vendedores de compresores o de piezas sueltas. Queremos ser un socio que aporte valor al producto y profesionalice la conversación con el cliente, algo absolutamente necesario en un sector tan técnico como el industrial”, explica Navarro.

“Puede que el recambista no vea necesario para su negocio ese acompañamiento profesional, pero nuestros años de trabajo a pie de taller, conociendo sus necesidades y escuchando sus inquietudes nos dan la certeza para asegurar que el taller percibe como esencial ese acompañamiento técnico-comercial. Ese enlace profesional es lo que hace falta en todo esto. El recambista no puede ser un simple eslabón de la cadena que sólo compra y vende producto. No puede ser. Algunos productos con cargas técnicas moderadas necesitan de compromiso con una asistencia profesional y cierto conocimiento técnico, al menos básico”, añadía Pau.

Y en EAClima se sienten preparados para liderar ese movimiento de cambio: “Creemos que, después de tantos años trabajando sobre un producto hasta hacernos especialistas, tenemos la capacidad de mejorar la profesionalidad del sector. ¿Qué los demás se quieren unir a esto? Fantástico. Cuanto más profesionales seamos, mejor será el sector”, afirmaba Luis Navarro.

Un océano de oportunidades

“La principal aportación que podemos realizar al V.I. es todo el servicio y conocimiento alrededor del producto”. Definía así Luis Navarro, director general, la propuesta de EAClima para los

“El cliente está en el centro de nuestra actividad”

Su estrategia -clave en el desarrollo del negocio tanto de industrial como de turismo- se sustenta en uno de los mayores valores de EAClima, su equipo humano: “Sé que es un concepto muy utilizado, pero quiero darle valor porque es de las cosas que más orgulloso me hacen sentir. Contamos con un equipo propio altamente profesional y formado, pero, sobre todo, con una filosofía clara: el cliente está en el centro de nuestra actividad. Nuestra gen-

te recibe capacitación continua en áreas clave como el servicio al cliente, la gestión de proyectos y las soluciones técnicas. Nuestro ‘call center’ lo atienden esos mismos profesionales, no unos operadores externos que sólo consultan referencias en TecDoc, por lo que cualquier llamada que entra en nuestra empresa es atendida por alguien capaz de una respuesta profesional. Algo que hoy en día es un lujo”, explica Luis Navarro.

distribuidores y talleres de vehículo industrial. Una propuesta que es claramente diferenciadora: “Al final, el producto lo puede ofrecer prácticamente cualquiera, pero el conocimiento técnico-comercial relacionado con el producto, el servicio que proporcionamos antes, durante y después de la venta, eso es lo que verdaderamente marca la diferencia”. A lo que David Pau añadía: “No somos simplemente vendedores. Sabemos que nuestro objetivo es la venta del producto, pero somos realmente consultores técnicos, tanto para recambistas como para talleres. Así queremos ser percibidos: como consultores profesionales que dirigen y encaminan los negocios al crecimiento”.

Y saben cómo conseguirlo, pues la fórmula ya les ha dado buenos resultados en el segmento de turismo y están confiados en que funcionará igual en el sector del vehículo industrial.

Se trata de un balance entre conocimiento técnico, producto de calidad y un acompañamiento profesional al distribuidor. Lo explica Luis Navarro: “Gracias al conocimiento que tenemos y que hablamos el idioma del taller y del recambista, sabemos cómo aportar soluciones reales. Lo que hacemos es que los clientes, gracias a nuestra formación y respaldo tengan la capacidad suficiente para salir a la calle y definirse como especialistas en climatización y refrigeración motor de su zona. Y lo pueden afirmar porque tienen detrás a una empresa como EAClima que les da formación, conocimiento, asistencia y soluciones a problemas”.

Una filosofía que, según Navarro, facilita a los clientes “salir de su zona de confort, atreverse con productos técnicos y descubrir un océano de oportunidades. Y lo hacen”.

Quid pro quo

Preguntados sobre aquello que le piden a la distribución, ambos directivos coinciden en una misma respuesta: confianza.

“El cliente que confía en nosotros crece inevitablemente. No hay ninguno que, dándonos su confianza real y profesional, se quede estancado. Y me refiero a que crea en nosotros, se deje aconsejar, se deje guiar. Eso le hace crecer seguro. Y hablo tanto de grandes empresas como de medianos y pequeños recambistas”, explica David Pau.

Si exigen esa confianza es porque están seguros de contar con todo lo necesario para hacer de la climatización y la refrigeración una línea rentable en los negocios de sus clientes. Son expertos navegantes en el ‘océano de oportunidades’ de la climatización y la refrigeración y ponen toda su experiencia y recursos a disposi-

“Tenemos un catálogo excepcional, el más completo del mercado ibérico. Contamos con calidad original y equivalente, más de 200.000 aplicaciones y una oferta que va mucho más allá de los compresores”. **LUIS NAVARRO**

“Estudiamos muy bien cada zona y no buscamos una distribución masiva en cada área. Elegimos cuidadosamente a nuestros distribuidores y, siempre que es factible, preferimos que no haya competencia directa con nuestro propio producto en una misma región”. **LUIS NAVARRO**



ción de quienes confían en ellos: “Si lo miras desde fuera, cuando trabajamos con un cliente, toda la empresa está enfocada en su éxito, y eso tiene un valor enorme. Estamos convencidos de que, con todo esto, el cliente se va a profesionalizar, va a salir adelante y se convertirá en un referente en su zona. ¿Cómo se paga esto? Simplemente con fidelidad y confianza. No pedimos que la facturación crezca de inmediato, sino compromiso y progresión. Nosotros nos encargaremos de que ese crecimiento sea paulatino”, concluye.

