



Mercado

Dentro de los últimos años, la conciencia frente a problemas de salud relacionados al sedentarismo ha estimulado una práctica deportiva cada vez mayor entre los ecuatorianos. Las actividades deportivas fomentan no sólo la buena salud, sino también los lazos de amistad. Con esto en mente, Kao Sport Center busca ofrecer al público ecuatoriano productos deportivos de alta calidad y asequibles para las disciplinas deportivas más practicadas. Kao Sport Center ha alcanzado el reto de posicionarse como una empresa confiable de almacenes multideportivos. El afán es servir tanto a deportistas profesionales como a personas aficionadas al deporte, y así contribuir a un estilo de vida más saludable.

Logros

El mayor logro de Kao Sport Center es haber ganado la confianza de sus clientes, quienes han permitido el continuo crecimiento y mejoramiento de la empresa. La consolidación de Kao como un establecimiento de alta confiabilidad y prestigio se basa en una trayectoria de 28 años de constante desarrollo, de estar entonado con las necesidades y tendencias del mercado, de seriedad y profesionalismo tanto con clientes como con proveedores.

Uno de los primeros grandes logros de la empresa fue ser pionera en fortalecer y popu-

larizar la marca de bicicletas Primaxi, aportando, además, al crecimiento del ciclismo a través de competencias y eventos. Primaxi se convirtió, gracias a su gran calidad de producto, diseño e innovación, en una pauta de calidad. Su introducción en el medio por Kao Sport Center alcanzó una gran aceptación en un tiempo récord, de modo que rápidamente logró el liderazgo del mercado en este ámbito, siendo hasta hoy en día un ícono de la empresa.

Hace 10 años, varias marcas, que ahora gozan de un reconocimiento importante en el mercado como Lotto, Victorinox y Mikasa, no eran reconocidas y mucho menos populares. El trabajo de posicionar estas y algunas marcas desde casi cero es un logro y orgullo de la empresa. La construcción de reconocimiento y credibilidad de una marca en el mercado es una tarea que requiere de gran esfuerzo e inversión. El producto debe ser el correcto para el mercado, los precios asequibles, la publicidad efectivamente comunicada, la imagen estratégicamente manejada; y todos estos factores deben ser trabajados con paciencia, persistencia y visión. Kao Sport Center ha sido pilar de construcción para varias marcas internacionales por más de 12 años, adquiriendo en

el proceso un *know how* invaluable y amplia experiencia en el manejo de marcas.

El más reciente logro constituye el primer *flagship store* de Kao Sport Center en Quito, un mega-almacén independiente con un concepto moderno y vanguardista. El almacén, inaugurado en febrero de 2007, se encuentra en una ubicación estratégica de la ciudad, cuenta con más de 1.300 m² de superficie y alberga a más de 9.000 productos. Este nuevo local deportivo es considerado el de mayor tamaño en el mercado.

Historia

En 1979, durante el *boom* petrolero, se abrió en Quito una pequeña tienda en el sector comercial de la Colón con el rótulo de Importaciones Kao. Esta modesta tienda de menos de 200m² y atendida por un puñado de personal fue la precursora de Kao Sport Center.

En un principio se comercializó toda clase de productos importados, incluyendo juguetes y artículos de uso doméstico. Alrededor de 1989, la empresa tomó la decisión estratégica de enrumbarse en el ámbito deportivo. Esta especialización fue motivada en parte por la gran acogida que tuvieron las bicicletas Primaxi, uno de los primeros éxitos de venta y posicionamiento.

En definitiva, la importancia del deporte como parte primordial del desarrollo y salud del ser humano estableció la nueva visión e imagen de la empresa; consecuentemente, se le dio un nuevo nombre, moderno, y que a la vez recuerda los inicios de la empresa: Kao Sport Center.

Hoy, Kao Sport Center se ha expandido en líneas deportivas y marcas, abarcando los deportes más practicados en el Ecuador, desde los deportes tradicionales en equipo e individuales, hasta otros deportes nuevos y no muy difundidos.

Al primer almacén de Kao Sport Center le han seguido 8 almacenes más en las ciudades de Quito, Guayaquil y Manta. El más am-

plio y reciente, que ya se ha convertido en un modelo de almacenes deportivos en el país, se ubica en pleno corazón comercial de la capital ecuatoriana. Así mismo, la familia Kao Sport Center ha llegado a ser fuente de empleo para más de 100 personas, entre personal administrativo y asesores en puntos de venta.

