

COMERCIO NOTICIA

# Banana Republic y GAP cierran tiendas en el país

La pronunciada devaluación del peso frente al dólar, sumado a la competencia, pasó factura a las dos marcas extranjeras.

Por **MARÍA CAMILA SUÁREZ PEÑA**

En medio de liquidaciones y descuentos, las reconocidas marcas de ropa norteamericanas GAP y Banana Republic se despiden del país. La devaluación del peso frente al dólar y el incremento de la inflación llevaron a Superior Brands Holding, grupo panameño dueño de las marcas para Centroamérica, el Caribe y parte de Suramérica, a tomar la decisión de dar un paso al costado, según supo el diario La República.

Hace 38 años se fundó en San Francisco Banana Republic. A finales de 2012 llegó con 5.000 referencias de ropa a un local de 500 metros cuadrados en el centro comercial El Tesoro, en Medellín. También GAP tuvo allí un local, otros dos en Bogotá y uno más en Bucaramanga.

A la situación de la holding panameña en el mercado nacional se suma el cierre de dos locales de GAP en Costa Rica, aunque se abrió en mayo el noveno local de Banana Republic, en la ciudad de León.

“Las compañías se van porque ven incumplidos sus planes de negocio. Es una situación lamentable porque lo que se espera es que tengan un horizonte a largo plazo, afectado por razones macroeconómicas. En el último año se tuvo una alta devaluación y lo importado tuvo un encarecimiento significativo, sumado a la inflación y a las altas tasas de interés”, co-

## -6 %

se contrajo la facturación reportada por GAP a marzo, hasta los US\$3.440 millones

mentó Sergio Ignacio Soto, director de Fenalco Antioquia.

Además de estas condiciones, marcas como Forever 21 y Zara se han consolidado en el país como competidores de Banana Republic, con su apuesta de fast-fashion, producción rápida de colecciones.

“GAP apunta a un concepto de moda de bajo costo, pero acá se dieron cuenta que no podían competir en las condiciones económicas actuales. La industria le ha sacado el mayor provecho al desarrollo de marcas locales”, señaló Santiago Roldán Zuluaga, especialista en mercadeo.

La retirada de ambas marcas se suma al cierre de tiendas por departamento de las chilenas La Polar y Ripley. La primera arribó en 2010 y consolidó seis tiendas en Medellín y Bogotá, antes de que los desaciertos en ubicación de locales y malos resultados, entre otras razones, obligaran a cerrar.

En el caso de la segunda, alcanzó a abrir seis tiendas, una en Medellín, pero se la devaluación afectó los costos de importación de sus productos y no tuvo el posicionamiento de marca requerido ■

# Isagén impulsó la inversión extranjera

Por **JUAN FERNANDO ROJAS T.**

En 44,55 % se incrementó la inversión extranjera directa (IED) en el primer trimestre del año, frente a igual lapso de 2015, al pasar de 3.160 millones de dólares a 4.568 millones, cifra histórica para ese periodo, según el reporte del Banco de la República.

Este notable incremento se explica por la privatización del control accionario de Isagén, por el que pagó el fondo canadiense Brookfield unos 2.005 millones de dólares, a finales de enero pasado. Si se excluyera esa operación, la IED habría

totalizado cerca de 2.563 millones de dólares, es decir, una contracción de 18,9 %.

Llama la atención la contracción de 74,77 % en la inversión externa en el sector petrolero: sumó solo 261 millones de dólares, la más baja para ese periodo desde 2005.

