

Todos sus *Partners in Quality* acudieron al IV Congreso, celebrado en Madrid los días 5 y 6 de noviembre

EL PLAN DE FILTROS CARTÉS

Explicar su Plan Estratégico 2008-2011, los cambios introducidos en el modelo de negocio, un análisis profundo de la situación del mercado y las últimas novedades de producto fueron los ejes principales del Congreso celebrado por Filtros Cartés, que contó con la participación de firmas colaboradoras.



RAQUEL LÓPEZ

Madrid

El IV Congreso de Filtros Cartés, celebrado en Madrid los días 5 y 6 de noviembre, fue un rotundo éxito para sus organizadores por la gran acogida que tuvo entre los *Partners in Quality*, que acudieron sin excepción a la cita. Durante dos días, los responsables de esta compañía especialista en filtración ofrecieron su Plan Estratégico 2008-2011 y los cambios que han llevado a cabo en el modelo de negocio para afrontar las dificultades que últimamente vive el

Roberto Aldea,
Director General de Filtros Cartés.



sector. Además, sentaron las bases de lo que consideran que puede ser beneficioso para mejorar resultados, presentaron nuevos productos, repasaron la situación pasada y actual del mercado y expusieron interesantes ponencias de profesionales de dentro y fuera del sector, con el objetivo de que sirvieran de estímulo para buscar nuevas oportunidades de negocio.

El Director General de Filtros Cartés, Roberto Aldea, recordó a los *Partners* que son parte esencial para la compañía y por eso les brindó, una vez más, su apoyo en todo momento. Tras exponer su visión actual de la situación económica, valorando diferentes datos como la caída de las ventas para primer equipo (aproximadamente de un 40%), la desaparición de algunas fábricas obligadas a cerrar y el descenso tanto en el sector de la construcción como en la producción industrial, anunció el plan con el que la compañía piensa hacer frente a las dificultades. "Filtros Cartés se ha propues-

to continuar con el posicionamiento de sus marcas de reconocido prestigio en cartera, apoyando sus catálogos y productos. Reforzará su gama de producto con súper novedades y con más gama que no esté en otros catálogos, apostando además por un mix industrial que ha sido reposicionado en precio", explicó.

Su estrategia se basa también en el reforzamiento de tres marcas: Aldair (tratamiento industrial del aire), Step Filtes (pequeña maquinaria, secadores y aplicaciones especiales) y Ultrafilter (líder en tratamiento del aire comprimido), con la que ya lleva dos años trabajando.

Por otra parte, Aldea explicó que la compañía ha llevado a cabo una serie de cambios a nivel estructural, con el fin de mejorar la coordinación entre departamentos, la comunicación interna y externa y la gestión global del cliente. Recordó que Filtros Cartés ofrece un importante valor añadido a sus clientes y que este año ha tenido más de 13 300 referen-

cias y ha recibido diariamente unas 600 conexiones en su página de Internet de personas que buscan referencias.

Dentro de su Plan 2008-2011 se propone hacer un repaso a la base de datos actual para adecuarla a los nuevos tiempos y señaló que en los últimos meses se han incorporado a la misma más de un millón de nuevos cruces. Ya ofrece nuevas herramientas de control online y un nuevo *call center* que recibe cerca de 800 llamadas todos los días. Apuesta, asimismo, por novedosos programas para el apoyo al equipo, por nuevos programas de formación para clientes, por programas de colaboración con proveedores, por un apoyo local a las acciones de los partners y por un nuevo sistema de venta a terceros a través de Internet. Todo ello, unido a la reestructuración comercial permitirá, según Filtros Cartés, mejorar la atención al cliente. *"Estamos luchando por mantener nuestra posición"*, afirmó Aldea.

La compañía considera que su principal misión es *"dar el soporte necesario, a nivel técnico, comercial y humano, para el desarrollo y crecimiento del modelo de negocio de los Partners, generándose un 'entramado' en el que cada uno tiene su identidad propia, pero en el que todos se hallan bajo el paraguas común que les hace comportarse como una red de distribución que satisface las necesidades de todo el mercado español y portugués"*.

Binomio con Mann+Hummel

Óscar Abad, de Filtros Mann, ofreció una ponencia sobre la proyección que puede llegar a alcanzar el binomio Mann+Hummel/Filtros Cartés y su extensión hacia los *Partners in Quality*. El experto aconsejó a los distintos distribuidores de qué forma podrían rentabilizar al máximo sus negocios y ofreció un modelo específico para salvar la crisis. Satisfacer al cliente pero

sin despilfarrar recursos, aprovechar la logística de Filtros Cartés y mejorar costes con honestidad y transparencia fueron algunos de sus consejos. *"Se trata de hacer introspección, mirar hacia dentro de las empresas y optimizar procesos que repercutirán en una mayor eficiencia y menor coste para el cliente final"*, comentó.

