

ESTRATEGIA

Gloria busca captar con Pro más del 40% de público que practica deporte

Empresa espera triplicar ventas de nuevos productos (Pro, Shake y Yofresh) con patrocinio de Panamericanos, que será por US\$ 2 millones. Esto apoyará crecimiento de la marca.

VANESSA OCHOA FATTORINI
vanessa.ochoa@diariogestion.com.pe

La cuenta regresiva para el inicio de los Juegos Panamericanos Lima 2019 ya arrancó y un nuevo patrocinador se suma a la categoría Oro. Se trata de Gloria, que será la marca oficial de leche, y cuyo valor de ingreso ha sido de US\$ 2 millones.

Es así que todos los productos lácteos de la empresa tendrán participación, pero se resaltarán la presencia de

EN CORTO

Cambios. Como parte de la estrategia para asociar a las marcas del portafolio de Gloria a los Juegos Panamericanos, van a incluir en las etiquetas de las leches evaporadas azul y roja el logo de Lima 2019, además de información relacionada al deporte. A la par, desarrollarán campañas en redes sociales.

sus recientes lanzamientos (Gestión 04.03.2019), en particular de Pro, su batido enfocado para el público deportista.

Sin duda, el beneficio se verá plasmado en los núme-



MANUEL MELGAR

Expectativa. Empresa crecería en un dígito este año, dijo Namisato.

ros a fines de año. “Estos nuevos productos van a poder triplicar sus ventas a raíz de su participación en los Panamericanos, y a su vez generar un crecimiento para Gloria”, comentó Jorge Namisato, ge-

rente comercial de la empresa. Así, este año se proyecta tener un resultado a doble dígito con Pro, Shake y Yofresh que a su vez hará que Gloria crezca un dígito, y por encima de la economía del país.

PRECISIONES

- **Marcas.** A la fecha, de los patrocinadores que se esperan para los Panamericanos, un 40% de marcas ya se han sumado.
- **Cierre.** Se espera que en las próximas semanas se pueda anunciar a una marca internacional y a otros nuevos patrocinadores.

En el caso de Pro, lo que se quiere, indicó Namisato, es que deje de ser un producto de nicho y captar a más del 40% de peruanos que practican deporte. Asimismo, en el caso de Yofresh, bebida lác-

tea pasteurizada, se busca captar a todos los públicos. Consultados sobre la posibilidad que Yofresh se canibalice con las otras marcas del portafolio, indicó que han identificado diferentes públicos por cubrir por lo que lo descartan.

“Vamos a poder abarcar diferentes mercados. Ahora ya está en el canal tradicional pero este fin de semana debe llegar al canal moderno”, dijo.

Cabe destacar que el interés de Gloria por el deporte viene desde el año pasado cuando firmó como sponsor de la Federación Peruana de Fútbol (FPF).

Fernando Devoto, Director Legal Corporativo de Gloria dijo que al inicio decidieron apoyar la clasificación de la selección, pero “las circunstancias han cambiado” y se reunieron con los directivos de la FPF para dejar sin efecto el contrato y concentrarse en este nuevo patrocinio.

UNIDADES MODELO 2019

BONO EN PARTE DE PAGO DE HASTA
\$4,000 / s/13,400⁽²⁾

MALETERA AUTOMÁTICA

RADIO TOUCHSCREEN DE 7"

7 AIRBAGS

MODOS DE MANEJO ECO Y SPORT

MULTI TERRAIN SELECT

CRAWL CONTROL

LAND CRUISER PRADO

4RUNNER

FORTUNER

Sobre una 4x4 la ciudad cambia.
La vida no se ve igual en una camioneta Toyota. Descúbralo en www.toyotaperu.com.pe o en nuestra red de concesionarios.

GARANTÍA 5 AÑOS 150,000 km*
*Lo que ocurra primero

Vigencia del 01 al 31 de Marzo del 2019 o hasta agotar stock mínimo (9 unidades). No válido para flotas ni arrendos. Promoción válida a nivel nacional en los concesionarios autorizados por TOYOTA. Fotos referenciales. Más información sobre términos y condiciones en www.toyotaperu.com.pe. (2) Descuentos varían según modelo y versión. Modelo Land Cruiser Prado año de fabricación 2019 (versión 1103) y modelo 4 Runner año de fabricación 2019 (versión 975) con un descuento total de hasta \$ 4,000 o \$/ 13,400 por vehículo facturado al acogerse al programa EN PARTE DE PAGO. Los bonos de descuento aplican directamente al precio cotizado por el concesionario, según modelo de vehículo mostrado. Sólo para vehículos que sean facturados durante el periodo de vigencia de la promoción. Los descuentos no son retroactivos ni aplican con otras promociones. T/C referencial S/3.33. El concesionario tiene la libertad de determinar los requisitos y/o restricciones para la aceptación de cada vehículo. La valorización del vehículo está sujeta a tasación del concesionario.