

# GRUPO NEWSAN Y DURACELL, UNA ALIANZA QUE PROMUEVE EL POTENCIAMIENTO

La compañía argentina tendrá a su cargo la comercialización y distribución exclusiva de la marca a nivel nacional. “Creemos que Newsan tiene un portfolio muy valioso en la categoría de hogar y pensamos ir al negocio tradicional con un portfolio igual de importante”, destacó Jorge Arpi, su director Comercial.



Luis Galli y Andrés Gaviria

Grupo Newsan arranca el segundo semestre del año con una gran novedad: a partir de ahora, incorpora a Duracell a su portfolio de marcas. Con esta nueva sumatoria, se esperan negocios por más de \$450 millones. Esta alianza estratégica incluye la comercialización y distribución de la marca en todo el territorio argentino y, por medio de este acuerdo, el holding empresarial proyecta la consolidación de su cuota de mercado por encima del 50%.

“Desde hace 25 años, Grupo Newsan busca diversificar sus negocios y generar alianzas que acompañen al crecimiento y desarrollo del país. La incorporación de Duracell es

fiel reflejo de nuestra capacidad emprendedora y posibilidad de reconversión. Confiamos que el trabajo junto a Duracell permita fortalecer nuestro negocio y liderazgo en el país”, afirmó Luis Galli, presidente & CEO del Grupo Newsan.

Por su parte, Andrés Gaviria, vicepresidente y Gerente General de Duracell para distribuidores de Latinoamérica, expresó

**LA BÚSQUEDA EXHAUSTIVA DE UN DISTRIBUIDOR ARGENTINO POR PARTE DE DURACELL CULMINÓ EN LA CONSOLIDACIÓN DE GRUPO NEWSAN COMO REPRESENTANTE COMERCIAL.**

que la marca “reitera su compromiso de inversión en el país y de consolidarse como líder indiscutible en ventas en Argentina”. Además, agregó que “Grupo Newsan es el partner estratégico que aporta la adecuada experiencia y escala para la distribución y comercialización de nuestros productos”. “Con esta alianza, continuaremos ofreciendo el mejor servicio a nuestros clientes y perpetuaremos nuestra larga historia ofreciendo productos de calidad y desempeño superiores a nuestros consumidores y a futuras generaciones”, afirmó.

## GRUPO NEWSAN Y EL RETAIL ARGENTINO

El holding de negocios altamente consolidado en el canal hogar local con todas las marcas pertenecientes a sus diversas unidades de negocios, con esta nueva unión busca ampliar el portfolio hacia el llamado “canal tradicional”. “Somos una compañía con fuerte presencia en el canal hogar, con un subcanal con distribución a través de supermercados y mayoristas. Nuestro negocio está muy bien encaminado pero queríamos ampliar nuestro espectro a lugares en donde nuestra participación aún no está tan arraigada”, comentó Arpi. “Comenzamos a estudiar otros posibles negocios en donde podíamos tener una oportunidad de expansión, y vimos que en el ‘canal tradicional’ no estábamos tan



presentes". En este sentido, kioscos, farmacias, ferreterías, perfumerías y pequeños negocios ahora contarán con la presencia de Grupo Newsan a través de Duracell.

Cabe destacar que la marca de pilas tiene más de la mitad del mercado de alcalinas en el país, por lo que la rentabilidad del nuevo negocio cuenta con buenos augurios. Uno de dichos aires de éxito viene de la mano de la difusión de accesorios. "Aún no tenemos definida la marca bajo la cual saldrán los nuevos productos ni la extensión que le vamos a dar, pero es una de las actividades que tenemos en agenda para

este año", remarcó el director Comercial de Grupo Newsan. "El negocio de los accesorios es desafiante en cuanto a la ejecución y preferimos tomarnos un tiempo más para analizar a fondo las estrategias y estar seguros de no cometer errores", agregó el ejecutivo. "Hay que mirarlo con respeto, por eso queremos hacer todo de manera correcta", analizó.

En tanto, el canal retail es un lugar en donde Grupo Newsan se siente cómodo. Sabidos son los cambios que se vienen dando en el espacio, dado por inclemencias económicas, cambios políticos y la merma en el consumo a nivel general. Al respecto, Arpí tiene su posición: "Hay mucha gente que está mareada. Nosotros somos una compañía acostumbrada a los cambios ya que estamos mutando todo el tiempo y buscando nuevos nichos de negocios para generar rentabilidad".

### ESTA NUEVA ALIANZA ESPERA UN ESTIMADO DE NEGOCIOS POR MÁS DE \$450 MILLONES.

Si bien 2016 se está presentando y seguirá siendo un año en donde los cambios apa-

recen en primer plano y permanecer en equilibrio será un desafío - y más aún generar crecimiento - la empresa no escatima en sus argumentos. "Este año es cambiante, pero también lo fue el pasado, y el anterior. Algunos de los cambios serán industriales, otros de marco regulatorio, otros de gobierno, pero desde Grupo Newsan estamos preparados para enfrentar todo esto", comentó Arpí.

"A nosotros no nos paraliza esa situación y es una de las cosas que realmente hacemos bien", enfatizó el ejecutivo, agregando que, a su vez, los cambios los incentiva a crecer y a realizar más negocios para potenciar la llegada de la marca y sus unidades de negocios.

**COMO HOLDING EMPRESARIAL, GRUPO NEWSAN DESARROLLA SUS OPERACIONES A TRAVÉS DE CINCO UNIDADES DE NEGOCIO: ELECTRÓNICA DE CONSUMO Y ARTÍCULOS PARA EL HOGAR, ALIANZAS ESTRATÉGICAS, PEQUEÑOS ELECTRODOMÉSTICOS, LÍNEA BLANCA Y NEWSAN FOOD. BUSCA CONSTANTEMENTE NUEVOS HORIZONTES Y ACOMPAÑA EL DESARROLLO DE GRANDES MARCAS, COMO NOBLEX, ATMA, SIAM, PHILCO, SANYO, JVC, PIONEER, BRAUN, MICROLAB, COMPAQ, FAGOR Y AHORA, DURACELL.**



Alianza Grupo Newsan y Duracell