



Óscar Álvarez Francisco

Country Manager de TESY
para España y Portugal



“En TESY hemos apostado en estos años por la innovación, llegando a patentar varias soluciones tecnológicas con las que hemos conseguido una mayor eficiencia energética, un mejor rendimiento de nuestros equipos...”

“En los 25 años que han pasado desde nuestros inicios, TESY está presente en 54 países, cuenta con 5 fábricas en Bulgaria y con una plantilla de más de 850 trabajadores. Asimismo, firmes en nuestro compromiso con la eficiencia energética, formamos parte de la Comisión técnica europea encargada de redactar y revisar las normativas actuales”, con esta breve introducción, Óscar Álvarez Francisco, Country Manager de TESY para España y Portugal, nos describe los inicios de la empresa. A lo largo de la entrevista, además, nos habla de sus principales novedades en cuanto a productos y sus retos para un futuro próximo.

Para comenzar, ¿podría hacernos una introducción de Tesy a nivel global en general y en el mercado peninsular más en particular?

En TESY somos fabricantes de equipos para producción y acumulación de agua caliente, tanto para el sector doméstico como de alta capacidad, y aparatos de calefacción eléctrica. A día de hoy somos tercera empresa líder a nivel europeo en nuestro sector.

En los 25 años que han pasado desde nuestros inicios, TESY está presente en 54 países, cuenta con 5 fábricas en Bulgaria y con una plantilla de más de 850 trabajadores. Asimismo, firmes en nuestro compromiso con la eficiencia energética, formamos parte de la Comisión Técnica Europea encargada de redactar y revisar las normativas actuales, como la ErP, por lo que parte de su actividad se centra en analizar los productos del mercado para comprobar el cumplimiento de las normativas vigentes y para valorar la idoneidad de los requisitos impuestos en las mismas.

En TESI hemos apostado en estos años por la innovación, llegando a patentar varias soluciones tecnológicas con las que hemos conseguido una mayor eficiencia energética, un mejor rendimiento de nuestros equipos y una mayor durabilidad en nuestros productos.

Nuestro objetivo, tanto a nivel global como en el mercado ibérico en particular, es ser un referente dentro del sector calefacción y agua caliente sanitaria. Llevamos más de 6 años vendiendo productos con nuestra marca en España y Portugal y, desde hace casi dos años, hemos apostado fuertemente por estos mercados, constituyendo un nuevo equipo directivo para la gestión de ambos países y centrando su desarrollo de negocio en ellos como mercados estratégicos clave para la marca.

A lo largo de estos años, ¿cuáles han sido los principales desafíos que han enfrentado y superado?



Al tratarse de una empresa relativamente joven, con una trayectoria de 25 años en el mercado, los retos y desafíos superados han sido múltiples.

En primer lugar, el reto fundamental fue poder generar una oferta de producto competitiva y diferencial con respecto a lo ya existente en el mercado. En TESI decidimos apostar por la innovación tecnológica y por los más altos estándares de calidad en el proceso de fabricación, con lo que conseguimos crear gamas de producto con un posicionamiento medio-alto, cuyo valor diferencial radica en el mejor rendimiento y mayor durabilidad. En segundo lugar, el alto nivel de competencia no está solo en la tipología de producto sino en la dificultad para conseguir reconocimiento de marca. En este sentido, apostamos en una primera fase por fortalecer a nuestros clientes distribuidores en sus zonas de influencia, de forma que el trabajo de prescripción de marca hacia los públicos de interés se hiciera de forma directa por aquellos que más influencia y autoridad ejercen sobre dichos públicos.

Por otra parte, un reto permanente y que seguimos afrontando a día de hoy es el de ajustar nuestros equipos a los requisitos y exigencias de eficiencia energética marcados en las distintas normativas europeas y códigos de edificación. En este sentido, el compromiso de TESI es total, como ya hemos comentado anteriormente. Muestra de ello son las responsabilidades adquiridas por la marca a nivel europeo para la promoción de la eficiencia energética y los reconocimientos obtenidos por ello. El más reciente fue el premio Forbes en la categoría de calidad de producto, concedido a TESI hace unos meses por segundo año consecutivo.

¿Cómo han evolucionado los productos y la marca Tesy en los últimos años?

El desarrollo de TESI como marca lógicamente ha ido de la mano de la evolución de su oferta de producto. Ello ha requerido estar



muy atentos a las tendencias y demandas del mercado europeo para poder mantener el carácter vanguardista que caracteriza al producto TESI.

Eficiencia energética, conectividad y diseño son los campos en los que TESI ha apostado para su desarrollo de producto. Tecnología al servicio del usuario para garantizarle siempre la mejor solución con la que cubrir sus necesidades, respetando el medio ambiente mediante el ahorro energético y, consecuentemente, económico.

¿Cuáles son los tres principios básicos sobre los cuales construyen el éxito de su negocio?

Es difícil hacer esa síntesis porque son muchos los elementos y las circunstancias que se combinan para poder llevar a cabo este

negocio con éxito. No obstante, intentaremos hacerlo remarcando 3 aspectos clave, tanto en cuanto a producto como en cuanto a servicio:

- Flexibilidad: en TESI entendemos la flexibilidad como una actitud fundamental para la gestión de las relaciones con nuestros clientes, ya sean profesionales o usuarios. Por una parte, la flexibilidad para con los profesionales pasa por ofrecer un buen servicio tanto en la gestión de sus pedidos como en la postventa. Por otra, nos volcamos en ofrecer las máximas coberturas y garantías a los usuarios. Por supuesto, lo primero es un producto que responda a sus necesidades de forma duradera y eficiente. Pero, además de esto, ser una marca accesible y fuerte, y disponer de un servicio técnico eficaz, todo ello garantizando la calidad en su significado más amplio.

