



FONEXION

Jonathan Ledesma

Director General de Fonexion

“Nuestra categoría estrella y la que nos ha hecho diferenciarnos con el resto del mercado ha sido el accesorio de telefonía móvil, con el cual seguimos ganando cuota de mercado año tras año...”

Fonexion es una empresa de accesorios consolidada y con una larga y dilatada experiencia en el campo de la telefonía móvil. En 2010, llegó a convertirse en la primera empresa en España en obtener la licencia Made for Iphone de Apple. Desde 2007 cuenta con su propia marca, Ideus, con la cual ofrecen una gran gama de productos que han ido creciendo, desde accesorios para móviles, a teléfonos DECT y auriculares y altavoces Bluetooth. En esta ocasión, nos concede una entrevista Jonathan Ledesma, Director General de Fonexión, el cual considera que “estamos en un mercado muy cambiante y tenemos que ser muy ágiles a la hora de afrontar los nuevos retos que nos vamos encontrando”. Conozcamos más acerca de sus opiniones a lo largo de la siguiente entrevista.

Desde su constitución, hasta su desarrollo actual, ¿podría comentarnos los principales logros de su empresa?, ¿qué magnitudes tiene Fonexion en este momento?

La empresa se constituyó bajo su nombre actual, FONEXION, en 1997. Uno de los hitos mas recientes e importantes, fue la creación, en el año 2007, de nuestra propia marca de producto, Ideus.

A día de hoy, se ha convertido en una enseña con un grado de reconocimiento superior al del nombre de la empresa.

En la actualidad, la empresa la forman más de 30 personas en plantilla y mueve casi 3 millones de productos al año.

¿Qué convierte la marca Ideus en una propuesta de referencia en el sector? ¿Qué le exigen los consumidores?

Cuidamos con mucho mimo nuestro producto, desde la concepción inicial a la fabricación (con controles de calidad muy exigentes cumpliendo la normativa ISO 2859/ MIL STD 105 E) y la distribución. Ofrecemos un producto de calidad y con una imagen diferenciada a un precio muy competitivo.

Esto se consigue a través de relaciones a largo plazo con nuestras fábricas, una relación muy cercana con nuestros distribuidores y un proceso de concepción y producción que es controlado, de forma estricta, desde nuestras oficinas en España.

Con todo esto, podemos ofrecer un producto competitivo en calidad, variedad y precio, que es lo que buscan nuestros consumidores.

Y, ¿qué valor añadido ofrece Fonexion para diferenciarse de la competencia?

Una de nuestras mayores competencias es la preparación de las líneas en el canal de autoservicio, donde fuimos los primeros del sector en apostar por este canal y esta decisión



nos ha dado muchos éxitos y nos ha aportado otros valores diferenciadores para expandirnos al resto de canales.

Uno de nuestros valores más importantes y diferenciadores es que cuidamos la imagen, comenzando con

el diseño del lineal para facilitar la compra al consumidor final, mantenimiento del mismo y elección de producto, siempre buscando la mayor rentabilidad y oferta para nuestros clientes.

De las líneas de negocio con las que cuenta Fonexion, ¿cuál de ellas resulta más importante para la Compañía en cuanto a beneficios?, ¿qué comportamiento tiene cada una de ellas?

Nuestra categoría estrella y la que nos ha hecho diferenciarnos con el resto del mercado ha sido el accesorio de telefonía móvil, con el cual seguimos ganando cuota de mercado año tras año. Otra línea de negocio a destacar es el accesorio de informática, la telefonía doméstica y la telefonía móvil adaptada para personas mayores, todo bajo la marca Ideus, así como las licencias Real Madrid, R.C.Deportivo de La Coruña, Athletic de Bilbao y Espanyol.

Más recientemente hemos alcanzado un acuerdo para la distribución en toda Europa de la marca de dispositivos conectados médicos sanitarios Ivy Health. Este es un sector incipiente que va creciendo mes a mes y que esperamos que eclosiona a lo largo de los próximos años.

I+D+i ¿Por qué su compañía es innovadora en este área? ¿Cómo han evolucionado los productos y la marca Ideus en los últimos años?

Sobre todo intentamos ser muy creativos en el packaging (en imagen y señalización) y llamar la atención del usuario final con nuestros lineales. Estamos en un mercado muy cambiante y tenemos que ser muy ágiles a la hora de afrontar los nuevos retos que nos vamos encontrando.



En cuanto al diseño, ¿cuáles son las últimas tendencias que se están viendo?

No hay una clara tendencia, simplemente tratamos de ofrecer un producto diferente, novedoso y útil. La investigación del mercado y el desarrollo propio se unen en Ideus para conseguirlo. Nuestro objetivo: conseguir una imagen de marca potente y un producto diferenciador.

¿Qué novedades concretas están lanzando o tiene previsto lanzar Fonexion?, ¿nos sorprenderán próximamente?

Los más inmediato es el cierre de contrato para la distribución de la marca Ivy Health que fue presentada en el pasado MWC2016 en Barcelona, y consideramos que va a ser una línea que nos va a dar muchas satisfacciones.

En cuanto a Ideus, os sorprenderá la nueva gama outdoor y, en la distribución de Patriot, acabamos de lanzar la primera memoria MicroSD de más de 200 gigas.

En el resto de líneas estamos preparando el lanzamiento de nuevas novedades

para el tercer y cuarto trimestre, donde no dudo que vamos a sorprender al mercado.

Desde su experiencia, ¿cuál será la tendencia en los próximos años?

En los últimos años destacan dos momentos determinantes en nuestros sector: el primero vino de la mano de la no subvención de los smartphones por parte de los operadores, donde el usuario final empezó a cuidar mas su terminal. Los meses de durabilidad del terminal pasó de un periodo corto a un periodo más largo, lo que llevaba a tener un mayor cuidado del mismo (carcasas, vidrio templado, etc.). El siguiente momento a destacar fue los nuevos, diseños de los fabricantes con pantallas mas grandes y terminales más frágiles, donde nosotros notamos una mayor venta de accesorios para proteger el Smartphone.

En los próximos años creemos que los espacios en nuestros clientes aumentarán, ya que la inversión en los smartphones es mayor, y con ello la inversión en accesorios para su cuidado.

