



## “Nunca imaginei chegar a este patamar”

A LD Auto – Leiridiesel Group – é hoje uma referência na manutenção e reparação de veículos multimarca. A sua origem está bem patente no seu nome e isso leva-nos a perceber a importância da especialização na reparação e reconstrução de vários componentes diesel. Um grande investimento em equipamentos, técnicos e instalações que deu frutos. Mais do que Fernando Relva imaginava há 25 anos, quando a empresa nasceu na Ponte da Pedra, perto de Leiria.

{ TEXTO CLÁUDIO DELICADO FOTOS MICAELA NETO }

**C**om um percurso sempre ligado ao “diesel”, Fernando Relva, CEO do grupo, é um homem satisfeito mas, quando olha para trás, ainda fica surpreendido com o sucesso que a sua empresa, criada em 1990, alcançou 25 anos depois. Hoje já está a preparar o caminho para os próximos 25

anos. Muito forte na manutenção e reparação automóvel e com uma parceria sólida com a Bosch, é sobretudo muito reconhecido pela reparação e reconstrução de bombas injetoras, de injetores, unidades injetoras, de turbos e mais recentemente nas caixas de velocidades, filtros de partículas e motores. Mais do

que fazer crescer o grupo, quer consolidá-lo. A estratégia está montada e vai continuar a dar frutos sempre com atenção à evolução do mercado. Fernando Relva agradece estes 25 anos aos parceiros e clientes com um simples mas sincero “obrigado” e espera continuar a contar com a sua confiança.

### O que estava na sua cabeça, há 25 anos, quando decidiu lançar a Leiridiesel?

Nasceu tudo um pouco por acaso. Quando arranquei, nos anos 90, não fazia a mínima ideia de que chegaria a este ponto, com oito delegações, 108 funcionários em Portugal, uma operação em Moçambique com 30 funcionários e três localizações e com o volume de faturação consolidado que temos. Não havia nada que me indicasse esse caminho. Sempre vivi no "diesel" e quando me estabeleci foi nessa área, nas bombas injetoras. Quando mudamos de instalações, em 2002, para a sede em Ortigosa, Leiria, começamos a alargar os nossos serviços, nomeadamente nos turbos. Num espaço de pouco tempo e com a colaboração da Bosch apercebemo-nos que o caminho não podia passar apenas pelo "diesel". Teríamos que trazer o carro do consumidor final até nós para fazer mais do que a bomba, que o injetor ou que o turbo. Foi aí que entramos na rede Bosch Car Service, ainda em 2002.

### Olhando para trás, acha que cumpriu os objetivos a que se propôs na altura?

Nunca tive ideia de chegar a este ponto. Nestes 25 anos tivemos de passar por coisas boas e outras menos boas. Orgulho-me de poder contar aos meus filhos e mais tarde aos meus netos o facto de termos acompanhado a maior transformação do setor automóvel. Desde a bomba injetora, o turbo, a caixa de velocidades, o motor, a bateria, o travão, a mecatrónica, a evolução informática, os telefones, a internet, o novo diagnóstico, as coisas mudaram muito.

### Quais os pontos essenciais desta história?

Em 25 anos muita coisa mudou: O país, as instituições, a moeda, o perfil e a exigência dos clientes, as nossas prioridades pessoais e pro-

fissionais, a estratégia... No entanto, nada evoluiu tanto como a informática e o automóvel. Para respondermos a estas transformações necessitámos de dois pilares fundamentais: A equipa e a sua formação.

### Hoje, além das oficinas LD Auto tem outras valências. Quem são os vossos clientes?

Trabalhamos com todo o tipo de clientes, desde o particular, uma pequena padaria, uma oficina, uma rede oficial, um concessionário oficial, uma seguradora, uma gestora de frota... Aprendemos com todos eles e vamos criando valências e capacidade de resposta para todo o mercado, esteja ele onde estiver, qualquer que sejam as suas necessidades, tanto na manutenção e reparação de automóveis como na reparação de componentes, bombas injetoras, injetores, turbos, caixas de velocidade, filtros de partículas, motores, etc.

