

MARSANZ

LA SOLIDEZ DEL LÍDER EN EQUIPAMIENTO COMERCIAL

En 1966, dos jóvenes emprendedores decidieron unir sus esfuerzos e ideas en un pequeño taller en Madrid para fabricar pequeños utensilios metálicos y piezas para automóviles, sentando así las bases de lo que hoy es un referente internacional en diseño y fabricación de equipamiento comercial: Creaciones Marsanz.



Fernando García, CEO de la empresa



Juan Martínez Luque, Mariano Sanz Martínez y Carlos Martínez López, Fundadores de la empresa

Cuatro años después de su fundación vio la luz el primer carro de la empresa, cuyo éxito hizo que se desarrollaran diferentes modelos y tamaños, se ampliaran las fábricas de la empresa y se implementaran nuevos procesos de fabricación.

“La aceptación de nuestros productos hizo que diversificáramos nuestra oferta con la incorporación de muebles caja para supermercados, estanterías para todo tipo de negocios y grandes superficies y, en 2010, lanzáramos al mercado nuestro famoso carro polysteel (plástico) para seguir la tendencia que marcaba el mercado, al que siguió en 2016 la línea de carros tubulares, más estética, resistente y ligera”, explica Fernando García, CEO de Creaciones Marsanz.

UNA EMPRESA DE REFERENCIA

Actualmente y después de más de 50 años de trayectoria, Creaciones Marsanz cuenta con un equipo formado por 198 trabajadores. El 80% de la plantilla trabaja en las 3 fábricas que posee la empresa, dos de ellas en Torrejón y una tercera en Toledo. La exportación supone representa para la compañía alrededor del 30% de su volumen de negocio, mientras que el 70% restante se comercializa en España. Para generar esas ventas, Creaciones Marsanz cuenta con ocho delegaciones, seis de ellas en la península ibérica y dos en Francia y el Reino Unido. “Hoy en día, estas dos delegaciones suponen el 40% de todo lo que vendemos fuera de España, mientras que el otro 60% se encuentra repartido entre América del Sur, Europa, África y Asia”, asegura García.

Marsanz cuenta con un posicionamiento muy fuerte en Iberia, donde no solo es líder en la fabricación de todo tipo de carros, sino que está situada entre las tres empresas más importantes en el sector del equipamiento industrial.

ESPECIALISTAS EN RETAIL

Una de las cartas de presentación de Creaciones Marsanz es la especialización en el sector del retail. “Nuestros principales clientes son retailers de alimentación, algunos de los cuales figuran entre los más grandes del mundo. Valoramos clientes que busquen productos de calidad, que sean competitivos y que mejoren la experiencia de sus compradores en las tiendas. A todos ellos les ofrecemos nuestra principal ventaja competitiva: la calidad, el diseño y el servicio”, cuenta el CEO de la compañía.

Además de los sectores de alimentación y gran consumo, Marsanz tiene una fuerte presencia también en el campo de la logística, donde aporta soluciones tanto a almacenes puramente destinados al comercio electrónico, como a los centrados en la logística más tradicional. Otros ámbitos que se benefician de las soluciones de Creaciones Marsanz son las ferreterías, las tiendas y distribuido-



Carro Multigrip 100L

La empresa es líder en el mercado ibérico y sus productos están en los principales actores del sector retail

res de construcción, jardinería y bricolaje, los establecimientos de ropa y deporte o las lavanderías, por citar algunos ejemplos.

Fernando García explica que “gracias a esa filosofía de calidad y servicio hemos logrado que en los últimos 10 años los principales clientes sigan a nuestro lado. Algo en lo que tiene mucho que ver nuestro equipo humano: somos una pequeña gran familia, que nos ayuda a avanzar más rápido y sin fisuras en nuestro viaje de transformación con nuestros socios y clientes. En este sentido, siempre damos un paso al frente para

Implicarnos al cien por cien en todos los proyectos que nos llegan, haciéndolos nuestros. Y eso es muy apreciado por el mercado”.

INNOVACIÓN

Preguntado acerca de si tiene cabida la innovación en un campo como el suyo, el responsable de Creaciones Marsanz lo tiene claro: “no es que sea posible innovar. Es que sería imposible avanzar tantos años sin hacerlo. Siendo una empresa pequeña, tenemos esa agilidad para identificar y adaptar a nuestra oferta todas aquellas mejoras y tendencias que o bien nos reclaman como solución los clientes, o bien identificamos en otros sectores y las consideramos buenas para el nuestro. Hacemos eso gracias a las ganas de aportar valor y de trabajar la particularidad con cada uno de nuestros clientes y sus necesidades”.

El último ejemplo de esa innovación ha sido desarrollado sobre uno de los productos estrella de la empresa, el carro/cesta híbrido de 100 litros de capacidad que puede encontrarse casi en el 100% de la distribución de alimentación en España.

Tras la pandemia llegaron nuevas tendencias en el consumo, como la compra de cercanía y el mayor número de visitas por la semana a los puntos de venta. Esto implicaba facilitar la compra en los súper medianos y grandes donde la cesta –por su incomodidad– y los carros grandes de toda la

vida (de 180 o 220 litros) perdían relevancia. “Nuestro modelo de 100 litros vio incrementado su consumo como solución a estos dos problemas, y ahora nuestro departamento de I+D ha conseguido desarrollar un carro de 80 litros o, lo que es lo mismo, un carro con gran capacidad y excelente manejabilidad pero más pequeño, añadiendo un portabebés que no existe en carros de ese tamaño”, comenta Fernando García.

Si hablamos de muebles caja, Marsanz diseñó su modelo Innova hace un año y medio con dos premisas máximas: tener la mejor ergonomía del mercado para el operario que lo usa, y mejorar la experiencia de compra, haciendo que ese operario nunca perdiera de vista al cliente. Las ventas nos han dado la razón en este caso tras la buena aceptación de estas dos innovaciones”, añade el CEO de la empresa.

PERSPECTIVAS

De cara al futuro, Marsanz afronta diversos retos. El primero de ellos es continuar con su proceso de transformación digital, un proceso que obliga a la empresa a estar continuamente actualizándose, para ser más eficiente y mejorar su productividad día a día. El segundo gran reto es defender su saber hacer, ya que la crisis que ha sufrido la globalización en los últimos años (costes, materias primas, transportes, guerra, crisis de consumo en China...) ha permitido a Marsanz volver a competir en mercados donde se había complicado mucho el desembarco.

“Nuestro plan estratégico ha adaptado nuestros retos estratégicos a las nuevas oportunidades que han surgido tras la pandemia. Esta capacidad de adaptarnos rápido es algo que no podemos perder y que sin duda todos debemos tener. En este sentido, otro gran desafío es buscar alianzas que nos permitan llegar a metas donde solos tardaríamos mucho en llegar, pero con el socio adecuado podemos estar ofreciendo nuestros productos mucho antes de lo que imaginamos. Esto implica una nueva forma de pensar y actuar, donde la pasión y las ganas de crecer nos han de llevar muy lejos”, concluye Fernando García.

