



AUTOMOTOR COMERCIALIZA 1,5 MILLONES DE UNIDADES ANUALES EN EL MERCADO LOCAL

Michelin venderá llantas en su

INSIDE

Michelin. Para
apoyar las
ventas de la

millones de llantas anuales y mantener el crecimiento a doble dígito, la francesa del dúo de la zona su nueva portal online www.lle.com/online como es para comercializar sus productos y así acercarse más a su comunidad.

Luigi Cernelloni, presidente de la empresa en Colombia, visitó la sala de recepción de L&L y comentó que es un experto en el mundo digital que espera una representación de las ventas y que abarca desde tiendas más pequeñas hasta supermercados de gran escala.

En 2015 y en el primer semestre de 2016 el sector automotor decreció sus ventas. ¿Cómo los ha afectado esa situación?

Quiero más la solución la caída de las ventas son los rebates de importación y, como consecuencia es en Colombia. Los clientes comerciales como GSA Colstron y Renault, así como la disminución de las ventas de la zona son radical porque los productos locales se han fortalecido.

¿En qué indicadores se han visto afectados por el dólar?

Desde el punto de vista financiero un indicador principal en nuestra actividad es la rentabilidad. En relación a eso no hay mayor, lo que se ve de forma responsable frente a los nuevos desafíos. Hemos tenido que revisar costos y la parte interna para buscar más eficiencia y poder competir a menor precio al consumidor.

Hace tres días Michelin anunció que construirá una

EL PERFIL

Luigi Cernelloni es un experto en el mundo digital en Colombia con más de 15 años de experiencia en el sector. En 1998 y 2000 trabajó en Italia como jefe de una empresa de desarrollo y se mudó a Colombia al año siguiente. A lo largo de más de 15 años ha trabajado en las ventas y marketing de diferentes segmentos en Francia e Italia. Un agosto de 2011 fue nombrado jefe de la planta como la dirección de marketing en Colombia y desde julio de 2014 es presidente de L&L en Colombia.

10 POR CIENTO

ES LA PARTICIPACIÓN DE MICHELIN EN EL MERCADO DE LLANTAS DE REEMPLAZO.

segunda planta en México. ¿Cómo los ha afectado el cierre de sus dos plantas en Colombia y no está en los planes de volver a tener una acá?

El grupo está realmente enfocado en la satisfacción del cliente, pero a largo plazo ha significado muchos cambios internos que en el momento han afectado a los clientes colombianos. Lo importante es entregar la mejor propuesta de valor trayendo productos innovadores. No estoy autorizado para hablar de planes industriales, lo cierto es que Michelin es la marca preferida por los colombianos, así que la inversión y desarrollo en esta zona.

Siendo así, ¿en qué puesto



está Colombia para los ingresos de Michelin?

Colombia es, en la región Suramérica, el segundo país por volumen y por la inversión de la operación. Estamos presentes en todos los segmentos de la zona para ofrecer la mejor movilidad en todas las situaciones, ciudades, campos, buses, motos, bicicletas, tracción segmentada, maquinaria, construcción, minería y muchas más cosas. Debó decir que en Colombia Michelin estamos creciendo.

la marca BP Car & Van importante un protocolo completo para camioneros y buses.

Hablando del sector agro, ¿cómo los ve en las ventas?

El sector agro es muy interesante, estamos con tecnología de llantas especiales que representan el 43 del mercado de llantas agrícolas. Tenemos un potencial enorme en las llantas agrícolas, la reducción de costos y la comparación del suelo. Hay grandes oportunidades.

nuevo portal web



Luigi Concolori,
presidente de
Michelin
Colombia.



JULIANA RICO
PORTAL VEHICULOS Y MOVILIDAD

"Aunque hay desaceleración, la reposición de las llantas no varía porque es un tema de seguridad, que la autoridad de vigilancia controla".

LR

SIGUIENDO EN:
www.larepublica.co

Para los socios las compañías
siguen ofreciendo el primer semestre

Michelin LTX, producto referencial
de camionetas de uso mixto.

¿Cuántas llantas puede vender Michelin al año?

Michelin en el mundo vende 178 millones de llantas. En Colombia, la cifra puede ser de 1,5 millones. Nuestra participación en el mercado de reemplazo de llantas es superior a 10%.

¿Y en cuanto a segmentos?

Colombia tiene una movilidad compleja. Los segmentos que tendrán más potencial de crecimiento son autos y motos, por la evolución de la clase media, donde se va a aplicar más eficiencia en transporte.

¿Qué nuevos proyectos vienen?

Este mes estamos lanzando una página online cuyo nombre es www.llantaseonlinea.com.co para que el consumidor conozca los precios, sus descripciones

y la disponibilidad de todas las marcas de Michelin. Así podrá hacer su compra como prefiera, a domicilio o en el punto de venta. Esperamos que represente 1% de las ventas.

¿Qué nuevos neumáticos llegarán al país y cuándo?

Este mes estamos lanzando un nuevo producto, Fire Sport 4, que es para los exigentes en guía deportiva. Irena un metro antes que la versión anterior. Y para el último trimestre del año, prevemos el lanzamiento de Mi-

¿Cómo está conformada su red de distribución?

Tenemos 800 puntos de venta, de los que 160 son de marca exclusiva. La meta para 2011 es abrir diez puntos más, y otros seis, quedan cuatro.

¿Esas aperturas serán en nuevas ciudades?

Entraremos a Bogotá por primera vez y, de resto, son en ciudades donde ya estamos como Bogotá.

PARA CAMILA GONZALEZ PEREZ
CC ANDRÉS TORRES GONZALEZ