

Fersay participa en el Foro Ibercaja sobre Empresas de Éxito

Uno de los puntos de coincidencia entre los participantes (Fersay, MRM 2, Nuba, Murprotec, Algeco o Cervezas la Virgen) es el temor a una posible subida fiscal. Otras amenazas son la falta de personal cualificado y la necesaria financiación

Fersay, la empresa española especializada en venta de accesorios y repuestos para electrodomésticos y electrónica, con 40 años de experiencia en el mercado ha sido uno de los participantes en el Foro Ibercaja sobre Empresas de Éxito patrocinado por esta entidad bancaria.

El objetivo de este encuentro fue analizar la situación de sus compañías y sus respectivos sectores, explicar su escalada a la cima y también tratar de predecir el futuro y anticiparse a la demanda y los cambios tecnológicos.

Los seis empresarios de éxito participantes en este evento fueron, además de José Carrasco, director general de Fersay; Jorge Fernández Aviñó, director comercial de MRM 2; Ana Alonso, directora general de Nuba; Miguel Ángel Arana, CMO de Murprotec; Montserrat Hernández, directora general de Zona Atlántica de Algeco; y César Pascual, director de marketing y comunicación de Cervezas La Virgen, que se sumaron a la jornada impulsada por el director del centro de empresas de Ibercaja.

Conclusiones

Tras un amplio debate, las conclusiones a las que llegaron los participantes fueron en primer lugar el temor a una posible subida fiscal que estreche un poco más los márgenes comerciales de sus empresas.

Otra de las conclusiones es la necesidad de contar con financiación, si bien todos apostaron por la autofinanciación o la moderación al recurrir a financiación externa. "Nosotros recurrimos a la financiación para novedades, cuando lanzamos productos propios", afirmó Carrasco, ya que Fersay reinvierte el 75% de sus beneficios en la propia empresa desde sus inicios, cuando dos amigos de 22 años se convirtieron en el primer servicio técnico en incluir televisores de sustitución para sus clientes. "Entonces nadie te quería financiar, y era cuando más lo necesitabas".

El tercer punto de encuentro fue la dificultad de encontrar jóvenes talentos que contribuyan a perpetrar el éxito de la empresa. El director general de Fersay lamentó que a los jóvenes "les han vendido la moto de que tienen que trabajar en una gran empresa, y en un país como España, con más del 99% de pymes, es un problema".

También los seis participantes están de acuerdo en que el mañana no tendrá nada que ver con el día de hoy en sus respectivos sectores. Casi todos afrontan ya la transformación digital y lidian con una competencia que prioriza la inmediatez, aunque lo hacen con optimismo... Y acercándose más al

cliente. "

Fersay, añadió que prevé "años de grandes cambios", para los que espera saber estar preparado. Para ello se están focalizando en "corners" dentro de grandes tiendas, (en la actualidad cuenta con 40 de ellos, además de sus 18 tiendas franquiciadas) e invirtiendo en su marca para que los consumidores los conozcan tan bien como los reparadores. En la actualidad, Fersay cuenta con más de 5.500 clientes profesionales, en 37 países y una facturación en 2018 por encima de los 11 millones de euros.

El sueño de dos amigos de la infancia

Hace 40 años, José Carrasco y Juan Carlos Casanova, dos amigos de toda la vida, deciden dar rinda suelta a su espíritu emprendedor, abriendo una humilde tienda de reparación de electrodomésticos. Hoy, cuarenta años después, su sueño es una realidad llamada Fersay.

Con unas instalaciones de 11.000 metros cuadrados en Madrid, a los que se suman 1.800 metros cuadrados en Alicante y otro almacén de 1.200 metros cuadrados en Canarias, que albergan más de 10 millones de piezas en stock.

A lo largo de estas décadas, la empresa ha ido adaptándose a las necesidades del consumidor y de un modelo de negocio que ha sido capaz de sobrevivir a los numerosos cambios del mercado, en una clara apuesta por la innovación y la formación de todos los miembros de la familia Fersay.

Recientemente, Fersay ha llegado a acuerdos muy importantes con grandes plataformas del sector con el que está abriendo muchos corners y ha cerrado importantes acuerdos con algunas grandes cadenas de electrodomésticos.

Datos de contacto:

Pura de Rojas
ALLEGRA COMUNICACION
91 434 82 29

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos/empresa](#) [Gran consumo y distribución](#)

NotasdePrensa

<http://www.notasdeprensa.es>