

“Lego tendrá ocho tiendas en el país y seis estarán certificadas”

COMERCIO. DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE LA COMPAÑÍA CRECIÓ 4,9%, EN EL SEGUNDO TUVO UNA CONTRACCIÓN DE 70% Y EN EL TERCERO VIO UNA RECUPERACIÓN DE 25% EN SUS VENTAS

BOGOTÁ

Con la reactivación económica comienzan a repuntar también los planes de negocio de las compañías como *Lego*, que espera cerrar el año con ocho tiendas en Colombia, de las cuales seis estarían certificadas, según explicó **Álvaro Cohen**, gerente de la unidad de *Lego* para Colombia.

INSIDE

¿Cómo los ha impactado la pandemia?

Ha sido uno de los mayores retos para la compañía. En el primer trimestre crecimos 4,9%; cuando empezó la cuarentena comenzamos a ver reducciones, por lo que el segundo trimestre nos contrajimos casi 70%, porque abril y casi todo mayo estuvimos cerrados.

Después comenzamos a hacer una apertura paulatina y en el tercer trimestre crecimos 25%. La proyección para el cuarto trimestre es crecer 4,3% frente al año pasado y total año, estimamos un decrecimiento de hasta 5,5%.

¿Qué papel han jugado los canales electrónicos en el país?

El comercio electrónico lo implementamos desde el año pasado, pero se volvió relevante con el cierre de las tiendas. Es un canal que ha multiplicado su participación por 10 y por 12, dependiendo del mes.

¿Cuántos Legos se venden al año en Colombia?

El año pasado cerramos con 56.000 unidades vendidas en todo el portafolio. Este año hemos visto un aumento en el ticket, mientras que las unidades han decaído; prevemos cerrar con una caída de 35% de unidades contra el año pasado (unas 37.050 unidades en total).

Aún así, vemos un aumento en el ticket, sobre todo desde junio con las aperturas, se han duplicado porque hay una mayor intensidad de compra por parte de los clientes.

¿Cuál es el perfil del consumidor de Lego?

Tenemos portafolio para hacer iniciación, que es nuestra línea duplo, para menores desde un año y la característica de esta línea es que los ladrillos tienen el doble del tamaño para evitar accidentes.



EL PERFIL

Álvaro Cohen es gerente unidad *Lego* para la operación en Colombia, donde es responsable del desarrollo, penetración y estructura de la marca a través de canales propios. **Cohen** es administrador de empresas de la *Universidad Icesi*, cuenta con experiencia en negociaciones estratégicas nacionales y transnacionales en industrias B2C y B2B. Es especialista en diseño de campañas comerciales y de mercadeo, construcción de canales de distribución, y equipos comerciales. También tiene experiencia en desarrollo de espacios y equipos comerciales a nivel nacional y cumplimiento de presupuestos e indicadores comerciales, ha sido gerente de ventas y fuerzas comerciales.



Síganos en:
www.larepublica.co
Con el informe sobre la solicitud de los papicutores de subir arancel a 30%.



Vea el inside completo con Álvaro Cohen, gerente de la unidad *Lego* para la operación en Colombia.

Pero no nos limitamos, también tenemos productos para todas las edades, como el de Architecture, Ninjago o City.

¿Cómo van los planes con la tienda certificada de Lego en Unicentro?

Está proyectada para abrirse la tercera semana de noviembre y va a ser la octava tienda a nivel nacional, además, será la quinta certificada, que son las que tienen el muro pick a brick.

En la segunda semana de diciembre vamos a certificar la tienda de Cali, y le incluiremos 90 metros más. Esta estará lista a mediados de diciembre.

Entonces, cerraremos el año con ocho tiendas, de las cuales seis serán certificadas.

¿Cómo los ha afectado el precio del dólar?

Lego es un producto importado y eso hace que haya una fuerte relación con su precio y el dólar. Sin embargo, hemos sido conscientes y gran parte de nuestra estrategia está diseñada para tener el precio de Estados Unidos como referencia, esto con el fin de estar máximo

1,6 veces por encima de ese precio y que sea beneficioso comprar en Colombia.

