

iShop prevé ventas de \$400.000 millones para este año, un crecimiento de 15%

TECNOLOGÍA. LA CADENA DE TIENDAS REPORTÓ QUE DURANTE EL PRIMER DÍA SIN IVA VENDIERON 20% MÁS QUE EN LA PRIMERA JORNADA DE ESTE TIPO EN 2020. SALIERON CERCA DE 2.000 UNIDADES DE IPHONE

BOGOTÁ

Una de las principales consecuencias de la pandemia fue el incremento de la adopción de la tecnología en la vida cotidiana. María Eugenia Vargas, country manager de iShop para Colombia, explicó que gracias a esto sus ventas crecieron 3% en 2020 y esperan llegar a cifras de doble dígito este año.

¿Cómo ha evolucionado su operación este año comparado con los años anteriores?

En 2020, pese a todas las circunstancias que hubo por la pandemia, el cierre fue muy bueno. Logramos un crecimiento de 3% frente a 2019. Alcanzamos ventas de \$350.000 millones, que son resultados muy buenos. Fuimos una de esas empresas y de los sectores que pudimos crecer. Pese a las restricciones, nuestras tiendas operaron casi con normalidad, pero tuvimos un impulso al canal online que vendió hasta cuatro veces más de lo que hacía anteriormente. Este año, hemos tenido una historia diferente, el tema de cuarentenas fue muy limitado y por eso estamos proyectando para cierre de año y con los Días sin IVA un crecimiento a doble dígito, muy probablemente cerca de 15%, pero estamos esperando el cierre de tercer trimestre.

¿Cuánto representa el crecimiento en valor monetario?

El cierre que estimamos es cerca de \$400.000 millones con el crecimiento proyectado de 15%, pero todo depende de cómo se comporten las ventas de los últimos meses.



LR

Siganos en:
www.larepublica.co
Con más información sobre las ventas en el primer Día sin IVA.

65%

DE LAS VENTAS DE ISHOP DURANTE EL DÍA SIN IVA FUE EN IPHONE, EN LOS QUE TENÍAN CUATRO MODELOS EXENTOS.

Vargas señaló que se están preparando para los siguientes Días sin IVA.

iShop

Los celulares tuvieron crecimiento en búsquedas de 241% en Día sin IVA

Durante la primera jornada sin IVA se reportó una facturación electrónica por el orden de los \$6,9 billones, mientras que las transacciones digitales se ubicaron en los \$688.000 millones. La plataforma *Tiendeo.com.co* publicó un análisis sobre las búsquedas realizadas y reveló un incremento en la consulta de productos como bicicletas (310%), lavadoras (387%), celulares (241%), televisores (173%) y ropa (171%). Las ventas en la jornada tuvieron un crecimiento de 430%, según el *MinCIT*.



María Ximena Lombana
Ministra de Comercio Industria y Turismo

“Las categorías que más registraron ventas en el Día sin IVA, a corte de las 6:00 p.m. fueron las de computadores, equipos periféricos y los bienes relacionados a estos”.

¿Cuántas tiendas tienen y qué aperturas harán?

Tenemos 28 tiendas y estamos cubriendo 14 ciudades. La última ciudad que cubrimos con tienda nueva fue Valledupar. Esta fue una apertura en plena pandemia, que tuvo unos retrasos, pero logramos cubrirla. Para 2022 pensamos en los primeros meses tener una nueva tienda, pero todavía no podemos dar detalles.

¿Cuál es el ticket promedio?

En términos generales, tenemos un ticket cercano a \$1,5 millones, promediando todas las categorías. Para el iPhone es de \$3,5 millones; en iPad, \$1,8 millones. Para nosotros es muy importante que los clientes lleven sus productos con accesorios.

¿Cuáles son las categorías con mejor desempeño?