### Entre o negócio do consumidor final e de profissionais qual tem mais peso?

Percentualmente quem tem mais peso são os profissionais, porque esses procuram-nos



A parte da mecânica e do consumidor final representa 40% da nossa faturação, ficando os outros 60% para os profissionais e outras oficinas

sobretudo pelas soluções de componentes, que representam cerca de 60% do nosso negócio. No entanto, se avaliarmos pelo número de clientes, então os consumidores finais são os que mais peso têm. Cada vez mais somos uma referência para o consumidor final e gestores de frota depositam a confiança para tratarmos da manutenção e reparação dos seus automóveis.

### PARCERIA COM A BOSCH

#### No fundo tem uma rede de oficinas LD Auto dentro da rede Bosch Car Service. Porque optou por ter as oito oficinas dentro da rede?

A LD Auto – Grupo Leiridiesel é uma marca comercial registada e foi criada com três objetivos: Facilidade de internacionalização, dar foco ao automóvel e não limitar a atividade da empresa ao setor de atividade diesel. A parceria Bosch é muito importante para nós. É um dos mais importantes fabricantes de componentes automóveis a nível mundial e a empresa que mais patentes regista no mundo. É uma marca muito associada a desenvolvimento, rigor, tecnologia, competência e todos estes valores transmitem uma imagem de qualidade e confiança que acabam por beneficiar quem está associado à marca. Partilhamos esses valores e só poderíamos estar associados a eles.

#### Quando abriu a primeira oficina foi fácil optar por entrar na rede Bosch Car Service?

Nessa altura, em 2002, não existiam assim tantas redes como hoje. Não houve grande dificuldade em escolher até porque já tínhamos uma parceria de sete anos com a Bosch ao nível do "diesel". Foi tudo mais fácil, já conhecíamos a Bosch e a sua forma de trabalhar. A rede Bosch Car Service ainda não era muito conhecida e fomos dos primeiros a entrar, mas já sabíamos como eles trabalhavam e era o parceiro certo.

#### A partir daí cada vez que abria uma oficina já era com o conceito Bosch Car Service.

Outra coisa não fazia sentido. Se estamos "no barco" é para ajudar a desenvolver a parceria. Adquirimos algumas empresas que eram só Bosch Diesel Service e tivemos de fazer o upgrade para a rede Bosch Car Service. Isso custou-nos tempo e dinheiro mas era esse o caminho a seguir e assim também evitámos ter de gerir duas redes em simultâneo, o que tornava a operação mais complicada. O nosso projeto oficial assentou sempre no conceito Bosch Car Service e o futuro será por esse caminho.

#### Hoje tem uma distribuição geográfica nacional. A estratégia passa por abrir mais oficinas?

Foi uma resposta natural ao mercado. Quando





começamos a ter maior procura de clientes de vários pontos do país apercebemo-nos de que era fundamental estarmos mais próximos deles. Compramos algumas empresas para alargar a rede, outras construímos de raiz e estamos desde o norte ao sul e isso traz grandes mais-valias aos nossos clientes. Todos os anos nesta altura, quando estamos a discutir orçamentos, vem sempre esse assunto à conversa. Eu respondo sempre o mesmo: "para já não, amanhã não se sabe". Mas neste momento não há nada em perspetiva para comprar ou para construir. Existe uma ou outra zona onde poderíamos ter mais negócio mas não podemos estar em todo o lado. Queremos consolidar o que temos atualmente.

**Quais as grandes vantagens de estar associado a uma rede como a Bosch Car Service? Requer um forte investimento, mas tem retorno?**

Uma das vantagens é a imagem de qualidade e pró-atividade. É verdade que se trata de um forte investimento para sermos um Bosch Car Service, mas temos tido ótimos resultados. Além disso, contamos sempre com a flexibilidade da Bosch, o que é uma vantagem. É uma parceria muito forte. A nível nacional e europeu somos o grupo que tem mais centros Bosch Car Service. Esta parceria também nos ajudou a que, depois de vários anos a ser considerados PME líder, em 2013 e 2014, conseguíssemos obter o ambicionado estatuto de PME excelência.



Queremos reforçar a nossa posição de liderança nos produtos reconstruídos, com alargamento de gamas e de referências.

