

ENTREVISTA José Antonio Iturriaga Travezán, CEO de Grupo EFE

“Buscamos duplicar market share en Lima con más tiendas en malls y el e-commerce”

Tiendas Efe llega por primera vez a malls de Lima. La Curacao también abrirá más locales. En primer trimestre del 2020 tendrán primer local express para recojo online de productos.

MIRTHA TRIGOSO LÓPEZ
mtrigoso@diariogestion.com.pe

Bajo el liderazgo corporativo de su nuevo CEO, el holding peruano Grupo EFE va por más en el mercado con La Curacao, Tiendas Efe, Financiera Efectiva y Motocorp. Así, ven una oportunidad de crecer más en Lima, mantener su liderazgo en provincias y seguir desarrollando la omnicanalidad. En entrevista con **Gestión** comentan los planes que seguirán.

El mercado de electrodomésticos cambiará el 2020 con la aparición de Integra Retail (Carsa, El Gallo Más Gallo y Marcimex) (**Gestión** 29.10.2019); ante ello, ¿contemplan modificar la estrategia de crecimiento de la compañía?

Nosotros tenemos en el país en venta de electrodomésticos a nivel de tiendas especialistas el 55%, y lideramos el mercado; la participación que tendría la competencia (Integra Retail) es aún baja. Ya veníamos compitiendo con cada uno de estos negocios individualmente en varias provincias del país.

¿En qué se enfocarán para seguir creciendo en el mercado en los próximos años?

La estrategia ya está definida, con Conecta Retail (Curacao-Efe) y Motocorp; queremos meterle el acelerador a temas puntuales, como el buscar crecer más en Lima donde vemos una gran oportunidad de hacerlo.

Y es que en provincias tenemos un porcentaje alto de



MANUEL MELGAR

Meta. En 2020, como Grupo EFE, buscaremos crecer 20% en nuestras ventas, señaló José Antonio Iturriaga.

HOJA DE VIDA

Profesión. Abogado.
Lugar de estudios. Universidad de Lima.
Otros estudios. MBA en Universidad de Piura y CEO Program en Kellogg Executive Education.
Cargos anteriores. CEO de Financiera Efectiva.

market share en venta de electrodomésticos, y a nivel nacional contamos con el 21%. Es por ello que buscaremos duplicar nuestra participación actual en el mercado de electrodomésticos en Lima en los próximos dos años, llegando a tener el 15%.

¿Cómo lograrán duplicar su market share en Lima?

Expandiéndonos con locales y apostando por la omnicanalidad. Así, teniendo en cuenta que tenemos una mayor presencia en provincias con Tiendas Efe, buscamos fortalecer esta marca en Lima, apostando por llegar con locales a centros comerciales ubicados en las zonas periféricas. Además, se han abierto locales de La Curacao.

Con ambas marcas ya contamos con más de 40 tiendas en Lima.

¿En qué centros comerciales han abierto locales de Efe y La Curacao?

De Efe hemos abierto recién

temente locales en Mall del Sur (San Juan de Miraflores), en Plaza Norte (Independencia) y en Real Plaza Santa Clara (Ate).

En el caso de La Curacao se ha abierto un local en Minka (Callao); y este mes se abrirán dos tiendas más, una en el mall de Plaza San Miguel y la otra en Real Plaza Puruchuco (Ate).

¿Qué acciones desarrollarán para impulsar la omnicanalidad? Estar con tiendas en los centros comerciales es clave para ello, porque muchas de las

“En el mercado de electrodomésticos se tenderá a la demanda de productos de mayor valor, y seguirá creciendo la omnicanalidad agresivamente”.

compras online se recogen en estos locales; y en el primer trimestre del próximo año, abriremos nuestro primer local express enfocado en el recojo online que probablemente se ubicará entre Miraflores y Barranco. Ya en los dos últimos años hemos invertido en tecnología que nos ha permitido ser más eficientes en el e-commerce.

¿A qué objetivo apuntan?

Buscamos lograr para el 2021 que el comercio online represente el 30% de nuestra venta anual (Efe-La Cu-

rao) ya que hoy pesa alrededor del 13%.

Financiera y Motocorp

En el caso de la Financiera Efectiva, ¿cómo lograrán crecer?

De acuerdo a nuestro plan estratégico buscamos generar negocios nuevos no relacionados con el grupo, ya que antes estábamos muy enfocados en el financiamiento de electrodomésticos y de motos. Este año cerraremos con un 55% de colocaciones fuera del grupo, cuando hace cuatro años era de alrededor de 5%.

En esa línea, ¿lanzarán nuevos productos financieros?

Hace un mes lanzamos Efectinegocios que brinda préstamos a empresarios. Y en el 2020 ofreceremos una oferta integral como la hacen los bancos, así lanzaremos nuestra tarjeta de crédito, tarjeta de débito, cuenta de ahorro, y de CTS.

Con su tienda especializada en motos Motocorp, ¿cómo cerrarán el año?

Este 2019 versus el 2018 cerraremos flat en ventas. Buscaremos darle fuerza a accesorios y repuestos; y hemos remodelado algunas tiendas poniendo foco en el servicio.

Hoy contamos con 22 locales, y hay que considerar que también vendemos motos en las tiendas de Conecta Retail.

Como Grupo EFE, ¿cómo esperan cerrar en ventas en el 2020?

Como grupo esperamos crecer 20%. A nivel de Conecta Retail vamos a crecer entre un 10% y 15%, ya que no se tendrá el impacto del Mundial que este año hizo que termináramos flat en ventas. Con Motocorp se crecería 20%, y con Financiera Efectiva incrementaremos en 20% nuestras colocaciones.

ELECTRODOMÉSTICOS

En Navidad prevé vender S/ 150 mlls.

El Grupo EFE tiene como objetivo en esta campaña navideña (diciembre) llegar a comercializar alrededor de S/150 millones con sus tiendas de electrodomésticos, un 18% más con respecto al mismo periodo del año pasado.

Y con Financiera Efectiva colocar S/150 millones en préstamos. “Estamos apostando que esta campaña sea la mejor de nuestra historia”, destacó su CEO, José Antonio Iturriaga.

Señaló que confían en lograr su objetivo teniendo en cuenta que tienen todas sus tiendas remodeladas; ya tienen todo el stock respectivo para la venta, así como la oferta de crédito disponible, anotó.

Con respecto al comportamiento del mercado de electrodomésticos a nivel nacional este año versus el 2018, proyectó que caería 4%, debido principalmente al impacto del Mundial de Fútbol. “El ticket de compra este año en el mercado se viene manteniendo estable respecto al 2018; en nuestras tiendas (Efe, La Curacao) oscila entre los S/1,500 y S/1,800”, dijo.