ELEKTRA:
el aliado de las familias hondureñas

CON 25 AÑOS DE SERVIR EN EL MERCADO DE HONDURAS, ENFOCA LA MIRADA EN ELCOMERCIO ELECTRÓNICO, LA EXPANSIÓN DE SUS PUNTOS DE VENTA Y UNA NUEVA CADENA DE SUMINISTRO.

elektra

TRAYECTORIA COMERCIAL

País de origen y año de creación :
México, 1906

Mercados:
México, Estados Unicos, Honduras y Guatemala.

Productos:
Productos de electrónica, línea blanca, electrodomésticos, muebles, motocicletas, teléfonos celulares, computadoras, transferencias de dinero y garantías extendidas, entre otros..

Uryela Cuadra, Gerente de Mercadeo Nacional de Elektra

Han pasado dos décadas y media desde que Elektra llegó a Honduras y no en vano es una de las marcas que se mantiene presente en la mente de los consumidores, pues siempre ha entendido las necesidades de miles de familias que buscan artículos de alta calidad en condiciones asequibles para mejorar su calidad de vida.

La corporación está a la vanguardia, siendo un comercio especializado que dirige su atención a la base de la pirámide socioeconómica hondureña, la cual está conformada por el 80 % de la población.

No sólo brinda productos de primer nivel como motocicletas, electrodomésticos, línea blanca, muebles y tecnología, sino que se ha consolidado como una marca fuerte, brindando oferta de valor, a través del acceso al crédito con cuotas que se adaptan a la capacidad de pago de sus clientes.

De acuerdo con Gloria Pineda, Director de Marketing y Comunicaciones de Grupo Salinas Honduras -consorcio empresarial que incluye a Elektra-, hoy cada una de las tiendas cuenta con una sucursal de Banco Azteca que atiende las ventas a crédito y brinda diversos servicios financieros.

"Además tenemos una marca propia de motocicletas, Italika desde el año 2006, que tiene una enorme aceptación en el mercado, por contar con modelos funcionales, modernos, eficientes y a precios asequibles, de hecho, es la segunda marca más vendida del país", contó Pineda.

Asimismo, es el primer grupo empresarial que ha establecido el formato "siempre abiertos, todos los días", con horarios extendidos y ha logrado desarrollar una estratégica expansión en todo Honduras, con presencia en 17 de los 18 departamentos del país.

Su liderazgo en el mercado se mantuvo, incluso en tiempos de pandemia, cuando Elektra destacó por su

Gloria Pineda, Director de Marketing y Comunicaciones de Grupo Salinas Honduras.

compromiso con la seguridad de los colaboradores y clientes, estableciendo todas las normas de bioseguridad, distanciamiento, manteniendo la oferta de productos y servicios de calidad, "Alineados con nuestro firme propósito de promover la prosperidad incluyente a través de la sólida creación de valor económico, social y ambiental, seguimos contribuyendo al bienestar y progreso de las familias hondureñas y proyectamos para este 2022 sentar las bases para una estrategia multicanal, a través de nuestra plataforma de *e-commerce* (www.elektra.com.hn) y una fuerte estrategia en canales digitales", añadió Uryela Cuadra, Gerente de Mercadeo Nacional de Elektra.

Su apuesta es clara, para este año y los venideros, apuntalar hacia la innovación tecnológica y digital para mejorar y garantizar el acceso de los clientes a productos, servicios y a toda su cadena de valor.

Estarán enfocados en fortalecer la oferta comercial con nuevos productos y marcas, expandirse con más puntos de servicio, incluyendo 10 nuevas y modernas tiendas, así como implementar un nuevo modelo de cadena de suministro para mejorar el abastecimiento, desarrollar el comercio electrónico y la venta institucional.