

NEWSLETTER NO. 30
AGOSTO, 2026

**EL
NEGOCIO
YA NO ES
VENDER.**

IOCA GROUP

LA VENTAJA COMPETITIVA QUE LA MAYORÍA DE LAS EMPRESAS SIGUE IGNORANDO

Con frecuencia creemos que el crecimiento depende de encontrar más clientes, cuando en realidad las mayores oportunidades suelen estar frente a nosotros. Están en un equipo mejor alineado, en incentivos que transforman comportamientos y en entrenamientos que generan cambios permanentes, no resultados pasajeros.

Esta edición nace de esa convicción. Si logramos que cinco generaciones persigan un mismo objetivo, que cada incentivo impulse la conducta correcta y que el aprendizaje se traduzca en ejecución, vender más deja de ser el objetivo para convertirse en la consecuencia.

Espero que estas ideas le permitan descubrir nuevas oportunidades para multiplicar el valor de su negocio.

Ana Mari

VER MÁS

La ventaja competitiva está dentro de su empresa

talento interno

propósito común

Un equipo alineado alcanza más lejos.

Desarrollar el talento interno es nuestra mayor ventaja.



- Un objetivo claro.
- Roles y prioridades alineadas.
- Confianza y colaboración.



- Reconocimiento.
- Metas retadoras y alcanzables.
- Meritocracia y feedback.



- Aprender siempre.
- Desarrollar habilidades clave.
- Conocimiento en acción.



EJECUCIÓN EXCEPCIONAL



MEJORES RESULTADOS COMERCIALES



CRECIMIENTO SOSTENIBLE



Estrategia convertida en hábitos.

Personas que crecen. Resultados que perduran.

CINCO GENERACIONES, UNA SOLA MISIÓN: VENDER MEJOR

Hoy conviven hasta cinco generaciones en el retail, pero muchas empresas siguen motivándolas de la misma forma. Ese es uno de los errores más costosos. Mientras los **Baby Boomers** valoran el reconocimiento, la **Generación X** busca autonomía, los **Millennials** priorizan el aprendizaje y el propósito, y la **Generación Z** espera feedback constante y crecimiento acelerado.

Entender qué impulsa a cada colaborador mejora el compromiso, fortalece la experiencia del cliente y aumenta las ventas. El futuro del retail se lidera entendiendo a las personas antes que a los productos.

VER MÁS

CHATEA CON NOSOTROS



CINCO GENERACIONES, UNA SOLA MISIÓN: VENDER MEJOR.

Entender qué motiva a cada generación
crea mejores equipos, mejores experiencias
y mejores resultados.

BABY BOOMERS



RECONOCIMIENTO
ESTABILIDAD

GENERACIÓN X



AUTONOMÍA
FLEXIBILIDAD

MILLENNIALS



PROPÓSITO
APRENDIZAJE

GENERACIÓN Z



FEEDBACK
CRECIMIENTO

OBJETIVO COMÚN



CLIENTES
SATISFECHOS
+
MÁS VENTAS



COLABORADOR
MOTIVADO



MEJORES
CONVERSACIONES



EXPERIENCIAS
MEMORABLES



MÁS
VENTAS

“ LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE
COMIENZA CON LA EXPERIENCIA
DEL COLABORADOR. ”

¿SU EQUIPO VENDE... O SOLO DESPACHA PRODUCTOS?

En 2026, los mejores equipos de ventas B2C ya no son premiados únicamente por vender más, sino por generar mayor valor en cada compra. Los planes de incentivos más efectivos recompensan el ticket promedio, el cross-selling, la venta de soluciones completas, la satisfacción del cliente y el sell-through. Un vendedor que recomienda accesorios, protección y servicios junto al producto principal incrementa la rentabilidad de la tienda y mejora la experiencia del consumidor. Los incentivos correctos no cambian solo las ventas; transforman la forma de vender.

VER MÁS

CHATEA CON NOSOTROS

NO SE TRATA DE VENDER MÁS.

