

“Estamos despachando más de 35.000 tabletas cada trimestre”

TECNOLOGÍA. EL GERENTE GENERAL DE LENOVO AFIRMÓ QUE COLOMBIA ES EL SEGUNDO PAÍS MÁS IMPORTANTE DE LA REGIÓN PARA LA OPERACIÓN, CON CRECIMIENTO EN LAS VENTAS DE 15% CADA AÑO

BOGOTÁ
Lenovo se ha consolidado como una de las marcas líderes en venta de computadores, con más de 21,8% del mercado, según cifras de Euromonitor. Santiago Holguín, gerente general de Lenovo Colombia, aseguró que esto se evidencia en que uno de cada cuatro computadores de los que se vende en el país es de su marca. Además, explicó que otro pilar es la venta de tabletas, mercado que se ha consolidado y donde cuentan con más de 35% de participación.

¿Cómo va la operación de Lenovo?

Hemos tenido un muy buen desarrollo no solo en Colombia, sino en el mundo. Recientemente se publicó el IDC global, que mide a las principales marcas que venden ordenadores, y seguimos siendo los número uno. Además, podemos decir que uno de cada cuatro computadores que se vende es Lenovo.

¿Cómo es esta relación en Colombia?

En Colombia nuestro cálculo es que es la misma proporción, pero buscamos que se reduzca a uno de cada tres.

¿Cuánto pesa Colombia en la operación global?

Colombia es el segundo mercado más importante para la operación de Lenovo, ade-

más, presenta crecimientos de 15% cada año, solo superado por México.

¿Cuánta participación de mercado tienen en el país?

En el segmento corporativo tenemos las 'enterprises', que son las grandes empresas. Ahí tenemos 26% de participación, siendo la segunda marca en el

país. Este se divide en 'very large enterprise', 'large enterprise', educación y Gobierno.

Cuando miramos las dos primeras tenemos 40% del mercado, ahí somos el número uno, pero en las dos últimas ya no somos líderes, estamos en segundo o tercer puesto.

¿Cómo van los negocios con el Gobierno?

En el Gobierno tenemos estrategias para cubrirlo mejor. Con el convenio Marco de Colombia compra eficiente migra-

mos de la fase uno a la dos. Hace dos meses se lanzó una licitación y deberíamos comenzar a operar en enero o febrero de 2020.

¿El mercado de tabletas se ha reducido con los celulares y portátiles?

No, en un principio el negocio de las tabletas creció mucho, pero después también cayó. Sin embargo, hoy es un mercado estable a nivel global, que ya no tiene las tasas de crecer o contracción en doble dígito.

Para Lenovo Colombia las tabletas son un pilar importante pues somos la marca líder en el país, tenemos más de 35% de la participación de mercado.

Hemos seguido invirtiendo en desarrollar la categoría, diseñando nuevos modelos de negocio que beneficien al cliente de hogar y corporativo.

¿Cuántas venden en Colombia?

Trimestralmente despachamos entre 35.000 y 40.000 tabletas y calculamos que más o menos este mercado en el país está en cerca de las 150.000 tabletas al año.

¿La volatilidad en los precios del dólar ha encarecido los productos?

Si ha impactado en el precio de nuestros equipos en cerca de 10%, pero este impacto no ha afectado a los consumidores, pues con los ajustes que hacemos solo se han encarecido 5%.

¿En qué está trabajando Lenovo actualmente?

Nuestra campaña a nivel mundial es 'Smart Technology for all', en la que hemos invertido más de US\$200 millones y con la que queremos mostrar que además de vender e somos una compañía que está en la nube.



Hugo Beleno
Gerente general de Asus

“Si bien se siguen vendiendo tabletas, este es un mercado que quedó relegado por la llegada de los teléfonos inteligentes que tienen grandes pantallas”.

Lenovo invierte US\$1.200 millones en tecnología y desarrollos

Holguín resaltó que la compañía invierte a nivel global cerca de US\$1.200 millones para el desarrollo tecnológico y que tienen 15 centros de investigación en diversas zonas geográficas. Además, que “ahora China representa menos de 25% del negocio global, pero antes era más; las Américas es 27% con Estados Unidos, seguido por Asia Pacífico y Umea”, y agregó que “las plantas de manufactura en México tienen tres líneas de producción, pero el próximo año habrá 12 o 13, para fabricar más de 10 millones de ordenadores al año”.

5%

ES LO QUE SE HAN ENCARECIDO LOS PRODUCTOS DE LENOVO POR LA VOLATILIDAD EN LOS PRECIOS DEL DÓLAR.

Signos en:
www.larepublica.co
Con los beneficios que dan las empresas para fin de año a sus empleados.

¿Qué buscan con esta campaña?

Queremos dar a conocer nuestra tecnología, que además de suplir las necesidades de hipermegacomputadoras. En esta vertical tenemos más de 170 empresas del Fortune 500 a las que le prevemos tecnología, es un negocio de nicho donde no están las mismas empresas comerciales que conocemos.

LAURA NEIRA MARCIALES
@Neira_Laura



Santiago Holguín,
gerente general de Lenovo en Colombia.

COMERCIO. FIRMA ESPERA QUE EN 2020 LAS VENTAS POR LA WEB PESEN 10%

Colchones Spring tendrá 45% del negocio de camas eléctricas

BOGOTÁ
Las innovaciones tecnológicas también han impactado el descanso de las personas. Esto se refleja en que los consumidores a la hora de adquirir una cama no solo buscan que este artículo sea un lugar para dormir y descansar, sino que les brinde salud, descanso y confort, según un estudio realizado por Colchones Spring.

Por ello, la compañía lanzó su nueva línea de camas eléctricas

200

REFERENCIAS DE PRODUCTOS DE COLCHONES SPRING SE PUEDEN ENCONTRAR A TRAVÉS DE LA PÁGINA DE LA COMPAÑÍA.

tricas que cuenta con dos referencias, que tienen precios desde \$2,4 millones. Según Colchones Spring, con esta apuesta esperan conquistar 45% de participación en la categoría de ca-

mas eléctricas en el primer año.

Esta innovación no es la única que ha adelantado la firma, hace poco también presentó la renovación de su página web, previo al Black Friday, con el fin de entregarle a los consumidores descuentos de hasta 80%.

Con esta renovación, la marca espera que las ventas por vía digital pesen 10% el próximo año.

PAOLA ANDREA VARGAS RUBIO
pvargas@larepublica.com.co

ENERGÍA. PIDIERON AGILIZAR PROYECTOS DEL SECTOR

GEB y TGI aumentarán oferta de gas natural

BOGOTÁ
Durante la instalación del foro “Usa gas, es natural” que realizó TGI (Transportadora de gas internacional), filial del Grupo Energía de Bogotá, la presidenta de la empresa controladora, Astrid Álvarez, resaltó la importancia de la Regasificadora del Pacífico para aumentar la oferta de este energético, además de que brinda confiabilidad al sector de gas natural y soluciona problemas de abastecimiento.

Por otro lado, la Presidenta del grupo pidió que se deben agilizar los proyectos del sector de servicios públicos, los cuales hasta el momento siguen rezagados. “Con Andesco estamos promoviendo un proyecto de ley para agilizar la construcción de proyectos del sector de servicios públicos”, afirmó Álvarez.

Además, propuso integrar los dos sistemas de gas natural, para reducir los costos.

ANA MARÍA SÁNCHEZ BURBANO
amsanchez@larepublica.com.co