**Numa altura em que as oficinas são cada vez mais generalistas ser especialista em diesel é uma mais-valia?**

Sem dúvida. Para nós mas, sobretudo, para o nosso cliente. Se o meu médico de rotina for cardiologista é bem provável que consiga evitar ter problemas de coração. Ao longo destes anos o nosso negócio assentou muito nessa especialização mas fomos adaptando a nossa estratégia porque o negócio diesel tem vindo a sofrer muitas alterações. Centralizamos a produção diesel na sede, ganhando produtividade e controlo de qualidade e fazendo

serviços diesel mais generalistas nas nossas oito delegações. O negócio diesel é fundamental e temos vindo a ganhar terreno fruto da estratégia de concentração da produção. Com a rede logística hoje existente é uma forma de sermos mais produtivos e conseguirmos melhores preços para os nossos clientes. O outro passo que demos foi o de reforçar os stocks das nossas delegações para que tenhamos sempre resposta para o cliente. Nos turbos e nas bombas, por exemplo, temos sempre as 30 referências mais vendidas em stock.

**Em áreas onde não têm tanta especialização procuraram parceiros, como no caso dos filtros de partículas.**

Temos vários acordos e nessa área dos filtros de partículas temos um acordo com a Escape Forte. É uma mais-valia também para eles trabalharem com um parceiro que tem oito delegações em todo o país porque assim há sempre um apoio local que é necessário através de um diagnóstico ou de uma ajuda técnica. Neste caso, a parceria com a Escape Forte permite-nos apresentar ao nosso cliente uma solução de qualidade que é trabalhada por uma empresa de referência no negócio a nível nacional. Por outro lado, permite à Escape Forte estar associada a um parceiro com a competência necessária para trabalhar este tipo

de produtos e com várias localizações a nível nacional. Tem funcionado muito bem. Temos parcerias com outras com outras empresas e, inclusive, um grande volume de negócio com gestores de frotas, tanto das parcerias feitas pela Bosch, mas também parcerias nossas.

**Hoje há um problema importante, que é a economia paralela e que afeta especialmente as empresas que estão legais e investem no seu negócio...**

Essa é uma questão que não se vai resolver de forma definitiva. Mas é um problema enorme e quem tem que fazer alguma coisa, que são as autoridades, não faz. A nossa responsabilidade é não ter essas más práticas, mas precisávamos de apoio de quem pode fiscalizar. Basta ir ao terreno e não é difícil porque toda a gente conhece oficinas e empresas que trabalham desta forma. Mas não sou eu que vou denunciar o meu vizinho. O problema é que depois dessas autoridades são as primeiras a fiscalizarem constantemente quem trabalha de forma legal, com gestão de resíduos, seguros, responsabilidade ambiental, certificações, etc.. No final de contas, nós, em alguns casos, deixamos de vender por passarmos fatura e há sempre alguém que vende sem fatura, porque em produtos como uma bomba injetora estamos a falar se uma diferença de 100 euros.

## Grupo Leiridiesel em números

**25** Anos

**8** Delegações

**108** Colaboradores

**98%** Índice satisfação clientes

**96%** Índice de perfil internacional de Qualidade Bosch Car Service em 2014

A crise ajudou a que os clientes fossem também por esse caminho. Mas creio que essas oficinas não vão ter um futuro longo, porque o circuito vai-se fechando e as necessidades de informação são cada vez mais determinantes.

### MARCA PRÓPRIA

**Em 2008 lançaram uma marca própria, a PEQ. Como tem corrido a implementação da marca?**

Há uma coisa que me deixa muito satisfeito que é ver as nossas caixas nas oficinas. Fazia parte dos nossos planos criar uma marca própria, não só para as bombas mas para outros produtos que temos.

**Quais são os produtos que vendem sob a vossa marca própria?**

Neste momento temos a bomba injetora, o injetor, o turbo, o aditivo de combustível diesel e gasolina e os conversores de binário. Tudo o que são produtos nossos vão na caixa com a nossa marca e devidamente acondicionados, enquanto antes ia tudo numa caixa branca. Isso ajudou-nos a criar a nossa marca e a desenvolver uma imagem associada à qualidade, a mudar um pouco a forma como as pessoas olham para este produto. Antes ligavam para cá a perguntar se reparávamos um determinado componente, hoje ligam para saber se temos o produto reconstruído porque, por vezes, é mais barato que a reparação.

**Vai alargar o catálogo de produtos reconstruídos?**

Sim, mas estamos ainda a ver para onde caminha o mercado. Vamos ter dois novos produtos na nossa marca própria no próximo ano, mas ainda não tomámos a decisão final.

