



Beatriz Fabra, al frente de la delegación española, lidera la consolidación de la marca paraguas Emotive en el mercado nacional del recambio.

Emotive mete la quinta

Beatriz Fabra analiza el presente de la compañía bajo el paraguas europeo de Emotive, sus perspectivas de crecimiento en el mercado del recambio, los retos de la distribución y el valor técnico de su equipo.

El sector del recambio y el motor remanufacturado se encuentra en una fase de constante evolución y consolidación en el mercado español. Al frente de este desafío en la filial española se sitúa Beatriz Fabra, quien tras unos meses incorporada a su nuevo puesto de trabajo comparte una visión estratégica clara, marcada por la integración corporativa, el auge de la economía circular y la importancia capital del servicio posventa.

UN PARAGUAS EUROPEO PARA LIDERAR EL MOTOR REMANUFACTURADO

La compañía avanza con paso firme dentro de un ecosistema internacional que busca unificar sinergias. El nacimiento de la marca paraguas Emotive en 2024 responde a un proceso de expansión y consolidación en el continente, donde la integración de firmas con amplio recorrido histórico es clave para liderar el sector. “En pleno

proceso de expansión internacional, consolidó su presencia en Europa mediante la adquisición de empresas de gran trayectoria y especialización en el sector del motor remanufacturado.” La plataforma Emotive se estructura en dos ejes muy claros: Emotive “Reman” dedicado exclusivamente a la comercialización de producto remanufacturado y Emotive “Trade” dedicada al resto de marcas de producto nuevo.

Tanto la empresa Vege, nacida en Holanda en 1936 y pionera del

motor remanufacturado como MRT fundada en Veghel (países bajos) en 1987 se inscriben dentro del Eje Emotive Reman. “En Emotive Iberia somos el distribuidor oficial de ambas marcas líderes en Europa en motores remanufacturados.”

LA CULTURA DEL RECONDICIONADO

El producto reconstruido encaja a la perfección con las demandas actuales de sostenibilidad y aprovechamiento de recursos, una

filosofía que está ganando peso en la mentalidad del consumidor y en las normativas europeas, aunque en España requiere todavía una labor de concienciación.

“Se observa una maduración en la percepción cultural del producto reacondicionado. Dispositivos como teléfonos móviles o relojes inteligentes ya no se asocian al concepto tradicional de segunda mano. El consumidor actual comprende que estos equipos se someten a un proceso exhaustivo de desmontaje, limpieza y sustitución de componentes esenciales. Esta evolución encaja perfectamente con una filosofía de economía circular que prioriza la sostenibilidad y busca otorgar una segunda vida útil a los productos, reduciendo así el impacto ambiental de los componentes obsoletos.”

A este cambio cultural se suma una realidad innegable del mercado automovilístico: la elevada antigüedad de los vehículos en circulación, con un promedio que ronda los 14,9 o 15 años. Esta longevidad del parque móvil dibuja un ecosistema idóneo para el desarrollo de esta actividad: “La elevada antigüedad del

parque móvil constituye un ecosistema idóneo para el desarrollo del producto reacondicionado. Con una media de edad que ya alcanza los 14 años en España, el sector dispone de un margen estratégico y de un mercado potencial considerable para consolidar esta alternativa.”

CRECIMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y LA CLAVE DE LA POSVENTA

En el plano financiero y de mercado, las perspectivas de la empresa se mantienen sólidas. Con la mirada puesta en alcanzar los 5 millones de facturación en el presente ejercicio, la compañía encadena crecimientos a doble dígito. “En términos de facturación, la compañía mantiene de forma sostenida un ritmo de crecimiento de doble dígito. Si bien el ejercicio anterior registró una aceleración más pronunciada, la tendencia actual continúa mostrando una sólida evolución al alza.”

