

NOTICIAS A
UN CLIC

Medellín le abre sus puertas al festival Bruuttal

Los mejores destinos internacionales para despedir el año

Selección Colombia tiene el quinto mayor valor de marca de la región

 Facebook

 Twitter

 Google +

 LinkedIn

Sábado, Diciembre 3, 2016

Oster vende en promedio más de 1.700 licuadoras diarias en Colombia

OSTER, EL REY DE LAS LICUADORAS



Bogotá_ En medio del panorama gris que algunas empresas viven por culpa de la devaluación del peso, Oster ha aumentado 24% sus importaciones en 2016 y en el segmento de licuadoras logra vender en promedio más de 1.700 unidades al día.

Felipe Gómez, gerente de Oster en Colombia, manifestó que “vendemos más de un millón de electrodomésticos al año y de esto, 480.000 son licuadoras, que es nuestro producto estrella. De las importaciones de nuestros productos, 63% corresponden a dicho segmento”.

La gran apuesta de Oster con las licuadoras también se ve reflejado en las cifras de la Cámara del sector de Electrodomésticos de la Andi, las cuales indican que en el panorama de importaciones del segundo trimestre de 2016, entre abril y junio, tuvo una participación de 76%, mientras que Rayovac-Varta S.A se ubicó segunda con 5%, Landers & Cia. S.A. con 4%, Colombiana de Comercio S.A. con 3% y Comercializadora Santander S.A. con 2%.

Respecto a la plataforma digital de Oster, Felipe Gómez señaló que era una de las prioridades de la compañía. “En octubre relanzó la nueva tienda online, en donde los consumidores podrán desde su computador o teléfono inteligente, encontrar el portafolio más completo de la marca, conocer lo último en tecnología para su cocina y acceder a ofertas, promociones entre otros. La apuesta de Oster con la nueva plataforma online es brindar una nueva experiencia de compra cómoda y segura para los consumidores”, expresó Gómez.

Por su parte, Raúl Ávila, profesor experto en industria de la Universidad Nacional, indicó que “Oster maneja un portafolio diversificado en la línea de pequeños electrodomésticos y esto lo han complementado con comercio electrónico. A esto también hay que sumarle que los hogares en Colombia se han diversificado. Ahora hay hogares unipersonales que lo primero que tienen que adquirir son productos de la línea de pequeños electrodomésticos y allí es donde Oster se ha hecho fuerte”.

Según la Superintendencia de Sociedades, la compañía tuvo en 2015 ingresos por \$111.454 millones, los cuales aumentaron 13,2% frente a 2014, cuando la empresa de electrodomésticos tuvo ventas de \$98.000 millones. Este año, se prevé un crecimiento similar.

País de regiones

El gerente destacó el hecho de que “las principales ciudades no necesariamente son las que están elevando el consumo de electrodomésticos. Colombia es un país de regiones. Por temas políticos y de seguridad que han mejorado en los últimos años hemos podido llegar a más ciudades intermedias”.

Entre tanto, para 2017 Oster tiene dentro de sus planes seguir ampliando su portafolio con la llegada de 30 nuevos productos. “Nuestros productos más vendidos, a parte de las licuadoras, son las planchas, las cafeteras, los extractores de jugos y los accesorios. A eso le seguiremos apostando”, puntualizó Gómez.

Cabe recordar que Oster hace parte del conglomerado estadounidense Newell Brands, el cual tiene también en su portafolio marcas como Sharpie, Paper Mate y Parker, entre otras.

Patrocinio a deportistas olímpicos

Una de las estrategias de mercadeo de Oster, para fortalecer su relación con el consumidor, ha sido patrocinar el deporte colombiano. Es así como en el primer semestre del año, Oster apoyó un grupo de atletas en la campaña Tour de Campeones 2016. El apoyo fue para deportistas pertenecientes a diversas disciplinas en su camino a los juegos olímpicos. Los elegidos fueron el medallista olímpico Oscar Figueroa (pesas), Jackeline Rentería (lucha); Jossimar Calvo (gimnasia); y Leidy Solis (pesas) y Jorge Hugo Giraldo (gimnasia).

La opinión

Raúl Ávila

Profesor experto en industria de la U. Nacional

“Oster maneja un portafolio diversificado en la línea de pequeños electrodomésticos y esto lo han complementado con comercio electrónico”.