Abad habló de actitud positiva, ética y transparencia, por un



Óscar Abad, de Filtros Mann.

lado, y de aptitud, capacidad de lograr los objetivos mediante mejora continua, excelencia de producto, proceso y logística, por otro, y expuso ejemplos prácticos.

Equipos de aspiración

Santiago Vidal, responsable técnico de Aspiraciones y Construcciones Vidal (ACV), presentó los diversos equipos y sistemas de captación y aspiración de polvo que ofrece su empresa para todo tipo de instalaciones.



Santiago Vidal, de ACV.



El fundador y presidente de la compañía, Vindemial Aldea, abrió y clausuró el Congreso.

"Aunque el momento económico no es el mejor, el nicho de mercado de la captación de polvo resulta muy interesante por sus implicaciones medioambientales y de salud, así como por el mantenimiento requerido a largo plazo. Además, nuestros productos tienen la ventaja de que hay leyes que obligan a que se instalen y en España tenemos muy poca competencia", comentó Vidal, presentando estos productos como una nueva oportunidad de negocio para los *Partners*.

Estos equipos de captación están preparados para satisfacer las necesidades de multitud de industrias (automoción, minería, eólicas u otras), en las que se presentan focos de emisión de polvo y partículas.

La fuerza de la marca

Jorge Llamosas, experto en marketing y socio de la consultora ADN, aportó su experiencia en otros sectores para ofrecer consejos que ayuden al desarrollo del negocio de los distribuidores. *"Hay*



Jorge Llamosas, de la consultora ADN.

que ser muy práctico y utilizar inteligentemente todas las armas (tecnológicas, financieras, calidad y servicio) que hay en el mercado para conseguir el éxito", explicó. "Una de las armas más eficaces es la marca", añadió.

Llamosas reflexionó sobre el porqué de la existencia de marcas ganadoras y argumentó que el origen del secreto está en la visión del negocio, la anticipación a hechos futuros y la lectura de todo cambio o problema como una

oportunidad que hay que aprovecharla.

El directivo presentó la marca como arma y herramienta de generación de ventajas competitivas y expuso ejemplos de marcas de éxito y sus estrategias seguidas.

Reconocimientos

Filtros Cartés hizo entrega de una serie de reconocimientos a

los ponentes y a los *Partners in Quality*, haciendo especial mención a tres de ellos 'por su posición destacada en la mayor diversificación de producto, tanto en gama como en profundidad', 'por su mayor crecimiento en la distribución de la marca WIX' y 'por el mayor compromiso con la filosofía *Partners in Quality*'.

"Tenemos el proyecto, se ha transmitido el modelo y tenemos la fe", concluyó Roberto Aldea, para cerrar el Congreso.

RENOVACIÓN DE LA GAMA DE PRODUCTO

ALDAIR Aplicaciones industriales para el tratamiento del aire

Engloba mantas filtrantes, desoleadores (separadores aire-aceite para compresores) en versión spin-on y normal, y cartuchos para bombas de vacío (tratamiento de aire comprimido).

La gama de mantas filtrantes que pone a disposición de sus clientes Filtros Cartés cuenta con distintos grados de filtración (G2, G3 y G4), para la prefiltración del aire, y grado de filtración F5 para filtración fina.

Todas las mantas filtrantes Aldair son ignífugas, excepto la manta F5 que es auto-extinguible, y cumplen con el estándar de calidad Oeko-Tex Standard 100, desarrollado por el Instituto Austriaco de Investigaciones Textiles (OTI) y el Instituto Alemán de Investigaciones Hohenstein, que garantiza la ausencia de productos perjudiciales para la salud en su composición.

STEP FILTERS Amplia gama de filtros



Esta marca ofrece más de 130 referencias en filtros de maquinaria forestal, jardinería y cortacésped, así como una gama completa de filtros secadores para sistemas de freno y filtros de pequeña maquinaria de construcción y aplicaciones especiales.

Destaca la gama completa, tanto en plástico como en chapa, de los filtros secadores para sistemas de freno. La versión Standard solamente elimina la humedad del sistema y la versión coalescente también elimina las partículas de aceite que llegan a la línea desde el compresor.

ULTRAFILTER Soluciones completas para aire y gases comprimidos

Sus filtros de alto rendimiento garantizan una filtración óptima y segura del aire comprimido. Los nuevos elementos filtrantes alcanzan una eficiencia de prácticamente el 100% gracias a su única combinación de nanofibras sin costuras, tela sin tejer y tecnología de plisado.

Estos filtros tienen una garantía de 10 años, siempre que las condiciones de aplicación y mantenimiento sean las adecuadas.

Como características principales de estos sistemas de filtración destacan la fabricación de las



carcasas filtrantes en tres partes, los elementos filtrantes patentados, la válvula de purga controlada automáticamente y la monitorización continua del consumo de energía.

SEPAR Filtros para gasoil

Filtros Cartés también distribuye los filtros para gasoil de la firma alemana Separ, que permiten separar líquidos (principalmente agua) y partículas presentes en el combustible antes de que entren en el motor y causen daños irreparables. ■