Luis Navarro es el encargado de poner la guinda al pastel: “No re-

cuerdo un solo grupo de compras, distribuidor, grande o mediano, con el que hayamos empezado a trabajar y que luego hayamos dejado de hacerlo. Se sienten cómodos, respaldados y valoran la profesionalidad y el conocimiento que aportamos”.

“Tenemos un catálogo excepcional”

Son conscientes de que los esfuerzos en formar y acompañar al distribuidor quedan en nada si no vienen acompañados de un producto de calidad: “Tenemos un catálogo excepcional, el más completo del mercado ibérico. Contamos con ca-

lidad original y equivalente, más de 200.000 aplicaciones y una oferta que va más allá de los compresores, alcanzando treinta familias de productos entre las que también hay herramientas, utillaje, aditivos y químicos. En total tenemos unas 4.300 referencias específicas para vehículo industrial, lo que es una auténtica barbaridad”, detalla Luis Navarro.

Efectivamente, la oferta de EAClima impresiona, pero no sólo por su cantidad y variedad, sino también por su calidad. “Somos la empresa con más producto original en el mercado”, afirma con convencimiento su director general. “Tenemos dos gamas: la de producto original, que defendemos a capa y espada con acuerdos que vienen desde hace muchísimo tiempo con fabricantes de primer equipo, y nuestra propia marca, que lanzamos hace varios años”.

Una marca que cuidan con mimo y que ofrecen al mercado seguros de su valor: “En el producto alternativo nosotros tampoco nos la jugamos. Llevamos años haciendo un buen trabajo de campo en cuanto a la calidad del producto. Que sea alternativo no significa que vendamos el equivalente más económico, ni mucho menos. Hemos buscado un equilibrio perfecto entre precio y calidad, y hemos logrado una calidad notable en un producto probado, fiable y con toda nuestra garantía”, concluye.

Una distribución muy cuidada

Otro aspecto al que le prestan especial cuidado es a la distribución: “Nuestro modo de distribuir no es invasivo. Aunque estamos homologados en diferentes grupos de compra, estudiamos muy bien cada zona y no buscamos una distribución masiva en cada área. Elegimos cuidadosamente a nuestros distribuidores y, siempre que es factible, preferimos que no haya competencia directa con nuestro propio producto en una misma región”, detalla Luis Navarro.

Un aspecto particularmente desafiante en la especialidad de EAClima

74 años de experiencia... y sumando

Fundada en 1951, EAClima se ha consagrado como especialista en su segmento gracias a su trayectoria, primero como fabricantes de equipo original -aires acondicionados- para constructores como MB, SEAT, Volkswagen o Iveco, y como proveedores en climatización para el mercado independiente después.

Casi sesenta y cinco años que, según Luis Navarro, les han dado “un bagaje técnico y una experiencia de trabajo colaborativo enorme, gracias al que te-

nemos un conocimiento que hoy nos da un gran valor diferencial en el mercado”.

Una experiencia que les diferencia y con la que buscan que sus clientes también se diferencien: “Toda esa experiencia es la que ponemos a disposición de nuestros clientes para que, más allá de una mera transacción económica, nuestra relación les ayude a encontrar en la climatización y la refrigeración de motor un negocio rentable para sus propias compañías, un negocio que les ayude a crecer”.

“En los últimos seis años hemos crecido una media del 20% anual, es decir, que si el mercado no necesitase de un proveedor profesional como nosotros no estaríamos hablando de estos números”.

LUIS NAVARRO

les obliga a realizar un verdadero trabajo de ‘filigrana comercial’, tal como explica David Pau: “Conseguirlo entraña algunas dificultades, porque no comercializamos un producto cuya demanda se caracterice por la sencillez precisamente, o que permita desarrollar un tejido comercial simple. Lo nuestro implica trabajar con diferentes sensibilidades”

Pau se refiere a uno de los temas más sensibles del sector y, quizás, a su principal barrera de entrada: las garantías. Para afrontarlo, EAClima se apoya, una vez más, en su experiencia y en el valor de su equipo profesional: “Nosotros vivimos esa realidad, no somos ajenos a ella y sabemos que parte de nuestro trabajo es combatir la percepción de que la climatización es un producto que genera más problemas que beneficios. Nuestra forma de hacerlo es sencilla: los inconvenientes derivados de las garantías de difícil aceptación técnica, por ejemplo, son algo con lo que hay que convivir, pero se llega a compensar en gran medida a través de la profesionalización con la que trabajamos el resto de los productos”, añade.

“Algo estamos haciendo bien”

La propuesta de EAClima para la posventa de vehículos industriales -su producto, su filosofía, su enfoque comercial y su amplia experiencia- viene respaldada por números que hablan por sí solos: “Todas estas cosas de las que hablamos realmente las llevamos a cabo. Yo suelo ser más cuantitativo que David [Pau], pero hay un hecho claro: el sector está respondiendo positivamente a esta filosofía de trabajo. En los últimos seis años hemos crecido una media del 20% anual, es decir, que si el mercado no necesitase de un proveedor profesional como nosotros no estaríamos hablando de estos números. Es un hecho absolutamente objetivo: una empresa que crece a ese porcentaje durante seis años es porque su mensaje y su forma de trabajar están siendo aceptados por el mercado”.

Y concluye: “Evidentemente, hay algo que estamos haciendo bien, y el sector, los talleres, los distribuidores, lo están reconociendo”.