En minería, la descolgada fue de 92,12 % (de 477 millones de dólares a solo 38 millones), seguido de comercio, hoteles y restaurantes (-73,1 %), servicios financieros y empresariales (-50,8 %) y manufacturales (-45,3 %). En contraste, aumentó en construcción un 76,8 %, hasta los 141 millones ■

**Suscribetel**  
www.suscripciones.elcolombiano.com

**intelecto** | **C.**  
club de suscriptores

**LifeMiles**  
Vive tus millas

**Junio es el mes para acelerar tu acumulación y acercarte a tu próximo destino.**

Transfiere y acumula más millas con nuestros aliados



**Bancos**  
10%



**Hoteles**  
25%



**De compras con LifeMiles**  
30%



**Otros aliados con bonos de millas**

**LifeMiles**

**2016 freddie awards**  
Región América  
Mejor Promoción: Cyberweekend 2x1  
Mejor Habilidad de Redención  
Programa Más Prometedor del Año

Encuentra cómo ganar más en **LifeMiles.com**

**Avianca**  
A STAR ALLIANCE MEMBER

**TÉRMINOS Y CONDICIONES:**

1. Promoción válida únicamente para la República de Colombia, del 01 de junio al 30 de junio de 2016. 2. LifeMiles otorga un 10% de bono adicional de LifeMiles, aplicable para transferencia de millas y/o puntos del programa de lealtad propio de los bancos aliados a LifeMiles. 3. LifeMiles otorga un 25% de bono adicional de LifeMiles, aplicable para transferencia de puntos del programa de lealtad propio de los aliados comerciales participantes de la categoría hoteles. 4. LifeMiles otorga un 30% de bono adicional de LifeMiles, las LifeMiles acumuladas por compras donde se acumulen LifeMiles, de acuerdo a las condiciones de cada aliado comercial participante, realizadas en las marcas y tiendas participantes del aliado. 5. El bono será calculado del total de LifeMiles que se acrediten a la cuenta del socio en cada transacción realizada. 6. El listado completo de los aliados de esta promoción, se encuentra disponible en [www.LifeMiles.com](http://www.LifeMiles.com). 7. El socio es responsable de consultar directamente con el aliado, si éste participa en la promoción, así como el bono aplicable para el mismo antes de realizar la transacción. 8. El bono de LifeMiles junto con el monto de LifeMiles transferidas o acumuladas serán acreditadas en la cuenta del socio de acuerdo a los reportes efectuados por los aliados. 9. Aplican términos y condiciones particulares de cada aliado para la transferencia o la acumulación de LifeMiles. Consultarlos en [www.LifeMiles.com](http://www.LifeMiles.com) y directamente con el aliado de tu preferencia. 10. Otras regulaciones aplican. Ver reglamento completo en [www.LifeMiles.com](http://www.LifeMiles.com). 11. LifeMiles es una marca registrada de LifeMiles B.V.

## Tarifas



### Servicio de gas natural por red de tuberías

De acuerdo con la Resolución CREG 137 de 2013, EPM informa los componentes del costo y las tarifas del mercado regulado para los usuarios de los municipios atendidos mediante el sistema de gasoducto de transporte en los diferentes mercados relevantes en el departamento de Antioquia.