Tenemos una gran participación en la venta de iPhone, para nosotros puede representar entre 40% y 50% del share, dependiendo de la época del año. Con el lanzamiento que tuvimos recientemente del iPhone 13 se nos vuelve más relevante este segmento. Eso pasa con todos los productos que son lanzamientos.

¿Se han visto afectados por la crisis logística internacional?

Operamos bajo la modalidad de compra local, no importamos directamente. *Apple* tiene su operación logística y nosotros adquirimos aquí los productos. En 2021 no hemos tenido cambios de precio asociados a la disponibilidad. Si se han presentado algunos casos puntuales de escasez, como en Mac. Pero, por ejemplo, los dispositivos que se lanzaron re-

cientemente, estamos teniendo suficiente disponibilidad.

¿Cómo fueron sus ventas durante el primer Día sin IVA?

Tuvimos un muy buen crecimiento comparado con el primer Día sin IVA, que fue online. Tuvimos un crecimiento de 20% en valor. Las ventas en tiendas tuvieron mejores resultados que el canal online, que hizo 32% del total. Las transacciones fueron récord, ha sido el día que más se ha vendido desde que abrimos tiendas en el país, es un número muy bueno. Logramos ventas de casi \$10.000 millones, eso es como 10 veces la cifra que registramos un día normal. Los productos más vendidos fueron iPhone, que representaron 65%, el restante se vio en tabletas y relojes. Vendimos cerca de 2.000 unidades de iPhone.



Escanee para escuchar la entrevista completa de la country manager de iShop.

¿Qué esperan para el siguiente Día sin IVA?

Tenemos que prepararnos porque la disponibilidad de mercancía puede tomar un límite. El tiempo más corto en el que podemos hacer pedidos es de tres semanas y estamos sobre el tiempo. Contamos con que tengamos suficiente suministro por parte de nuestros proveedores. Los dos siguientes Días sin IVA son bastante cercanos y eso nos puede dificultar tener mercancía.



DANIELA MORALES SOLER
dmorales@larepublica.com.co

MINAS. ESTUDIO BRÚJULA MINERA 2021 REVELÓ QUE EL COMPROMISO CON LAS COMUNIDADES HA MEJORADO

Las carboníferas tienen la mejor reputación

BOGOTÁ

La firma *Jaime Artega y Asociados* y el *Centro Nacional de Consultoría* lanzaron el estudio *Brújula Minera 2021*, en el que midieron las percepciones, preocupaciones y expectativas sobre la minería entre los diferentes grupos de interés.

Los datos mostraron que ha aumentado el reconocimiento de los habitantes de municipios mineros frente a los aportes de la industria como la generación

de empleo para las regiones donde operan (con 76%); el compromiso de las compañías del sector con el progreso de las comunidades (que pasó de 44% en 2020 a 52% en 2021); y en la confianza que tienen en las empresas del sector pasando de 29% en 2019 a 41% este año.

En este séptimo panel de la reputación del sector minero, las compañías que obtuvieron mejores resultados fueron *Cerrejón*, *Drummond*, *Cerro Mato-*

so, *Mineros*, *Argos*, *Zijin Continental Group*, *AngloGold Ashanti*, *C.I.Milpa*, *Gran Colombia Gold* y *Grupo Coquecol*.

Con estos resultados, *Cerrejón* se mantiene como la empresa del sector con el primer puesto y que ha ostentado durante ocho años consecutivos.

“Una muestra de que nuestras operaciones se realizan de forma responsable y son un reflejo de la labor incansable de cada una de las personas que

conforman la gran familia de Cerrejón. El ser considerada como la minera con mejor reputación es un incentivo más para seguir manteniendo nuestro compromiso para generar beneficios a nuestros trabajadores y sus familias, las comunidades, La Guajira y Colombia”, afirmó *Claudia Bejarano*, presidenta de *Cerrejón*, sobre el reconocimiento.



DANIELA MORALES SOLER
dmorales@larepublica.com.co



Cerrejón

Claudia Bejarano, presidenta de Cerrejón, destacó el reconocimiento del ranking.