

“Todos somos usuarios de los productos de Fersay”

Fersay está de celebración, por el 40 aniversario de la empresa. Su crecimiento, todos estos años, ha sido exponencial y sólido. Su estrecha relación con el cliente es algo que le caracteriza. Fersay ha cogido buen ritmo en la instalación de espacios de su marca dentro de las tiendas de electrodomésticos y ferreterías, que generan tráfico a las mismas.

La evolución de Fersay ha sido constante. El próximo 28 de junio, ha organizado un evento en Villalbilla (Madrid), donde se encuentran sus instalaciones principales, para celebrar su 40 aniversario. Acudirán proveedores y colaboradores, representantes de empresarios y autoridades de la localidad. Conversamos con José Carrasco, su gerente, sobre la trayectoria de la empresa y lo que ésta aporta al sector.

Destaca que Fersay comenzó reparando aparatos en Alcalá de Henares (Madrid) y que actualmente cuenta con tres centros de trabajo. Dispone de un almacén y oficinas en Alicante y de un almacén y oficinas en Tenerife, además de las instalaciones centrales. “Eso nos hace muy fuertes a nivel logístico”, afirma Carrasco. Los pedidos hechos hasta las 19:30 horas (se puede hacer una ampliación de hasta cinco líneas hasta las 20:00

horas) los entregan a la mañana siguiente en cualquier punto de la Península. Mueven cerca de las 6.000 unidades diarias, en torno a 700 paquetes diarios.

Relata que la empresa se ha transformado mucho en estos 40 años. El repuesto sigue siendo importante; pero gradualmente fueron incorporando a su día a día los accesorios, los consumibles y el Pequeño Aparato Electrodoméstico (PAE). Indica que el siguiente paso es perfeccionar lo que ya efectúan y fabricar cada vez más productos con su marca propia. Asimismo, están potenciando mucho los servicios postventa. Cita, por ejemplo, el que se encargan de la logística de repuestos de Vestel y de los canjes del PAE de Philips. Menciona igualmente los acuerdos de colaboración con Worten y con E. Leclerc.

La facturación de Fersay está en torno a los once millones de euros anuales. El crecimiento de la empresa ha sido exponencial y sólido. Se ha incrementado bastante la plantilla. Ahora, está formada por 48 personas en Madrid, por seis en Alicante y por tres en Tenerife. De los 40 años, Carrasco se queda con “el gran conocimiento” que tienen del mercado. Asegura que nunca han perdido la perspectiva real de lo que pasa en la calle.

Una gran ventaja es que ésta es una empresa “muy sólida”. Salvo el almacén de Tenerife, es propietaria de todas sus instalaciones. El stock es propio. No depende de una financiación externa. No obstante, “hay recorrido”



JOSÉ CARRASCO

Fersay mueve cerca de las 6.000 unidades diarias, en torno a 700 paquetes diarios

y “mucho por hacer por la marca”. En ese sentido, la marca siempre ha estado en el mundo profesional y lleva poco tiempo dándose a conocer al particular. Fersay comenzó a invertir más hace tres años para dar a conocer su marca al público. “Nuestra gran misión es que la gente conozca Fersay como la solución para todos los problemas de electrónica y de electrodomésticos que tenga en casa”, manifiesta Carrasco. A su juicio, ése es el gran reto de su compañía. Respecto a su página Web, disfrutan de más de 3.000 entradas diarias de gente que entra a conocer los productos y se está potenciando su visibilidad en el mundo online.

Córner Fersay

Constantemente, informamos de un nuevo córner Fersay. En mayo, se inauguró el número 29 en Illescas (Toledo). En el mismo mes, se pusieron en marcha uno en Alcázar de San Juan (Ciudad Real) y otro en Villafranca de los Barros (Badajoz). Esta enseña de recambios de Gama Blanca y Marrón ha cogido buen ritmo en la instalación de espacios de su marca dentro de las tiendas de electrodomésticos y ferreterías. Pronto habrá uno en Portugal. Fersay está muy presente en dicho país y en Francia.

“Nuestra gran misión es que la gente conozca Fersay como la solución para todos los problemas de electrónica y de electrodomésticos en casa”

Cada córner Fersay es un punto de entrega de mercancía de la compra online de producto Fersay que realizan los usuarios finales. Esto entrega tráfico a la tienda donde se ubican y el punto de venta se puede beneficiar de la venta cruzada que implique la recogida. Se genera un negocio. “La tienda que trabaja con Fersay automáticamente tiene una serie de ventajas en lo que a condiciones se refiere”, comunica Carrasco. Añade que “todos somos usuarios de productos de Fersay”. Mismamente, pilas o bombillas LED. Todo el mundo consume los productos de Fersay en un momento dado. Su índice de devolución e incidencias es muy bajo. “Esto se debe a que, cuando se va a fabricar un producto con marca Fersay, se llevan a cabo muchas pruebas en el propio servicio técnico interno para garantizar que es de muy buena calidad”, justifica. En los pocos casos en los que falla, se cambia por otro.

El gerente reconoce que el comportamiento de la compañía es el típico de una empresa familiar. Sus raíces son ésas y es lo que se ha inculcado al equipo. Fersay brilla por el talento de todo su equipo. Se prima su formación a tres niveles: general, departamental e individual. Una vez al mes, se reúne la plantilla para la que es general. La departamental consiste en dar formación de temas específicos a cada departamento. En la individual, se detectan puntos de mejora a cada empleado y recibe la formación tanto dentro como fuera de la empresa. Se involucra a los empleados a la hora de desarrollar la marca Fersay.

Le preguntamos por la relación con los clientes y por cómo ha evolucionado en estos 40 años. Responde que empezó siendo principalmente una relación con servicios técnicos, con reparadores. Porque el producto que manejaban era repuesto de electrónica y



de reparación. Después, vino repuesto de Gama Blanca y seguían con una estrecha relación con reparadores. Más adelante, con los miembros de las tiendas de electrodomésticos, con las que no reparan, y de las ferreterías. Ahora mismo, sus clientes son servicios técnicos de electrónica, servicios técnicos de electrodomésticos, tiendas de electrodomésticos y ferreterías. ▀

Muchas acciones de Responsabilidad Social Corporativa

En lo que a Responsabilidad Social Corporativa, Fersay tiene muchas acciones puestas en marcha. “A lo largo de los 40 años, hemos hecho muchas cosas”, subraya José Carrasco. Una de ellas es el patrocinio de equipos infantiles de fútbol. Además, están muy involucrados con el mundo educativo, colaborando con colegios y con la Universidad de Alcalá de Henares. El gerente opina que no se puede pretender que haya buenas empresas si no hay una buena sociedad antes. Por eso, “hay que echar una mano en el mundo educativo”.

El proyecto Azelera, desde 2014, es una potente herramienta de formación de alto nivel tanto para los empleados de Fersay como para sus clientes (gratuitamente siempre), comerciantes y pequeños empresarios de toda España. También está a disposición de los alumnos que acuden a realizar prácticas a Fersay de los institutos y colegios de la zona.

Fersay apostó hace tiempo por iluminación LED y por paneles solares en las instalaciones de la empresa para una máxima eficiencia energética. “Producimos más energía de la que consumimos”, informa. Los coches del equipo comercial son híbridos.