¿Cuánto representa Colombia para Lego frente a los países de la región?

Las mediciones las hacemos directamente desde cada país, entonces no hay una medición general de la región.

A nivel local, podemos decir que Bogotá participa actualmente con 65% del presupuesto total, esta región es seguida por Antioquia, Cali y después Barranquilla.

¿Cómo les fue en el día sin IVA?

El canal online representó 65% en el primer día sin IVA, en el segundo día significó 58% y esperamos que en el tercero represente mínimo 55% de las ventas.

Esta jornada aplica para los productos por debajo de \$356.000 antes de IVA, por lo que tenemos cerca de 800 referencias que cumplen con esa condición. Por el lado del Blackfriday, esperamos que nos represente cerca de 20%.

Álvaro Cohen, gerente unidad *Lego* para Colombia.

56.000

FUERON LAS UNIDADES VENDIDAS POR LEGO DURANTE 2019 EN TODO SU PORTAFOLIO DE FICHAS Y SETS.



Mauricio Rodríguez
Profesor de Liderazgo del Externado y Andes

“Los *Lego* son una herramienta educativa para las personas de todas las edades, pues ayudan a desarrollar la paciencia y las habilidades motrices”.

¿Tienen alianzas con marcas como Adidas, cuál veremos en Colombia?

Eso es algo muy reservado de la marca, pero sí tenemos una alianza con ellos y venimos con sets representativos para todos los gustos. Estos productos los tendremos disponibles para el primer semestre del próximo año.

¿Cuándo realizarán de nuevo el Lego Fan Fest?

En Colombia tenemos este evento para conectarnos con nuestros usuarios, pero tuvimos que cancelarlo y pasarlo al próximo año. Todavía estamos haciendo negociaciones para la nueva fecha porque muchos eventos se han pospuesto y eso hace que las agendas del próximo año se llenen rápidamente.

Laura Neira Marciales
@Neira_Laura

Gobierno pidió abrir comercios 24 horas en día sin IVA y anunció el ‘Granfinde’

BOGOTÁ

El próximo 21 de noviembre se vivirá el tercer Día sin IVA y el Gobierno ha recomendado abrir los comercios por 24 horas, con el fin de evitar las aglomeraciones y garantizar los protocolos de bioseguridad.

En la circular enviada a los alcaldes y gobernadores por parte de los ministerios del Interior y de Comercio también se establece que debe haber instrucciones para retirar los productos comprados por canales virtuales, con el fin de que se programe dentro de las dos semanas siguientes a partir de la fecha en la que se realizó la compra sin IVA.

Durante la jornada, los comercios deberán suspender la venta presencial de electrodomésticos, computadores y en general de equipos de comunicaciones.

Además, serán las Gobernaciones y Alcaldías los responsables de garantizar que se estén cumpliendo los requisitos sanitarios.

Además de la jornada para el comercio, el Gobierno Nacional también impulsará los dos días siguientes, 22 y 23 de noviembre, el “Granfinde”, una campaña que quiere aumentar las ventas del sector turístico, uno de los más afectados en medio de la pandemia.

La idea es que 3.400 agencias de viajes, hoteles o aerolíneas ofrezcan precios y servicios preferenciales y según explicó el presidente **Duque**, se beneficiaría a 1,34 millones de colombianos que viven del sector.

Esta campaña es parte de la campaña nacional Yo voy, que busca aumentar el turismo local con todas las medidas de bioseguridad. De esta manera, esperan aumentar 35% las transacciones de las agencias de viajes.

Laura Neira Marciales
@Neira_Laura



Colprensa

Se aconseja realizar campañas para el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad.

21

DE NOVIEMBRE ES EL DÍA EN EL QUE SE TIENE PROGRAMADO LA TERCERA JORNADA DEL DÍA SIN IVA EN EL PAÍS.