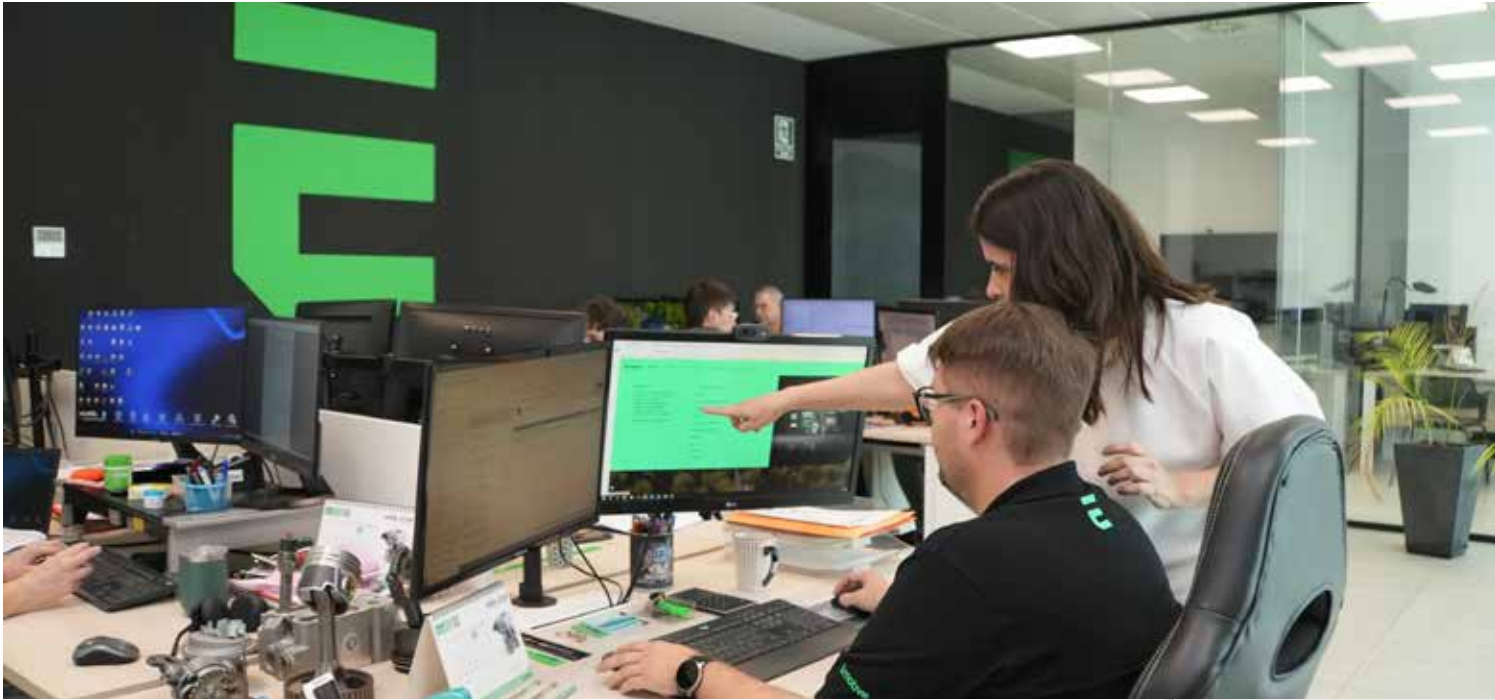
Para lograr estos objetivos, el equilibrio comercial es fundamental. Aunque la venta directa a profesionales aporta seguridad por el alto componente técnico, la distribución tradicional masiva representa un canal de enorme valor que la directiva planea explorar en profundidad.

“La venta directa, siempre a cliente profesional, es para

nosotros muy buena, pues la instalación y tratamiento del motor reacondicionado necesita de un conocimiento técnico muy elevado. Los distribuidores aportan mucho valor porque son un canal de venta más amplio y engloban varios servicios e incluso productos que pueden facilitar el proceso de compra al cliente final.”

En cualquier caso, el éxito de este engranaje no radica únicamente en colocar el producto en el mercado, sino en ofrecer un respaldo absoluto e integral a toda la cadena comercial a través de la posventa. “El servicio posventa posee el mismo valor que la venta inicial. El verdadero éxito no radica únicamente en la

El parque de vehículos en España y Francia es muy antiguo, de unos 15 años; es un ecosistema idóneo para el motor reacondicionado.



Beatriz Fabra supervisa las operaciones diarias junto a su equipo en Valencia, promoviendo una cultura de colaboración directa y dinamismo comercial.



