



José Carrasco

Director General de Fersay – Grupo Etco, S.L.



“Los negocios tienen que ir de menos a más, solo las cosas que se consiguen poco a poco consiguen ser sólidas a largo plazo...”

“La formación es el elemento más diferenciador de Fersay. Damos formación intensa no solo a nuestro equipo interno, tanto nuevo como antiguo, también a empleados de clientes nuestros o franquicias, patrocinamos cursos que organizan empresas externas...etc”, describe José Carrasco, Director General Fersay – Grupo Etco. A lo largo de la siguiente entrevista, ahonda en mayor medida en la situación actual del sector, analizando los distintos aspectos y estrategias que se está siguiendo desde su compañía.

¿Cuándo y de qué modo nació Fersay? ¿Cuál es vuestra estructura actual?

Fersay realiza en 1979 su primera factura por una reparación de una televisión, ya que era un servicio técnico que luego fue ampliando su campo de actuación.

Actualmente estamos en un polígono industrial con 8.500m² de instalaciones, 47 empleados en Madrid, 5 en Alicante y 4 en Tenerife.

¿Por qué deciden incorporarse al mercado de la franquicia?, ¿cuál es su estructura actual y qué tal están respondiendo las tiendas de Fersay?

Para poder llegar mejor al consumidor final. Hace 2 años iniciamos el proyecto de franquicias ya que solo distribuíamos a profesionales pero diariamente recibíamos cientos de llamadas de particulares que necesitaban nuestros productos. Actualmente contamos con 22 tiendas y nuestras expectativas son llegar a 50 a finales de 2015.

También tenemos un modelo de negocio llamado corner, que consiste en un espacio dedicado a nuestros productos dentro de otro tipo de negocio no relacionado con nuestra actividad.

¿Qué necesita un emprendedor para poner en marcha una franquicia Fersay? ¿Qué consejos le daría?

Sobretudo ganas y aptitudes comerciales para la atención al mostrador. Son proyectos low cost para emprendedores autónomos.

Respecto a los consejos que se deje asesorar por nosotros y que trabaje en equipo. Los negocios tienen que ir de menos a más, solo las cosas que se consiguen poco a poco consiguen ser sólidas a largo plazo.

Volviendo al servicio que ofrece Fersay, además de la rapidez, ¿qué ofrecen a clientes y a proveedores? ¿Cuáles son sus principales argumentos frente a sus competidores?

A los clientes siempre un soporte telefónico más amplio que el suyo, para que cuenten siempre con nuestra ayuda y un servicio súper rápido en logística, además de la mayor gama de productos del mercado

A proveedores solvencia, seriedad y proyectos a largo plazo. Nuestros mejores argumentos: la continuidad, la estabilidad y la solidez.

Cuentan con un gran volumen de referencias, que requieren un complejo control, ¿cómo las manejan? ¿Cómo se encuentra estructurada?

Es un duro trabajo de muchos años, montarlo ahora desde cero sería inviable. Nos apoyamos en la tecnología y sobre todo en un equipo humano muy implicado.

Tenemos varios almacenes y actualmente estamos implantando un nuevo software que nos permitirá mejorar nuestra productividad.

En el sector de la asistencia técnica es fundamental la formación. ¿Cómo afrontan ustedes este tema?

La formación es el elemento más diferenciador de Fersay. Damos formación intensa no solo a nuestro equipo interno, tanto nuevo como antiguo; también a empleados de clientes nuestros o franquicias, patrocinamos cursos que organizan empresas externas, etc. La formación es fundamental para que la gente esté implicada y entienda la esencia de la compañía.

Y, por último, ¿podría adelantarnos alguna próxima estrategia de su compañía?

Lanzamos una nueva web en Julio, dirigida al consumidor final, con el objetivo de que cualquier persona pueda comprar on-line o con entrega en nuestras tiendas.

