

Empresas

NOTICIAS A UN CLIC

Las novelas de RCN son las más vistas y Caracol Televisión es líder en realities

Denuncian entrada de 9 millones de zapatos a US\$1

Bosi cerró 2015 con un crecimiento de 18%

f Facebook

t Twitter

g+ Google +

Martes , Enero 12, 2016

Bosi cerró 2015 con un crecimiento de 18%



Bogotá En el sector del cuero, marroquinería y calzado, el cual genera cerca de 100.000 empleos directos y 50.000 indirectos anualmente, resalta la empresa colombiana Bosi, la cual es dirigida actualmente por Clemencia Vélez.

En entrevista con LR, la directiva aseguró que la compañía creció en 2015 cerca de 18% y aseguró que aunque se tiene planes de ampliar la participación internacional con la llegada a Chile

¿Cómo le fue a la compañía en 2015?

Muy bien. Cerramos el año pasado con un crecimiento acumulado de 18% en relación con 2014.

¿Cuál fue la línea que más creció el año pasado?

Nuestra línea de productos para niño Bosi Bambino nos reportó un crecimiento de 30%. Así mismo nuestra línea de productos de ADT Motowear mostró unos muy buenos resultados.

¿Cómo les afectó el alza del dólar?

Algunos de nuestros insumos son importados con lo cual tenemos un impacto negativo en nuestros costos de producción. Le hemos trabajado duro a mitigar este factor con esquemas de productividad y eficiencia. Adicional, gracias al posicionamiento de nuestra marca y la calidad de nuestros productos, vemos que el público sigue prefiriéndonos.

¿Cuántos puntos de venta tiene actualmente Bosi?

Tenemos en la actualidad 150 puntos de venta directos, 10 franquicias y unos 50 distribuidores autorizados.

¿Cuántas aperturas se avecinan y dónde?

En los dos próximos años estaremos abriendo 15 tiendas más en ciudades como Medellín, Bogotá, Villavicencio, Valledupar, Barranquilla, Neiva y Popayán, entre otras.

¿Qué proyecciones hay para este 2016 y cómo sortear la desaceleración económica del país?

Esperamos mantener un crecimiento similar al de 2015. Nuestro trabajo se centrará en la modernización de nuestros esquemas de producción y de comercialización.

Podemos esperar un 2016 con una inflación alta, unos salarios bajos y por tanto una importante disminución en el poder adquisitivo. En la diversificación puede estar la clave, queremos enfrentar nuevos nichos de mercado, ampliar nuestro portafolio de productos y mejorar conscientemente la experiencia de compra de nuestros clientes.

A parte de Ecuador y Costa Rica, donde ya hacen presencia ¿en qué otro mercado les gustaría aterrizar o ya tienen pensado llegar?

Nosotros seguimos mirando con buenos ojos el mercado de Suramérica. De hecho hemos venido desarrollando algunos planes de penetración en países como Chile, Perú y Bolivia con comerciantes locales que esperamos concretar en el mediano plazo.

¿Qué falta para concretar esas llegadas?

La verdad están un poco demoradas porque países como Chile y Perú tienen problemas comerciales internos que son ajenos a la compañía. No tienen nada que ver aspectos como nuestra calidad ni precios.

Colombia ocupa el cuarto lugar en industria del cuero y calzado en Latinoamérica después de Brasil, México y Argentina, ¿cuáles son los retos del sector este año para lograr subir por lo menos un escalafón?

La productividad es la clave del éxito en estos negocios. Estamos seguros que desarrollando esquemas de producción y de comercialización más eficientes, amigables y seguros podremos transformar positivamente el sector y el país mismo.

Adicionalmente, vemos con preocupación como un porcentaje muy alto del cuero que producimos se está exportando dejando desprotegida la industria nacional. Ese es un modelo que requiere revisión para hacer que el sector sea más competitivo nacional e internacionalmente.

La Opinión

Carlos Rodríguez
Experto en empresas

“No debería ser difícil la llegada a estos países, por tema de comunidad Andina o la CAN. Puede que Bosi no vea en dichos países las expectativas de crecimiento esperadas”.