SE TRATA DE **CREAR MÁS VALOR.**

ANTES

VENDEDOR



PRODUCTO



COMISIÓN

AHORA

ASESOR



SOLUCIÓN



CLIENTE SATISFECHO



MAYOR VALOR

**LOS INCENTIVOS
PREMIAN**



TICKET
PROMEDIO



CROSS-SELLING



SOLUCIONES
COMPLETAS



SELL-THROUGH



MAYOR
TICKET



MÁS
CROSS-SELLING



CLIENTES
SATISFECHOS



MAYOR
RENTABILIDAD



EQUIPOS
MOTIVADOS

LOS INCENTIVOS CAMBIAN LA FORMA DE **VENDER.**

EL VERDADERO ROI DEL ENTRENAMIENTO COMERCIAL NO ESTÁ EN VENDER MÁS. ESTÁ EN ENSEÑAR A VENDER MEJOR.

**El cliente no compra todo lo que necesita.
Compra lo que el vendedor le ayuda a descubrir.**

El retail ya no necesita vendedores que memoricen productos; necesita consultores capaces de crear soluciones. Un equipo entrenado en Good-Better-Best (GBB), cross-selling, bundles, up-selling y attachment rate transforma una compra en una experiencia completa. Cada recomendación inteligente aumenta el ticket promedio, la satisfacción del cliente y la rentabilidad. Hoy, la mayor ventaja competitiva no está en el portafolio. Está en la capacidad del vendedor para descubrir necesidades que el cliente aún no sabe que tiene.

VER MÁS

CHATEA CON NOSOTROS



EL CLIENTE NO COMPRA PRODUCTOS. COMPRA SOLUCIONES

QUE LE HACEN LA VIDA MEJOR.

ANTES

VENDEDOR DE PRODUCTOS



×

VENDE UN PRODUCTO

AHORA

ASESOR DE SOLUCIONES

¿PARA QUÉ LO VAS A USAR?

- ✓ ENTIENDE LA OCASIÓN
- ✓ DESCUBRE NECESIDADES
- ✓ RECOMIENDA SOLUCIONES
- ✓ GENERA CONFIANZA



✓

VENDE VALOR,
NO SOLO PRODUCTOS

⇒ MÁS QUE VENTAS, MEJORES RESULTADOS ⇒



MAYOR
TICKET
PROMEDIO



MAYOR
ATTACHMENT
RATE



MAYOR
SATISFACCIÓN
DEL CLIENTE



MAYOR
RENTABILIDAD
DE LA TIENDA



MAYOR
FIDELIZACIÓN
Y RECOMPAS

CONOCE NUESTRAS MARCAS

**(LANZAMIENTOS,
REVIEWS)**

Haz click en cada marca
para conocer más.



MYFIRST CREA UNA NUEVA CATEGORÍA: LA PRIMERA IDENTIDAD DIGITAL INFANTIL

myFirst dejó de vender solo relojes inteligentes. Su nueva estrategia posiciona myFirst Circle como la primera identidad digital segura para niños, antes de Instagram o un smartphone. Con un Child ID, las familias crean un entorno privado con contactos aprobados, sin algoritmos ni extraños. Para IOCA y las telcos, esto representa una oportunidad para captar a las familias desde el inicio de su vida digital, impulsar activaciones eSIM, aumentar el cross-selling del ecosistema y diferenciarse más allá del precio.

VER MÁS

CHATEA CON NOSOTROS



myFirst Circle App



LA PREVENTA DEL PRÓXIMO IPHONE YA COMENZÓ... AUNQUE APPLE AÚN NO LO HAYA PRESENTADO

Los retailers más rentables saben que la verdadera preventa no empieza con el anuncio de Apple, sino meses antes, cuando definen su estrategia de inventario y el ecosistema de accesorios que acompañará cada dispositivo. **El iPhone genera tráfico, pero son la protección, la energía, la conectividad y la productividad las que impulsan la rentabilidad.**

Prepararse hoy significa convertir cada venta en una oportunidad para aumentar el ticket promedio y el margen del negocio.

VER MÁS

CHATEA CON NOSOTROS

Panzer Glass™

60% RECYCLED GLASS

100% STRENGTH

THE BEST JUST GOT BETTER



SAFE.
PanzerGlass

KEEP YOUR PHONE SAFE.



DARE TO CARE



empower
by PanzerGlass®



JLAB DEJÓ DE VENDER AUDÍFONOS. AHORA DISEÑA MOMENTOS DE VIDA.

