

COMERCIO

Cencosud destina \$4.600 millones a nueva tienda



Cencosud

Cencosud anunció la apertura de una nueva tienda *Jumbo*, la cual estará basada en la innovación, experiencia de usuario y enfocada en el segmento Food. La nueva tienda, ubicada en el *Centro Comercial Atlantis*, cuenta con un espacio de 650 mts² y está enmarcada en un sistema de pago autoservicio, o self checkout, con el cual se espera tener una nueva oferta de valor que destaque entre sus otras tiendas. (BB)

COMUNICACIONES

Ramiro Lafarga toma las riendas de Wom Colombia



WOM

La empresa de telecomunicaciones colombiana *WOM* tiene nuevo CEO. Se trata de **Ramiro Lafarga**, argentino que suma 27 años de experiencia en empresas dedicadas al sector de las telecomunicaciones. "En solo un año de operación la compañía logró 2.300 empleos, US\$706 millones invertidos, 2 millones de usuarios y 3.832 antenas instaladas en tiempo récord" afirmó **Lafarga**, CEO de *WOM*. (BB)

AMBIENTE

Acodal se suma a iniciativa ambiental



Acodal

Acodal, liderada por su Presidente Ejecutivo **Carlos Costa Posada**, se ha unido a la iniciativa "Taxonomía verde", la cual es dirigida por el *Gobierno Nacional* y tiene como objetivo canalizar los recursos hacia inversiones verdes. "La biodiversidad se está deteriorando en todo el mundo a un ritmo sin precedentes. Con el cambio de nuestro comportamiento protegeremos la naturaleza", aseguró **Carlos Costa**. (BB)

"Con nueva aplicación queremos convertirnos en el Amazon de licores"

INDUSTRIA. DISLICORES, LIDERADA POR LUZ MARÍA GONZÁLEZ, ALISTA UNA PLATAFORMA DIGITAL PARA VENDER Y ENVIAR A CONSUMIDORES, DICE QUE EL ÚLTIMO AÑO LOS VINOS DECRECIERON 7%

BOGOTÁ

A pesar de haber registrado un decrecimiento de 7% en la categoría de vinos el último año, **Luz María González**, presidente de *Dislicores* asegura que para este año la compañía colombiana de tiendas de licor espera mantener el ritmo de recuperación y cerrar con un crecimiento a doble dígito. Para ello, lanzarán una plataforma para venta digital directa y despacho a los consumidores.

¿Cómo le fue a *Dislicores* durante el año pasado?

Logramos registrar un crecimiento a doble dígito y esto nos permite afirmar que, a pesar de haber pasado por una pandemia, tuvimos un año maravilloso. En la postpandemia, que es lo que estamos en este momento, también vamos muy bien y esperamos de igual manera crecer a doble dígito.

¿Cuál viene siendo la categoría de vino de mayor consumo?

La participación más grande se la llevan los vinos tintos. En cuanto a marcas específicas, el líder es *Gato Negro*, y por el lado de *Dislicores*, representamos 24% de la categoría de vinos en Colombia. El año pasado logramos cerrar con 3 millones de cajas de nueve litros en esta categoría puntual. En cuanto al comportamiento en general, desde hace dos años el vino no viene creciendo; es ahí donde registramos un decrecimiento de 7% entre 2020 y 2021. Sin embargo, el segmento que ha tenido un crecimiento fue el de importados, mientras que los nacionales están pasando por un mal momento. Es así como 49% del vino que se consume en el país proviene de Chile.

¿Cómo integran procesos de transformación digital?

Dislicores le está apostando a todo el tema de transformación digital, es por eso que venimos haciendo el nuevo lanzamiento del e-commerce enfocado en el tema de automatización de los procesos internos y demás. Próximamente estaremos lanzando nuestra aplicación B2C directamente al consumidor para que también puedan acceder a nuestros productos.

¿Cuál será entonces su nueva apuesta digital?



Dislicores

Luz María González, presidente de *Dislicores*, sostiene que la categoría de vinos ya representa 24% de las ventas en el país.



Mateo Lourido
Director de Marca
de *Dislicores*

"*Dislicores*, fundador de *Asovinos*, está embudo en el concepto de responsabilidad en la industria, a través de alianzas con sitios on trade y off trade del país".

20%

ES LA PARTICIPACIÓN DE LOS PROVEEDORES DE LICORES NACIONALES EN LAS VENTAS DE DISLICORES.

Siganos en:

www.larepublica.co

Para saber más sobre los modelos más top de vehículos durante este trimestre.



Nosotros le hemos apostado a que la transformación digital nos lleve a ser el *Amazon* de licores en Colombia. Nosotros queremos lograrlo a través de una propuesta muy diferenciada que no esté enfocada solamente en un servicio ágil, sino en una experiencia donde los consumidores puedan armar un producto, recibir asesoría en línea particular y diferente de acuerdo con cada usuario.

¿Cuál es la relevancia del vino o de los licores para el sector turístico en estos momentos?

Nosotros queremos una economía transicional entre el petróleo y la economía limpia que

es el turismo. Nosotros necesitamos que los vinos y los espirituosos estén presentes dentro de esa cadena. Si a nosotros nos llegan a subir muchísimo los aranceles, saldríamos del mercado y la industria se vuelve inviable. A través del vino queremos demostrar a los turistas que nuestro país cuenta con gran número de bares y hoteles acompañados de una gran experiencia gastronómica. Con el incremento de aranceles, las empresas importadoras quedarían reducidas a 30%.

¿Qué tiene proyectado *Dislicores* en el área de Responsabilidad Social?

Nosotros hemos trabajado siempre el salario mínimo 10% superior a lo que dictamina el gobierno, sin embargo, ese salario no es suficiente por la inflación que estamos teniendo. Nuestra labor en corto plazo es poder fijar un salario mínimo que les permita a los trabajadores contar con sus tres alimentaciones diarias, la educación de sus hijos y su vivienda pagada. También queremos reducir las horas extras con el fin de que nuestro personal logre desarrollarse tanto emocional como socialmente, siendo una persona realizada más allá de lo laboral. Enseñaremos a manejar su dinero y brindaremos oportunidades adicionales al salario a través de fondos. Para *Dislicores*, esto es un llamado empresarial a que exista más compromiso con el capital humano.



BRIGITH BARONA
bbarona@larepublica.com.co