Producto

Kao Sport Center tiene una de las más completas ofertas en implementos, calzado, ropa y artículos deportivos. Los almacenes de la empresa abarcan una gran variedad de productos en su oferta para los deportes más practicados por los ecuatorianos como fútbol, baloncesto, voleibol, béisbol, *hockey*, tenis, *squash*, ping pong, bádminton, *camping*, natación, pesas, *fitness*, aeróbicos, patín y patineta. La amplia gama de productos deportivos apunta a satisfacer a clientes de un grupo objetivo entre hombres y mujeres de varias edades: adolescentes, jóvenes adultos y adultos. Algunas líneas y marcas deportivas son distribuidas exclusivamente por la empresa, de las cuales se puede resaltar Lotto, Spalding, Victorinox y otras marcas de prestigio y alto posicionamiento en el mercado ecuatoriano como Aurik, Mikasa, JK Exer, Stiga Body Sculpture y muchas más.

La empresa se mantiene muy pendiente de las tendencias de mercado y la necesidad de sus clientes; por eso, los almacenes han evolucionado para ofertar productos aptos para consumidores de todo nivel de juego, desde el deportista casual y de fin de semana hasta el deportista profesional. El riguroso estándar de calidad aplicado a los productos hace la diferencia en un mercado altamente competitivo en precios. Este importante concepto, que mantiene el prestigio y la credibilidad de la empresa, es uno de los pilares que ha mantenido a Kao Sport Center como líder en el mercado.

Desarrollos recientes

En los últimos años, la empresa ha demostrado un crecimiento firme, con la apertura de almacenes nuevos en la ciudad de Manta y Guayaquil, éste último con 800 m², que lo hace uno de los más extensos y completos almacenes deportivos en esa ciudad.

A inicios de 2006, la gerencia exploró y analizó la idea de un *flagship store*, un almacén

'concepto' de Kao Sport Center. Este gran almacén se planteó con un enfoque de facilidad y comodidad de compra para el cliente, que permita exponer toda la variedad de productos y cuyo



diseño sea moderno, amplio y atractivo. Se puso en marcha el proyecto a mediados de 2006 y, a inicios de 2007, el sueño era una realidad. En febrero se concretó el proyecto y se inauguró el almacén deportivo más grande del país, con 1.300 m², ubicado en el corazón comercial de Quito, frente al parque más popular de la ciudad y en una de las intersecciones más concurridas. El nuevo mega-almacén ha tenido una gran aceptación y reconocimiento como un centro atractivo y cómodo para comprar.



premiar mejor la fidelidad de los clientes.

Promoción

La promoción de la marca se inicia con su eslogan: «El deportista que hay en ti». La ideología detrás de esta expresión se basa en que toda persona, cualquiera sea su edad, trabajo o estilo de vida, en algún momento hizo ejercicio y fue practicante del deporte. Por ende, cada uno de nosotros es un deportista y lo importante es desarrollar esa faceta para una vida más sana.

Kao Sport Center cree en el deportista que hay en cada persona, y cree que el deporte no es solo para el atleta profesional; el deporte es para todos. La promoción de la empresa se extiende desde campañas publicitarias en varios medios de comunicación hasta apoyo y auspicios a eventos, instituciones deportivas y deportistas individuales que transmitan esta filosofía de vida sana. El concepto detrás de la promoción es comunicar al consumidor un mensaje positivo y de accesibilidad al deporte.

La veracidad en la publicidad y comunicación es otro pilar esencial de la promoción de la empresa, ya que, de esta manera, la información sobre los productos o promociones llega al consumidor de forma clara y precisa, porque la empresa entiende la importancia de informar y asesorar al cliente, ganando paso a paso su confianza.

Valores de marca

Kao Sport Center es una marca comprometida con mantener un alto estándar de calidad en sus líneas deportivas, y una relación justa y razonable entre producto y precio. Estos valores han permitido introducir, crecer y mantener numerosas marcas a través de los años y el compromiso continúa: ser una de las empresas de mayor confiabilidad en el mercado ecuatoriano.

Cuando un cliente entra a Kao Sport Center, sabe que se va a llevar un producto de calidad, y si ocurren fallas de fabricación, el compromiso es encontrar soluciones para el cliente. Esta filosofía de servicio se practica a todos los niveles en la empresa, ya que la satisfacción del cliente es la mejor forma de asegurar su retorno y su confianza a largo plazo.

Cosas que usted no sabía sobre Kao Sport Center

- Los productos que ofrece Kao Sport Center son tan cuantiosos que ascienden a más de 18.000 diferentes en el listado de la empresa.
- Casi todos los productos son importados y traídos desde países tan lejanos y diferentes como Tailandia, Italia y Suiza.
- La empresa fue reconocida en el 2004 por la Cámara de Comercio de Quito por sus 25 años de éxitos.
- En el 2006, Kao Sport Center fue nombrada como empresa amiga de Aldeas Infantiles S.O.S del Ecuador, entidad con misión social que ha involucrado a la empresa en varios proyectos de desarrollo para la niñez.
- El nombre Kao es un apellido de origen chino que tiene relación con los fundadores de la empresa y significa «alto».
- Uno de los mayores valores de la empresa es el personal, y es un agrado poder contar con personas que han colaborado por más de 10 años a la empresa. El personal más antiguo va a cumplir sus 16 años en Kao Sport Center.

