

JESÚS PUAGO

Presidente y fundador de RECINSA

“35 años nos avalan ofreciendo un gran servicio”



¿Cómo nació la idea de Recinsa?

El inicio de Recinsa llevó su tiempo y se fundó en 1979. Estuve madurando la idea de promover una empresa que, a lo largo del tiempo, pudiera complementar a las grandes marcas multinacionales en la comercialización de los recambios de automóviles y maquinaria de obra pública.

Sería en torno a 1979, cuando contacté con Pedro Becerra

Detrás de una gran empresa siempre hay un buen equipo humano pero, sobre todo, un líder que guía al grupo de trabajo para convertir las ideas en realidades. En Recinsa esa figura es la de Jesús Puago, un apasionado por ofrecer siempre el mejor servicio a sus clientes. La celebración de los 35 años de Recinsa es un buen momento para que el Presidente y fundador de la empresa nos cuente cómo han transcurrido todos estos años.



para sumarlo a este proyecto. No había pasado un año cuando apareció Teo Martín, muy joven, con 17 años que igualmente se sumo a esta idea. Por aquel entonces abrimos una tienda, la primera, en el barrio de la Concepción, en Madrid, y los tres pasamos a dedicarnos plenamente a la venta de recambios, primero para automóviles y, progresivamente, para máquinas de obras públicas y de tractores agrícolas donde la competencia era, por aquel entonces, menor.

En el 35 Aniversario de Recinsa, ¿cómo resumiría estos años?

Cada año ha sido muy diferente. Le puedo decir que los problemas y las ventajas que encontramos al principio no tienen nada que ver con los actuales. Cuando empecé, mi meta era conseguir un buen servicio logístico, buenos productos y formar a un equipo sólido y profesional. Sin embargo, no había

tanta competencia, por lo que podíamos ir a nuestro ritmo, asentando bases, y obteniendo buenos resultados. Ahora, tenemos solucionado toda la parcela logística, de productos y un equipo humano consolidado al cien por cien, pero tenemos que esforzarnos mucho más para seguir brillando en tiempos de crisis en un sector donde cada día hay más competencia y un mercado algo más limitado.

¿Pensó que llegaría tan lejos cuando decidió crear este proyecto?

No, nunca lo pensamos y, quizás, esto es lo bueno que ha tenido el proyecto, que ha crecido de forma natural, sin forzarlo, aunque hemos y seguimos peleando muy duro por conseguir que esto siga ocurriendo.

¿Qué es lo que más valoran sus clientes de Recinsa?

Para saber realmente lo que piensan, todos los años realiza-

mos a una gran parte de nuestros clientes una encuesta de satisfacción. En ella, uno de los puntos más valorados es la profesionalidad que aporta nuestro magnífico equipo de humano pero, sobre todo, lo que más les sorprende la calidad de producto y disponibilidad que ofrecemos, superando la mayoría de las veces el 95%. Sorprende ver los numerosos correos y llamadas que recibimos con clientes que nos indican satisfacción. Eso ha sido lo que nos ha animado a seguir trabajando en esa línea durante estos 35 años. Para mí, eso es todo un éxito y una gran satisfacción.

¿Qué diferencia a Recinsa del resto de empresas de su competencia?

Lo primero es que tenemos mucha más experiencia en el sector, pues 35 años nos avalan ofreciendo un gran servicio y eso es toda una eternidad para un sector como este. Además, esta experiencia nos da una garantía de continuidad y aporta seguridad a nuestros clientes. Por otra parte, esto se acompaña por la garantía que da trabajar con los principales fabricantes del mercado a nivel mundial. Todos los productos que vendemos, incluidos los de nuestra marca Riparts, están fabricados por empresas de primera línea y líderes en el sector del recambio. Además, nuestros comerciales son verdaderos técnicos especializados en recambios y cuentan con un gran abanico de productos para asegurarse de que cada cliente encuentre el que mejor se ajuste a sus necesidades.

Pero, a pesar de todo esto, si tuviera que destacar algo sería, sin duda, el servicio de asesoramiento que ofrecemos. Y te daré un dato: con más de 4 500 clientes, en estos momentos apenas tenemos reclamaciones y garantías que satisfacer. Esto supone un gran esfuerzo,



porque no siempre los clientes tienen la razón, pero para Recinsa lo más importante es la satisfacción final del cliente, que vuelva a contar con nosotros, y estamos orgullosos de haberlo conseguido.