**A Soturbo foi fundada na LD Auto. Como está o negócio da reconstrução dos turbos?**

A Soturbo foi adquirida por nós em 2008 e é o negócio que tem crescido. Neste momento já não cresce tanto porque apareceram muitos operadores daqueles que fazem o "desconto

23% logo à cabeça". Mas a perspetiva é de que os turbos continuem a crescer devido às imposições ambientais de emissões que as marcas devem cumprir, ao *downsizing* dos motores, à conseqüente explosão de vendas dos carros a gasolina de baixa cilindrada sobrealimentados, mas também porque hoje as marcas já instalam dois e três turbos nos automóveis. Estas novas tecnologias são boas para nós porque as empresas que estão só pelo preço sem qualquer qualidade do produto ou investimento em equipamento e formação vão cada vez ter mais dificuldade em acompanhar a tecnologia. Por exemplo, nas questões das geometrias, continua a haver muitos problemas com as afinações e isso traz uma diminuição da confiança porque o trabalho é mal feito porque essas empresas não tem equipamentos para afinação de geometrias. E, nesses casos, quando o trabalho é mal feito, no final de contas, não fica mais barato.

**Os produtos reconstruídos são hoje também associados ao ambiente. É um negócio com futuro?**

Sem dúvida, se vamos reconstruir significa que vamos aproveitar a peça velha, não vai para o "lixo", não vai poluir. Cada vez há maior

consciencialização para isso, no entanto, só será uma vantagem enquanto for mais barato que o produto novo. A reconstrução das peças é positiva, embora seja necessário muito cuidado porque é preciso substituir as peças todas que estejam danificadas. Há muitas peças de um turbo que se podem recuperar e isso é benéfico para o meio ambiente. Hoje reconstróem-se muitos motores e há uns anos substituía-se o motor e pronto. Olha-se para o negócio de forma diferente.

**Mas a reconstrução obriga também a fortes investimentos em equipamentos.**

Há seis anos já tínhamos uma secção de reconstrução de turbos. E encaramos esse produto e a reconstrução de forma diferente, com mais força. Fizemos uma secção enorme, preparámo-nos com tudo, desde pessoal, formação, literatura técnica, equipamentos, máquinas de equilíbrio, de afinação de geometrias, lavagens, os cascos, tudo topo de gama.

**Trabalham com marcas de topo como Bosch, Delphi, ou Denso. É um ponto fundamental da vossa estratégia?**

Sim, se queremos ser os melhores temos de



Fernando Relva preparou-se bem para o desenho que temos pedido à personalidade do mês. Fica a explicação sobre o que é hoje o Grupo Leiridiesel: "estamos num oceano onde existem bastantes operadores (barcos) e à medida que o tempo vai passando o oceano vai ficando cada vez mais pequeno e com mais barcos. Temos que olhar para a frente e procurar outros oceanos. É isso que tento representar com esta linha do tempo. No passado o oceano era maior e alguns barcos afundaram à medida que se foi tornando mais pequeno. Nós cá nos mantemos a navegar a todo o vapor, 25 anos depois, mas temos de olhar para o futuro e fazer manobras de aproximação a outros oceanos. A nossa tripulação tem de ser a melhor, a mais bem preparada, tem de remar toda para o mesmo sentido, porque os mares desconhecidos poderão ser turbulentos. Os clientes e parceiros são essenciais nestes descobrimentos, são a nossa bússola e o nosso monóculo. O novo oceano passa mais pelos elétricos e pela eletrónica nos automóveis. Por isso, já nos estamos a preparar junto das marcas com quem trabalhamos para garantir formação".



## Perguntas rápidas

### Como entrou nesta área?

O meu percurso começou numa oficina, durante 6 meses, depois fui para um laboratório diesel. Estive aí três anos e mudei para outra empresa também reparadora de bombas injetoras. Passei pela Soturbo e a Lizdiesel, empresas que acabamos por comprar mais tarde. Em 1990 abri a Leiridiesel e depois foi crescendo até aqui.

### Qual foi o seu primeiro carro?

Um Ford Anglia fascinante nos anos 80. Era um "avião" na altura, estava alterado com um motor 1.3, foi do meu mestre na altura da parte da mecânica e fiquei com ele. Em 1990 quando abrimos a empresa comprei uma Peugeot 204, que era importante para transportar componentes por ser uma carinha.

### Nunca leva o seu carro a uma oficina da marca?

Sempre comprei carros usados e o ano passado comprei um novo e a primeira revisão fi-la na marca por cortesia comercial.

