

EXERTIS IBERIA

CONTRA TODO Y CONTRA TODOS

EXERTIS IBERIA, después de su récord de facturación en 2023 (+130% con respecto al año anterior) expone su fórmula: Productos innovadores + nuevos mercados + inversión en capital humano

Este año 2024, representa un gran desafío para todos los jugadores que intentan tener un sitio destacado en el sector de la electrónica de consumo.

Como ya lo ha anticipado en su informe de tendencias de agosto 2023 –Tech and Durables Trend Report– Gfk pone de manifiesto el estancamiento y leve descenso en el mercado de tecnología y bienes duraderos durante 2023. Esto subraya una tendencia, después de un período de gran crecimiento (3%) durante pandemia en 2020 y de los valores récord (16%) en 2021. Actualmente, en el caso de IT y Electrónica de consumo, si comparamos las cifras de 2023 con respecto del año anterior, el declive está muy acentuado y desciende hasta -9% y -8% respectivamente. Este estudio está realizado sobre 28 países europeos donde también se encuentra España.

La baja propensión a comprar, la mayor saturación del mercado y la imparable inflación son las causas que han marcado este estancamiento en la facturación. Pero, aun estando frente a coyunturas adversas, siempre es posible arremangarse y emprender acciones para contrarrestarlas.

INNOVACIÓN, MERCADOS Y CAPITAL HUMANO

Tal es el caso de EXERTIS IBERIA, una compañía de distribución de productos de electrónica de consumo, miembro de una multinacional, que opera en más de 19 mercados, ha presentado su año fiscal 2023 con récord



Marc Rodríguez Chuet – Managing Director Exertis Iberia

de facturación de todos sus años de andadura: un crecimiento de más del 130% con respecto al año anterior.

En palabras del managing director de la filial española, Marc Rodríguez Chuet, “ya a principios del año pasado, cuando comenzamos a detectar la tendencia contractiva del sector, nos propusimos ‘salir de la norma’, osea, no hacer lo que hace todo el mundo cuando ocurren estos escenarios. Hemos preferido invertir en recursos antes que en la supresión de estructura. Hay que saber cuándo hay que arriesgar para hacer frente a la crisis. Finalmente, los números han avalado nuestra decisión”.

Además, el directivo agrega: “Los resultados no se producen solos ni mágicamente. La excepcionalidad surge del perfecto balance entre la calidad del trabajo del equipo, la estrategia de negocio y la capacidad de adaptación al mercado”. La estrategia de negocio em-

pleada a la que se refiere Rodríguez Chuet, habla de la fórmula que ha puesto en marcha EXERTIS IBERIA para obtener estos logros sobresalientes.

Se basa sustancialmente en tres pilares: Productos innovadores + nuevos mercados + inversión en capital humano.

Es decir, gestionar productos innovadores que realmente provean soluciones verdaderas a los usuarios y que se destaquen con respecto a la competencia.

Estos son algunos ejemplos:

- El Kit Starlink Estándar, que permite tener Internet en cualquier lugar del planeta. Solo está formado por una pequeña pantalla, un router y una app que lo maneja.
- Los auriculares direccionales OPN Sound Mercato, que crean una experiencia auditiva sin que molesten en los oídos y con conexión con el entorno.
- O los auriculares de conducción ósea Haylou BC01 que no tocan el canal



Ultrahuman Ring Air

SOBRE EXERTIS

Exertis es uno de los distribuidores de tecnología y proveedor de servicios especializados más grandes y de mayor crecimiento en Europa. Exertis es parte de DCC plc, un grupo multinacional de ventas, marketing y servicios de soporte que opera en más de 19 países, focalizándose en sectores de consumo, B2B y productos empresariales. Exertis se asocia a más de 2.400 marcas de tecnología y electrónica de consumo. Posee 50.000 clientes entre resellers, operadores de e-commerce y retailers en toda Europa. Exertis está presente en Iberia desde junio de 2016, tras la adquisición de Computers Unlimited. La empresa resultante –Exertis Iberia– combina la experiencia total de más de 15 años en el mercado ibérico del mayorista con las herramientas del Grupo DCC.

auditivo y se pueden usar aun conduciendo.

Pero el caso de innovación más notorio es el anillo inteligente Ultrahuman Ring Air. Es un anillo inteligente que mide todas las variables humanas que ayudan a llevar una vida saludable y placentera, además de ser una atractiva joya. Innovación en tecnología y también en estética.

Marc Rodríguez Chuet aclara que “con este producto, hemos podido dar a conocer en toda la península un producto que no tenía precedentes, con muy buena acogida, por cierto. El lanzamiento ha sido 6 meses antes que el de la marca de la competencia (el gran fabricante coreano)”.

Otro pilar es incursionar en nuevos mercados. Las operaciones de EXERTIS IBERIA en Portugal, han tendido sus frutos, especialmente por la diversificación de los sectores del retail y por la capilaridad regional.

Por último, es imposible alcanzar las metas si no se hacen inversiones. Y esta vez, la inversión está hecha en capital humano. En el caso de esta filial, con sede en Barcelona, se han incorporado varios profesionales, altamente cualificados, para robustecer diferentes departamentos, lo que ha ayudado a conseguir las cifras que se acaban de presentar. En términos porcentuales, se ha aumentado en más de un 30% la plantilla.

“Hemos preferido invertir en recursos antes que en la supresión de estructura. Hay que saber cuándo hay que arriesgar para hacer frente a la crisis”

