

Editado por: Lillian Mariño Espinosa lmarino@larepublica.com.co

# “El dólar nos ha hecho perder 10% de crecimiento este año”

**TECNOLOGÍA.** EL PRESIDENTE DE LG ELECTRONICS COLOMBIA AFIRMÓ QUE EVENTOS COMO BLACKFRIDAY DESPLAZARON A LA TEMPORADA COMPLETA DE VENTAS DE NAVIDAD

BOGOTÁ

La volatilidad del dólar es uno de los factores que más ha afectado a las compañías tecnológicas este año y LG no ha sido la excepción. **Fidel Shin**, presidente de *LG Electronics Colombia*, afirmó que la tasa de cambio ha hecho que las ventas disminuyan 10%, sin embargo, ven buenas proyecciones en el mercado colombiano, así lo explicó en entrevista con LR.

**¿Cómo van las ventas de LG este año?**

Este ha sido un año difícil porque al ser una compañía extranjera que importa, nos hemos visto afectados por la tasa de cambio y el valor del peso que ha caído cerca de 12%, lo que nos ha hecho perder 10% de crecimiento en comparación con 2018.

**¿Cuánto han aumentado los precios por esta volatilidad?**

La tasa de cambio ha encarecido los artículos cerca de 5%, pero el mercado no nos ha permitido aplicar el aumento, por lo que solo hemos aumentado 3,5%; aunque a veces nos ha tocado sentarnos a negociar con nuestros clientes porque no pueden asumirlo.

**¿Cuánto esperan crecer bajo estas condiciones?**

El año pasado el mercado creció por la Copa Mundial, pero como este año no tenemos ese evento, pues no podemos crecer mucho. Sin embargo, en 2020 esperamos mejoras, además porque Colombia tiene mejores condiciones que otros países de la región. Así esperamos crecer 5%.

**¿Cuál es la línea de negocio que más rentabilidad genera?**

A pesar de que el mercado muestre una baja en la comercialización de televisores, es una de las líneas que mejor desempeño tienen para LG con 49% del negocio, seguidas por las de lavado que es 18%, la línea de refrigeración con 10%, y, finalmente, la de audio que pesa 6%.

**¿Cuál será el foco del negocio para el próximo año?**

Tengo un alto interés por posicionar a LG como una marca premium en el mercado local y continuar con una transformación de imagen de marca, para presentar línea de alta gama, porque la venta de un día o dos días de productos gama media hacen volumen, pero queremos construir una imagen pre-

mium, que ayude a subir las ventas en dinero.

Además, queremos centrarnos en nuestro negocio de B2B, que es en el que manejamos el aire acondicionado y los monitores digitales, que ahora solo representa 5% en Colombia, pero queremos que tenga un crecimiento a doble dígito para cumplir con la meta global, que para 2025 debe pesar 30%.

**¿Cuánto pesa Colombia para LG frente a los países de la región?**

Colombia pesa cerca de 10% en la región, después de mercados como Brasil y México, que tienen una población muy grande. Para el próximo año esperamos que se mantenga en dos dígitos la participación de Colombia en la región, mínimo 11%, pero depende de la tasa de cambio, porque si es mala no podemos crecer en volumen y debemos optimizar la

operación, que es importante porque hay que llegar bien.

Necesitamos un balance entre volumen y rentabilidad y casa matriz nos pidió no tanto crecimiento de negocio, sino mantener el balance en el portafolio.

**¿Qué lanzamientos habrá en 2020 en Colombia?**

Aún no hay claridad de los lanzamientos, todo se registrará por lo que se muestre en el CES, pero para el primer trimestre de 2020 habrá nueva tecnología y todos nuestros lanzamientos estarán centrados en Internet de las Cosas e Inteligencia Artificial.

**¿Cómo está el mercado colombiano de LG en cuanto a gadgets tecnológicos?**

Colombia es un mercado sensible al precio, por eso no manejamos muchos gadgets acá. Tenemos unidades como los LG Tone, que pueden costar \$700.000, pero nuestro mercado se restringe por el costo. Por eso no traemos estos dispositivos, pero vemos que igual la gente los compra por internet.

Pierre Ancines / LR

Fidel Shin, presidente de LG Electronics para Colombia.

**LAURA NEIRA MARCIALES**  
@Neira\_Laura



**Catherin Ospina**  
Gte Marketing TVs LG Electronics Colombia

“La compañía le apuesta a desarrollar tecnología de punta y eso se verá en los lanzamientos del próximo año, que estarán enfocados en conectividad de IA e IoT”.