Jesús Puago (derecha) junto a su hijo Iván.

Faceta personal

¿El Presidente de un proyecto como Recinsa duerme plácidamente cada noche?

Lo justo, aunque trabaje muchas horas al cabo del día y cuando nos vamos haciendo mayores necesitamos dormir menos.

¿En qué invierte el poco tiempo que tiene libre, cuáles son sus aficiones?

Me gusta estar informado de lo que pasa, no solo en España, sino en el resto del mundo, leer la prensa, el mundo del motor, el deporte y, sobre todo, estar con mi familia.

¿Cuáles son sus próximos proyectos?

Este es un tema muy confidencial, pero te puedo adelantar que en los próximos años Recinsa ampliará su catálogo con otras líneas de productos y tendrá presencia en otros sectores en España y algunos países de Europa.

¿Cómo ve el futuro de Recinsa dentro de 10 años?

Dentro de 10 años Recinsa se afianzará como referencia del recambio profesional en España y parte de Europa.

¿Qué le dice a un cliente que quiere comprar un recambio por precio?

Primero le asesoraría del tipo de recambio que le conviene, siempre dependiendo de lo crítico de la pieza pudiéndole ofrecer un recambio alternativo, más económico en este caso.

Recalco que, en ambos casos, estaría tranquilo ya que todo el recambio que comercializamos en Recinsa cumplen con todas las garantías para que el cliente no tenga ningún problema en el futuro.

Para terminar, informamos al cliente que un componente que realice un trabajo crítico tiene que ser de excelente calidad con el fin de no generar, a corto plazo, una mayor avería en la máquina.

Además de marcas conocidas, Recinsa comercializa productos con su marca Riparts. ¿Por qué?

Cuando decidimos crear la marca Riparts nuestra intención era crear una línea de productos exclusivos y altamente especializados en el mercado del recambio, pero con precios muy competitivos, no fue fácil. Sin embargo, el tercer motivo, era asociar nuestra marca con un estándar de calidad y prestigio. A partir del año 2006 conseguimos fabricar y juntar un gran número de productos con la marca Riparts. Desde entonces, los productos Riparts no sólo son revolucionarios y con una excelente relación calidad-precio sino que, además, cuentan con el respaldo y la aprobación de cientos de clientes que, durante años, lo han probado y repetido.

¿Qué opina de la venta masiva de productos de recambios de procedencia asiática a bajo precio?

Opino que los productos de procedencia asiática que carecen de certificaciones y test de ensayo son de dudosa calidad

y, por tanto, en poco tiempo tienen muchas incidencias. El problema es que esas incidencias no se solucionarán dado que las empresas que lo venden no son comercios reconocidos ni los fabricantes tampoco. En resumen, lo único que consiguen es desprestigiar y desordenar el mercado.

¿Cómo afecta la crisis al sector del recambio?

La crisis ha llegado al recambio como al resto de sectores. Sin embargo, creo que tenemos la ventaja de que este sector está en continua expansión al ser uno de los motores de economía española. Por eso, aunque la crisis haya contrarrestado este crecimiento, en los últimos años hemos continuado avanzando.

¿Y para Recinsa?

Lógicamente la crisis no ha sido indiferente para nosotros. Sin embargo, esto nos ha hecho agudizar el ingenio para lanzar múltiples proyectos e introducir novedades en beneficio de nuestros clientes.

¿Qué cambios destacaría en el comercio electrónico desde 1979 hasta ahora?

El comercio electrónico ha pasado de no existir prácticamente a empezar a tener una pequeña representación dentro de las cifras de este país. Hoy en día, la gente empieza a comprar las cosas más básicas a través de la red. Creo que es un tema generacional. Los jóvenes que ahora tienen 15-20 años, dentro de 5 años, no verán ninguna diferencia entre Internet y otro canal de venta. El futuro es Internet. Por este motivo, uno de nuestros proyectos más innovadores es la renovación total de nuestra página web donde nuestros clientes podrán obtener información técnica y disponibilidad a tiempo real. ■