La directiva comparte su visión sobre el mercado de la posventa y los retos del motor reacondicionado en una cercana conversación en las oficinas centrales.



Beatriz Fabra posa junto a las identidades corporativas de VEGE y MRT, firmas de gran solera e historia integradas hoy en la estrategia europea del grupo.

transacción, sino en el acompañamiento continuo y en el respaldo que se le brinda al cliente.”

LOGÍSTICA ÁGIL
RESPALDADA

La disponibilidad de producto es otro de los pilares estratégicos de la firma. En las dependencias centrales disponen de un stock físico equivalente a dos meses y medio de actividad para las referencias de mayor rotación para garantizar al cliente una entrega en 72h. “Disponemos también de abastecimiento logístico desde nuestros hubs en Francia u Holanda, con plazos de entrega a cliente en 5-7 días.”

AFRONTANDO LOS
CAMBIOS EN EL MAPA
DE LA DISTRIBUCIÓN

Los continuos movimientos de concentración, adquisiciones y compras empresariales que experimenta la distribución de recambios en España representan un escenario de constante cambio. Lejos de verlo como un obstáculo, Fabra percibe estos movimientos corporativos como una ventana de oportunidad comercial. “Los periodos de transición favorecen la evaluación interna. Incluso cuando existe un alto grado de satisfacción con los proveedores y distribuidores actuales, la auditoría y la exploración constante de nuevas



Las instalaciones centrales albergan un stock físico equivalente a dos meses y medio de actividad para las referencias de mayor rotación.

alternativas en el mercado resultan indispensables para mantener la competitividad.”

PERSPECTIVA
DE GÉNERO

El desarrollo profesional en puestos de responsabilidad dentro de la automoción requiere perfiles versátiles que dominen tanto la vertiente comercial como la cualificación técnica. La plantilla central, compuesta por 11 personas en Valencia más los agentes comerciales externos, destaca por su alto nivel y juventud.

Al ser consultada sobre su experiencia de liderazgo y la perspectiva de género como mujer directiva en un entorno tradicionalmente masculino, Beatriz Fabra enfoca la cuestión con absoluta naturalidad, centrandolo el valor en las capacidades individuales. “El talento es independiente del género. Cada individuo posee competencias únicas, y el desarrollo de estas habilidades debe evaluarse bajo criterios estrictamente profesionales, desvinculándolas de cualquier sesgo o debate de género.”

PROYECCIÓN
DE FUTURO:
ESCALABILIDAD Y
DIGITALIZACIÓN

Afrontando el horizonte de los próximos años, el propósito principal de Fabra se encamina a dotar a la empresa de una mayor optimización. “Yo pienso que si a

un cliente le ofreces un proceso de compra ágil y le acompañas a nivel técnico y comercial, abres puertas que luego no querrá cerrar.”

El avance tecnológico y las nuevas herramientas de digitalización e inteligencia artificial se perciben como aliados indispensables en este camino, facilitando tanto el diagnóstico técnico como los canales de venta. “Cualquier herramienta orientada a optimizar y agilizar procesos tradicionalmente complejos aporta un valor significativo. La adopción de estas tecnologías no solo incrementa la eficiencia operativa, sino que consolida nuestra ventaja competitiva en el mercado.”

www.emotive.group/es

Los productos reacondicionados ya no se perciben como artículos de segunda mano. El consumidor comprende que estos dispositivos se someten a un proceso integral de desmontaje y remanufacturación.

JAKOPARTS



herthundbuss.com/es

- ✓ **Amortiguadores**
Aplicaciones para vehículos asiáticos y europeos
- 2 **Garantía de dos años**
Todas las piezas de Herth+Buss incluyen una garantía de fabricante de 2 años
- ✓ **Cobertura**
Más de 500 referencias que cubren las aplicaciones más populares de vehículos asiáticos y europeos
- 1 **Número uno**
Herth+Buss es la marca líder para vehículos asiáticos en Alemania
- ★ **Certificado de Exención de Bloqueo**
Instale piezas de Herth+Buss sin invalidar la garantía del fabricante de su vehículo
- ✓ **Cruce con OE**
Herth+Buss es equivalente a OE y cruza directamente con las piezas de equipo original



AMORTIGUADORES

herthundbuss.com