**\$39.000**

**MILLONES FUE LA INVERSIÓN DE LG PARA LA CONSTRUCCIÓN DE SU CENTRO DE LOGÍSTICA EN PALMIRA.**

Siganos en:  
[www.larepublica.co](http://www.larepublica.co)  
Con los restaurantes ocultos para celebrar la navidad.



Vea el #CommentLR sobre las proyecciones de la empresa en Colombia.

Las compras de productos para mascotas crecieron 15% en volumen este año

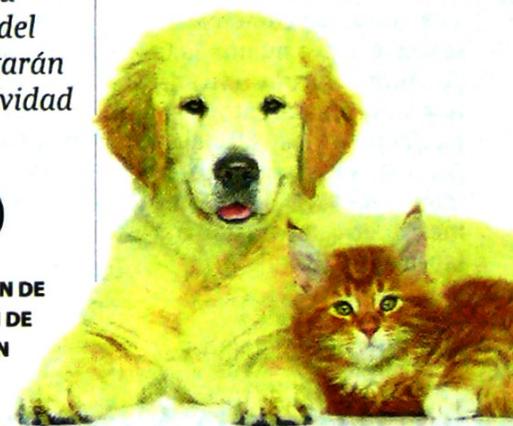
BOGOTÁ

Según la última edición del Consumer Insights de la división de consumo masivo de Kantar, en lo que va del año hasta septiembre se evidencian algunos datos relevantes en cuanto al comportamiento que ha tenido la canasta de consumo masivo, la cual tuvo cifras positivas en el volumen, logrando un crecimiento de 1%, mientras tanto el precio promedio y el valor cayó en 1%.

“Básicamente vemos una recuperación del consumo masivo en volumen, pero se desacelera en valor; eso se debe en gran medida a que las marcas propias siguen ganando terreno. El 19% del gasto de los hogares colombianos se va a este tipo de productos y, de ese porcentaje, 80% de quienes las adquieren lo hace por medio de los canales de descuento”, aseguró **Miguel De La Torre**, director comercial de la división de consumo masivo de Kantar.

La canasta de mascotas es una de las de mejor comportamiento al lograr datos positivos. En valor creció 15% y en volumen 10%, demostrando la tendencia de los hogares colombianos por tener mascotas. Por el contrario, cuidado personal tiene una caída de 6%, tanto en valor como en volumen. Bebidas se mantiene estable y cuidado del hogar logra crecer 2% en volumen.

**MARÍA ALEJANDRA RUIZ RICO**  
mruiz@larepublica.com.co



123rf

Los hogares están teniendo menos hijos y están priorizando otros temas como las mascotas.

**ENERGÍA.** LA EMPRESA SEÑALÓ QUE PARA 2020 CONECTARÁN A 29.000 NUEVOS USUARIOS A GAS NATURAL

## Promigas y Surtigas llegan a 800.000 usuarios de gas

BOGOTÁ

Durante un evento que contó con el presidente de la República, **Iván Duque Márquez**, *Surtigas*, filial de *Promigas*, conectó en el municipio de Mompo a su usuario número 800.000 y con esto completó 185 poblaciones conectadas.

“Con este hito, desde *Promigas* y *Surtigas* le mostramos a Colombia y Latinoamérica, que es posible una transformación energética económica, segura, limpia y sostenible, con un enorme beneficio social y ambiental”, afirmó **Eric Flesch**, presidente de *Promigas*.

En el evento, en el que se destacó que 185 municipios de cuatro departamentos (Bolívar, Sucre, Córdoba y Antioquia) quedaron con cobertura de 96% también participó la viceministra de Minas, **Carolina Rojas-Hayes**, quien señaló que aún hay “desafíos como asegurar el

acceso de 1,5 millones de familias que todavía cocinan con leña, al servicio de gas”.

Finalmente, el gerente general de *Surtigas*, **Santiago Mejía**, anunció que para 2020 fortalecerán su posición en renovables con nuevas fuentes de energía fotovoltaica; conectarán a

29.000 nuevos usuarios a gas natural; financiarán nuevas flotas de camiones a GNV, y mejorarán la calidad de vida de cerca de 14.000 usuarios que accederán a la financiación no bancaria Brilla.

**MARÍA ALEJANDRA RUIZ RICO**  
mruiz@larepublica.com.co