



Gonzalo Echeverría

Country Manager Spain & Portugal de Belkin Spain

“En este momento estamos lanzando una nueva familia de productos para ahorro energético que son solo el inicio de una gama que queremos implantar en la mayoría de los hogares del mundo”

Belkin International, Inc. compañía multinacional fundada en California en 1983, es el líder global en soluciones de conectividad. Desde sus comienzos la compañía ha experimentado un crecimiento extraordinario y ampliado su cartera de productos, todo ellos innovadores. Belkin cuenta en EE.UU. con su sede central en Los Ángeles, un centro de distribución en Indianápolis, un grupo de diseño industrial en Hollywood e instalaciones I+D+i en Rochester, Nueva York. Y en el resto del mundo, la multinacional se encuentran presente en el Reino Unido y los Países Bajos, disponiendo a su vez de oficinas repartidas por Europa, Latinoamérica, Asia y el Pacífico, con oficinas en Australia, Nueva Zelanda, Corea y una recientemente inaugurada en Hong Kong. En sus dos décadas de historia, Belkin se ha convertido en una de las empresas con mayor proyección mundial, con más de 1000 empleados y unas ventas que alcanzan los 1000 millones de dólares. Desde Protiendas hemos querido entrevistar a su Country Manager para España y Portugal, Gonzalo Echeverría, que nos ha dado a conocer un poco más las inquietudes de su empresa.

Desde que se fundara en 1983, hasta su desarrollo actual, ¿podría resumirnos los principales logros de su empresa y las magnitudes tiene?

Belkin nació como una empresa de cableado llevando a las tiendas el producto de una forma sencilla de comprar para el usuario. Hoy es una marca reconocida a nivel mundial con más de 1,5B USD de facturación y con más de 20.000 referencias en catálogo repartidas en 12 familias de producto.

¿Desde cuándo está presente en España la multinacional americana BELKIN?, ¿Qué objetivos tiene en nuestro país a corto y medio plazo?

Belkin lleva en España casi 10 años trabajando en varios canales y con numerosos clientes pero el objetivo es crecer en el corto plazo en en canal de acc de telefonía con toda la gama de SmartPhones. Nuestra fuerte presencia en el canal IT nos permite desarrollar toda nuestra gama de accesorios para los Tablets del mercado.

“El canal electro es una apuesta para Belkin ya que necesita márgenes altos y ofertas agresivas para ser competitivos”



Tenemos un equipo comercial de 8 personas, mas reponedores externos, y trabajamos con tres mayoristas nacionales para llegar a más de 22 cadenas nacionales.

¿Qué comportamiento están teniendo los productos BELKIN en la distribución de electrodomésticos de nuestro país?

El canal electro es una apuesta para Belkin ya que necesita márgenes altos y ofertas agresivas para ser competitivos.

¿Qué distinguen los productos BELKIN de los de su competencia?

La forma de trabajar con el canal no es tanto vender productos, como estrategias de venta para alcanzar los objetivos conjuntos, que no son otros que incrementar precio medio de venta y beneficio.

¿Qué le diría a los profesionales de las tiendas de electrodomésticos que aún no distribuyen su marca?



Que deben apostar por ofrecer a sus clientes productos de calidad sin temor a incrementar algo el precio de venta. Belkin puede ofrecerle una gestión integral de categoría para aumentar el precio medio y la rentabilidad para un producto que no suele ser tratado correctamente en el punto de venta debido a su complicada gestión.

¿Considera que están lo suficientemente formados los profesionales de las tiendas?

Es difícil para un vendedor que debe cubrir varias categorías saberlo todo pero hemos tratado de dar formaciones allí donde lo han necesitado. De todas formas la formación a vendedores sigue siendo prioritario para Belkin.

En cuanto a la Asistencia Técnica, ¿qué garantías ofrecen a los usuarios de BELKIN?

En la mayoría de los productos ofrecemos garantía de por vida y disponemos de call center en español. Sabemos que en

productos de precio bajo debemos responder con un cambio directo en punto de venta de modo que tenemos el canal preparado para abono por mal estado.

I+d+i ¿Qué tiene que contarnos sobre esto?

En este momento Belkin tiene claro que es la apuesta de futuro para poder diferenciarse del resto. Cada vez hay más competidores que son capaces de traer un producto aceptable en tiempo record por lo que la diferenciación viene dada por el grado de innovación de nuestros productos.

En este momento estamos lanzando una nueva familia de productos para ahorro energético que son solo el inicio de una gama que queremos implantar en la mayoría de los hogares del mundo.

Además, tenemos multitud de premios al diseño e innovación de nuestros productos siempre diseñados para cada tipo de usuario y el uso que hace de ellos.