JLab entendió que **las personas** no buscan tecnología por sí sola: quieren estudiar mejor, trabajar sin interrupciones, entrenar con más energía o disfrutar un viaje. **Por eso organiza su portafolio en experiencias como Work, Gaming, Fitness, Kids y Everyday.**

Para el retail, la lección es clara: las categorías deben responder a ocasiones de uso, no solo a especificaciones. Cuando el cliente reconoce una necesidad, deja de comparar funciones y empieza a valorar la solución.

Las marcas más valiosas no venden productos: mejoran momentos de la vida.

VER MÁS

CHATEA CON NOSOTROS



SKULLCANDY DEJÓ DE VENDER AUDÍFONOS. AHORA VENDE PERTENENCIA.

Mientras otras marcas compiten con batería, cancelación de ruido o precio, **Skullcandy construye algo más difícil de copiar: una comunidad. Tony Hawk, surfistas, skaters y artistas representan la autenticidad, libertad y pasión de la marca.**

Hoy las personas no compran solo productos: eligen marcas que expresan quiénes son. Cuando una marca se vuelve parte de su identidad, deja de competir solo por precio.

La lección para el retail: una promoción se olvida; una marca con la que el consumidor se identifica, no.

VER MÁS

CHATEA CON NOSOTROS

GOOD
Smokin' Buds

BETTER
Dime

PERFORMANCE
Push

PREMIUM
Method

IMMERSIVE
Crusher

LUXURY
Aviator



SKULLCANDY 2026: LA ESTRATEGIA DE RETAIL PARA CAPTURAR EL CONSUMIDOR PREMIUM SIN PERDER VOLUMEN:

El sector retail de audio se enfrenta a una encrucijada: estancarse en una guerra de precios o evolucionar hacia la rentabilidad. **Bajo la visión "Skullcandy 2026", la marca ejecuta su transformación más ambiciosa: democratizar la tecnología de audio premium.** Al estructurar su portafolio en una clara escalera de valor — desde la línea de entrada hasta el segmento de lujo—, **Skullcandy ofrece a los distribuidores la herramienta definitiva para incrementar el ticket promedio.** Descubre cómo esta estrategia transforma volumen en un crecimiento sostenido de márgenes.

VER MÁS

CHATEA CON NOSOTROS

SKULLCANDY EVOLUCIONA: DE MARCA DE AUDIO A ECOSISTEMA DE EXPERIENCIA:

Skullcandy protagoniza una de las transformaciones más audaces del sector tecnológico: **evolucionar de una marca de audífonos de entrada a un ecosistema de experiencias**. Al segmentar su nuevo portafolio en territorios de alto crecimiento —Bass, Premium, Sport y Gaming—, **la marca reta al retail a abandonar la tradicional exhibición por precio**. Descubre cómo la implementación estratégica del Experience Wall™ transforma el punto de venta, conectando directamente con el estilo de vida del consumidor para potenciar el sell-out e incrementar el ticket promedio.

VER MÁS

CHATEA CON NOSOTROS

SKULLCANDY CAMBIA LAS REGLAS APOSTANDO POR EL **MARKETING EXPERIENCIAL.**

Tras su exitosa activación inmersiva en Nueva York con los Crusher ANC, la marca demuestra que el futuro del retail no está en exhibir productos, sino en hacerlos sentir. Descubre cómo traducir estas estrategias globales a tu piso de ventas local para captar al consumidor premium, elevar la tasa de conversión y transformar la tradicional pared de audífonos en un motor interactivo de ventas.

VER MÁS

CHATEA CON NOSOTROS

SKULLCANDY SUBE DE NIVEL CON CRUSHER 1080 ANC

Skullcandy presenta Crusher 1080 ANC, el audífono más avanzado de su historia y un paso decisivo hacia el segmento premium. Al combinar tecnologías desarrolladas por Bose con el exclusivo Sensory Bass™, la marca redefine su propuesta de valor. Pero el verdadero cambio va más allá del producto: propone transformar el punto de venta en un espacio donde el consumidor no solo escuche la música, sino que la sienta. Una oportunidad para elevar el ticket promedio y diferenciar la experiencia en el retail.