- Calidad e innovación en el desarrollo de producto: esencial para nosotros crear equipos diferenciadores y que aporten un plus de calidad tanto a usuarios como a profesionales. No en vano fuimos los primeros en lanzar al mercado la gama de termos MODECO con control a través de Internet, así como en patentar soluciones tecnológicas que mejoran el funcionamiento del termo: el Efecto PISTÓN, el Turbulator, etc.

- Confianza: TESI no son solo equipos de ACS y calefacción, sino que tiene un equipo humano detrás cuya misión es dar cobertura y garantías tanto profesionales como a usuarios. TESI no es solo productos sino que es, sobre todo, un servicio de calidad para todos aquellos que requieran de nuestra marca para o bien cubrir una necesidad en su hogar o completar la



promateriales

de construcción y arquitectura actual

Información de Arquitectura y Materiales de Construcción

- Análisis de Proyectos de Edificación
- Entrevistas a arquitectos
- Reportajes de Materiales de Construcción
- www.promateriales.com —



Promateriales Arquitectura Actual

www.facebook.com/promateriales.arquitecturaactual



Promateriales @Arquitectura_PM

www.twitter.com/Arquitectura_PM



Promateriales (Editorial Protiendas S.L.)

www.linkedin.com



hostelpro

proveedores de hostelería y restauración

Información de Hostelería y Restauración

- Análisis de Proyectos Hoteleros y de Restauración
- Entrevistas a Directores y Responsables de Compras
- Reportajes de Equipamiento Hotelero
- www.revistahostelpro.com —



Hostelpro @R_hostelpro

www.twitter.com/R_hostelpro

protiendas

la revista para proveedores y tiendas de electrodomésticos, electrónica, imagen y sonido

Información de Electrodomésticos, Imagen y Sonido

- Análisis de Sectores (Gamas Blanca, Marrón y PAE)
- Entrevistas a Fabricantes y Distribuidores
- Reportajes de Distribución de Electrodomésticos
- www.revistaprotiendas.com —



Protiendas @protiendas

www.twitter.com/protiendas



Revista_Protiendas / @revista_protiendas



gama en su negocio mediante un producto diferencial dentro de la categoría.

De las líneas de negocio con las que cuenta, ¿cuál de ellas resulta más importante para la Compañía en cuanto a beneficios?

El corazón de nuestro negocio son los equipos para producción y acumulación de ACS, principalmente termos eléctricos y tanques de alta capacidad.

¿Qué garantía ofrece la compañía a los consumidores?, ¿cómo responde el servicio técnico?

Los productos TESI ofrecen dos tipos de garantía. 5 años bajo ciertas condiciones de mantenimiento (revisión del ánodo de magnesio) y 7 años sin condiciones, de las más amplias del mercado, como es en el caso de la gama MODECO.

Con respecto al servicio técnico, en nuestro caso damos cobertura a nivel nacional, tanto en península como en las islas, Ceuta y Melilla, con recepción de avisos y asesoramiento técnico 6 días a la semana, con un amplio horario de atención al cliente.

¿Cuáles son las principales novedades de TESI?

TESI ha lanzado este año la nueva gama de termos eléctricos MaxEau para cubrir la demanda de termos eléctricos para el ámbito doméstico con capacidad hasta 200 litros. Esta gama está disponible tanto con resistencia blindada de cobre como con resistencia



cerámica en seco, así podemos elegir el que más nos convenga en función del tipo de agua de la zona. Asimismo, hemos adaptado a ErP todos nuestros equipos de calefacción eléctrica para garantizar la máxima eficiencia energética.

De cara a 2019 son varios los lanzamientos que vamos a realizar. En la familia de termos, lanzaremos la nueva gama BelliSlimo en el primer trimestre del año. Se trata de una nueva gama de termos con doble tanque y control vía Internet, clase energética B y distintas capacidades posibles. Cuenta con un diseño italiano extraplano con posibilidad de ser instalado tanto en vertical como en horizontal, lo que lo convierte en un producto versátil y adaptable a las necesidades de cada hogar.

Además, en la familia PROFI de alta capacidad, estamos desarrollando una nueva gama de bombas de calor aerotérmicas, que incluyen también bombas de calor murales, con diferentes litrajes y propiedades. Vamos a apostar fuertemente por la aerotermia y esperamos poder estar presentando esta nueva línea de producto en el segundo semestre del año.

¿Qué principales estrategias de marketing y de promoción se están siguiendo desde TESI para fomentar las ventas?

Podríamos resumir las principales acciones en 3 ejes fundamentales:

- Retail marketing: en este sentido desarrollamos acciones centradas en optimizar la

presencia de la marca TESI en los distintos puntos de venta de nuestros clientes. Concretamente, la exposición de producto, la disponibilidad de documentación comercial, la correcta implantación de campañas promocionales y la formación de los comerciales o vendedores para una correcta prescripción del producto.

- Acciones dirigidas al reconocimiento de marca y la fidelización de clientes. Trabajamos con medios especializados del sector, tanto off como online, a través de los cuales difundimos información sobre la compañía, sobre nuevos productos, lanzamientos, promociones, etc.

- Marketing digital para la optimización del posicionamiento de TESI. En año y medio hemos lanzado nueva web para España, estamos terminando la web para Portugal, hemos creado un blog corporativo con un nivel de aceptación y lectura muy alto, y hemos lanzado perfiles específicos en redes sociales como facebook, twitter, instagram y youtube.