### O que mais gosta neste setor?

Da envolvimento com as pessoas com a equipa e com os clientes.

### Para si é importante ir ao terreno?

Quando vou dois dias ao Algarve, por exemplo, um é para ir com o comercial visitar clientes e outro para estar com as pessoas na delegação. Este contacto é muito importante.

### O que menos gosta neste setor?

Dos concorrentes que trabalham de forma desonesta.

### O que gosta de fazer nos tempos livres?

Gosto de estar com a família. Além disso, gosto de desporto, de ginásio e de andar de moto 4, que é um bom escape.

trabalhar com os melhores. Na área diesel estes são parceiros obrigatórios desde o início, mas ao longo destes 25 anos tivemos também outros parceiros importantes e que contribuíram para o que somos hoje.

### É fácil ter acesso aos cascos para trabalhar?

Temos cerca de 7000 cascos em stock. Há sempre uma referência das que mais se gasta que vai acabando, mas conseguimos arranjar-se cascos provenientes da Europa.

### Como tem evoluído o negócio da reconstrução das caixas de velocidades?

Este negócio tem alguns operadores e alguns curiosos no mercado e nem todos trabalham de forma honesta e com a qualidade que se exige. Tem evoluído bem e estamos a fazer muitas manutenções preventivas. O negócio não representa ainda o que gostávamos, mas de ano para ano tem vindo a crescer. É um negócio recente para nós, onde estamos apenas há dois anos, mas é um negócio com pernas para andar.

### Começa a haver muita concorrência que não existia nos produtos reconstruídos. Qual é a vossa mais-valia?

Penso que os 25 de anos de experiência são a mais credível carta de apresentação que poderíamos entregar a um cliente. Mas oferecemos muito mais, os nossos clientes têm de nós uma capacidade de resposta inigualável, técnicos altamente formados e experientes, um serviço pré e pós venda único com uma hotline para ajudar, um stock de produtos alargado e a garantia da mais alta tecnologia ao dispor.

### A vossa vantagem passa por produzirem estes componentes reconstruídos e por os poderem aplicar nas vossas oficinas LD Auto. Qual o peso do consumo interno na vossa produção?

É significativo mas não determinante. Quando falamos em produtos reconstruídos falamos num universo de clientes profissionais onde fazemos muita venda direta, através do nosso call center especializado, nos balcões das delegações ou dos nossos vendedores. Nas nossas oficinas também aplicamos produtos reconstruídos, sendo mais uma das vantagens que oferecemos aos nossos clientes. Não só tratamos da manutenção como temos soluções para avarias mais graves. Acontece muito, em manutenções preventivas, de detarmos problemas de injeção ou turbo, evitando assim um problema mais grave no futuro. Faz parte da nossa estratégia e das nossas mais-valias, onde o cliente sai a ganhar.

### O que vai crescer mais nos próximos anos: a manutenção ou os produtos reconstruídos?

A parte de manutenção vai crescer mais,

estamos a trabalhar nesse sentido. Os reconstruídos vão aumentar em dois ou três produtos. A bomba injetora é capaz de baixar um pouco, mas o common rail e injetores já estão a subir.

### Também fazem assistência técnica?

Sim, e para além de estarmos em todo o país existem sempre dificuldades em que o veículo não pode ir até às nossas instalações e temos um departamento técnico onde, num primeiro contato, o técnico tenta ajudar através do call center e se não for possível vai ao local.

### Como é a vossa política de formação?

Temos formações com as marcas parceiras com quem trabalhamos mas temos também as nossas próprias formações internas. Só formações internas fazemos oito por ano, em que juntamos os colaboradores aqui na nossa sala de formação na sede.

## DISTRIBUIÇÃO DE LUBRIFICANTES

### São também distribuidores de lubrificantes Shell para a zona do Alentejo e Algarve. É mais um complemento ao negócio?

A ideia foi diversificar o negócio porque estávamos muito dependentes do diesel. Na altura, como tínhamos acabado de abrir a delegação de Loulé, a Shell procurou-nos para saber se estávamos interessado em ser distribuidores para a zona Sul, até Beja. Assim foi e fizemos o acordo, mas há quatro anos a Shell mudou a estratégia de distribuição e atualmente não temos a mesma força porque a distribuição é feita por outra empresa, a Spiner. Agora vendemos apenas para oficinas mais pequenas e não para grandes clientes, o que não nos permite crescer na distribuição de lubrificantes, a não ser nos nossos consumos internos, que têm aumentado. Nas nossas oficinas só usamos produtos Shell há 6 anos.