VER MÁS

**CHATEA CON
NOSOTROS**





CRUSHER
1080 ANC

SOUND BY
BOSE

MIND-BENDING
BASS
MEETS PREMIUM
SOUND



IOCA GROUP LE INVITA A ENCONTRARNOS EN IFA BERLÍN 2026

Del 4 al 8 de septiembre, IOCA Group estará presente en IFA Berlín 2026, el mayor encuentro mundial de tecnología de consumo. Le invitamos a agendar una reunión con nuestro equipo para descubrir las tendencias que marcarán el mercado, explorar nuevas categorías y analizar oportunidades de crecimiento para su negocio.

Aproveche este espacio para fortalecer nuestra alianza estratégica y planificar juntos el próximo ciclo comercial.
¡Nos vemos en Berlín!

AGENDAR CITA



VER MÁS



sudio sudio sudio sudio sudio



4 - 8 DE SEPTIEMBRE, 2026

IFA BERLIN

SALA 4.2 / STAND 119

sudio sudio sudio sudio sudio



ENCUENTRANOS EN

IFA

BERLÍN, 4-8 SEPT 2026

SALA 10.2, STAND 113

**Conoce
A RIVACASE
en IFA 2026!**

IFA 4-8 SEP.
2026

MESSE BERLIN
SALA H3.2 | STAND 165



RIVACASE

IFA | **Panzer
Glass®**

THE BEST-EVER LINE UP

IFA 2026
04.09.26 - 09.09.26

Hall 4.2
Booth 109&123



Let's talk
cases

**my
First**

Grandes Aventuras Conexiones Seguras

Descubre el Ecosistema
de Tecnología Infantil de myFirst

Te esperamos en **IFA**

4-8 de septiembre | Sala 20, Stand 111



PRÓXIMA EDICIÓN

IOCA SELLER CHAMPION LEAGUE™ EL MVP DE LAS VENTAS EN PUNTO DE VENTA

En nuestra próxima edición **conocerás** una iniciativa diseñada para transformar **la forma de vender**: un sistema simple que impulsa comportamientos correctos, fortalece el sentido de pertenencia y convierte el desempeño de los vendedores en resultados sostenibles.

Descubre cómo IOCA Academy + Retail Passport se unen para crear una verdadera cultura de excelencia comercial, motivar a los equipos y llevar el sell-out al siguiente nivel. Prepárate para conocer la liga donde cada vendedor puede convertirse en campeón.

CHATEA CON NOSOTROS



RESPALDO Y COMPROMISO LOCA



SOLUCIONES SIN ESPERA.

01 ATENCIÓN AL CLIENTE

Respuesta rápida cuando más la necesitas.

CHATEA CON NOSOTROS

02 GARANTÍA Y RESPALDO

Resolvemos tu caso en hasta 48 horas.

VER MÁS

03 COMPROMISO SOCIAL

Pequeñas acciones.
Un impacto positivo.

VER MÁS

CONTÁCTANOS

COMERCIAL



Stefano Petricca
Director de negocios
spetricca@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Miami



Joel Calderón
Consultor de Negocios
jcalderon@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
El Salvador



Daleyvis Colina
Consultor de Negocios
dcolina@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela



Miguel Díaz
Consultor de Negocios
cs02@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela



Aquiles Rojas
Key Account Manager
dn01@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela



María Pérez
Consultor Estratega
mrperez@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Rep. Dominicana



Boris André Castillo
Consultor de Negocios Jr.
cn01@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Guatemala



Ricardo Vasquez
Consultor de Negocios Jr.
gc01@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Guatemala



Leny Zambrano
Business Support
lzambrano@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela



Julio Loaiza
Gestor de calidad
jloaiza@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Costa Rica



Yosselyn Mendoza
Sales Operations & Customer
Success Coordinator
sc01@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela

ATC



Antonella Chiera
Customer Experience
atc@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Rep. Dominicana



Zoraya Paschalides
Servicio Técnico y Garantía
warranties@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
España

LOGISTICA



Ana Luisa Alcalá
Ger. de Logística Regional
logistica@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela



Ricardo Petrillo
Coord. de Suministro y Soporte Comercial
comp01@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela

ADMIN.



Deyci Sayago
Directora Finanzas
administracion@iocagroup.com
WhatsApp Global:
+17867417191
Venezuela

IOCA

group



www.iocagroup.com