### Isso não colide com a política da Bosch Car Service?

A Bosch Car Service tem um acordo preferencial com a Motul, mas nós já tínhamos o nosso acordo com a Shell e como não é um produto inferior, mantivemos e estamos muitos satisfeitos.

### O que pode esperar o mercado do Grupo Leiridiesel em 2016?

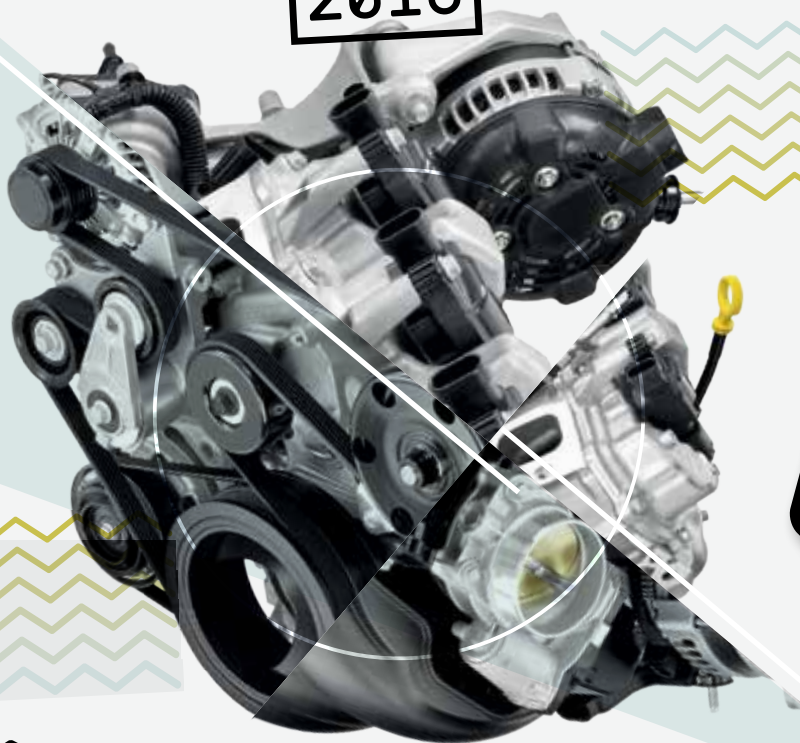
Podem esperar o nosso apoio, dois novos produtos nos reconstruídos, vamos continuar as formações aos nossos clientes, especialmente com dicas para o dia-a-dia deles. Todos os anos fazemos 12 formações em que trazemos os clientes de cada delegação e o que procuramos é transmitir dicas e soluções simples para o seu trabalho. Vamos reforçar a aposta nesse apoio. O

# GUIA OFICIAL

## EXPO MECÂNICA

### 2016

Onde o aftermarket faz negócio.



RESERVE JÁ O  
SEU ESPAÇO



Produzido  
pela revista  
Pós-Venda

PUBLICIDADE

### 15 a 17 ABRIL

#### UM FORNECEDOR. TODAS AS SOLUÇÕES

PNEUS

**Infinity**

**Continental**

**Achilles**

**Stantmax**

PEÇAS



**BOSCH**

**KYB**

**Continental**

**CONTITECH**

**TRW**

BATERIAS



**VARTA**

**eurotyre BATERIAS**

FERRAMENTAS

**BAHCO**

LUBRIFICANTES

**MOTAQUIP**

**PETRONAS**

**SYNTIUM**

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO



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

**eurotyre**



[www.eurotyre.pt](http://www.eurotyre.pt)

Tel. 800 200 946 | [geral@eurotyre.pt](mailto:geral@eurotyre.pt)

Marfido: Balcão Industrial de Marfido, Lote 13, 3090-372 Marfido,  
Lisboa. Rua Dr. Manuel Rodrigues Jaoler, Lote 2 Pinar 2, 2886-930 Comarcão

UMA PARCERIA ENTRE



Reservas de espaço para [anabela.machado@posvenda.pt](mailto:anabela.machado@posvenda.pt)

Distribuição exclusiva aos visitantes da Expomecânica