Mes m de prestación del servicio: **junio de 2016**

Mes de facturación: **julio de 2016**

Los cargos fijos Cufm y cargos variables CUvm, regulados, donde

Mercado relevante	Unidades	Valle de Aburrá (A)	Suroriente (B)	Puerto Berrío	Cisneros	San Roque
		022 y 087/04	052/07	017/06	012/06	012/08
<b>- Resolución CREG</b>						
- Cargo de comercialización:	Cfm =	\$/factura	2.939,39	2.149,95	1.384,39	1.384,39
- Costo promedio unitario para compras de gas:	Gm =	\$/m <sup>3</sup>	649,24	649,24	649,24	649,24
- Costo promedio unitario para transporte de gas:	Tm =	\$/m <sup>3</sup>	337,29	337,29	337,29	337,29
- Cargo promedio de distribución:	Dm =	\$/m <sup>3</sup>	196,48	412,75	186,03	391,10
- Costo variable de comercialización:	Cv =	\$/m <sup>3</sup>	-	-	-	-
- Costo unitario de confiabilidad:	Cc =	\$/m <sup>3</sup>	-	-	-	-
- Factor de poder calorífico:	fpc =	Adimens.	1,04114	1,04114	1,04114	1,04114
- Porcentaje reconocido de pérdidas de gas:	p =	%	3,3%	0,0%	1,2%	0,0%
<b>Límites de los rangos</b>	Rango 1	m <sup>3</sup>	0-100.000	0-15.000	0-80	0-80
	Rango 2	m <sup>3</sup>	100.000-400.000	15.000-40.000	80-800	80-800
	Rango 3	m <sup>3</sup>	400.000-800.000	40.000-85.000	800-5.000	800-5.000
	Rango 4	m <sup>3</sup>	800.000-1.000.000	85.000-130.000	> 5.000	> 5.000
	Rango 5	m <sup>3</sup>	1.000.000-2.000.000	130.000-300.000	N.A.	N.A.
	Rango 6	m <sup>3</sup>	> 2.000.000	> 300.000	N.A.	N.A.
<b>Cargos de distribución</b>	D1	\$/m <sup>3</sup>	216,00	293,00	204,60	417,00
	D2	\$/m <sup>3</sup>	172,00	289,20	100,00	100,00
	D3	\$/m <sup>3</sup>	163,00	293,00	95,00	95,00
	D4	\$/m <sup>3</sup>	141,70	275,90	90,00	90,00
	D5	\$/m <sup>3</sup>	98,50	120,00	N.A.	N.A.
	D6	\$/m <sup>3</sup>	92,30	92,00	N.A.	N.A.
<b>Costos unitarios variables</b>	Cuv1	\$/m <sup>3</sup>	1.244,64	1.291,58	1.211,92	1.420,69
	Cuv2	\$/m <sup>3</sup>	1.198,83	1.287,63	1.103,02	1.090,64
	Cuv3	\$/m <sup>3</sup>	1.189,46	1.281,69	1.097,81	1.085,44
	Cuv4	\$/m <sup>3</sup>	1.167,29	1.273,78	1.092,61	1.080,23
	Cuv5	\$/m <sup>3</sup>	1.122,31	1.111,47	N.A.	N.A.
	Cuv6	\$/m <sup>3</sup>	1.115,85	1.082,31	N.A.	N.A.
<b>Cargos fijos residenciales</b>	Estratos 1 y 2	\$/factura	-	-	-	-
	Estratos 3 y 4	\$/factura	2.939,39	2.149,95	1.384,39	1.384,39
	Estratos 5 y 6	\$/factura	3.527,27	2.579,94	1.661,27	1.661,27
<b>Cargos fijos no residenciales</b>	Comercial e Industrial	\$/factura	3.201,00	2.341,30	1.507,60	1.507,60
	Oficial	\$/factura	2.939,39	2.149,95	1.384,39	1.384,39
<b>Cargos consumo residenciales 0-20 m<sup>3</sup></b>	Estrato 1	\$/m <sup>3</sup>	654,15	1.442,30	581,07	659,71
	Estrato 2	\$/m <sup>3</sup>	814,23	785,02	732,52	830,14
	Estratos 3 y 4	\$/m <sup>3</sup>	1.244,64	1.291,58	1.211,92	1.420,69
	Estratos 5 y 6	\$/m <sup>3</sup>	1.493,57	1.549,90	1.454,30	1.704,83
	Estratos 1 al 4	\$/m <sup>3</sup>	1.244,64	1.291,58	1.211,92	1.420,69
	Estratos 5 y 6	\$/m <sup>3</sup>	1.493,57	1.549,90	1.454,30	1.704,83
<b>Cargos consumos no residenciales</b>	Comercial e Industrial R1	\$/m <sup>3</sup>	1.355,41	1.406,53	1.319,78	1.547,13
	Comercial e Industrial R2	\$/m <sup>3</sup>	1.305,53	1.402,23	1.201,19	1.187,71
	Comercial e Industrial R3	\$/m <sup>3</sup>	1.295,32	1.395,76	1.195,52	1.182,04
	Comercial e Industrial R4	\$/m <sup>3</sup>	1.271,18	1.387,15	1.189,85	1.176,37
<b>Cargos consumos no residenciales</b>	Oficial R1	\$/m <sup>3</sup>	1.244,64	1.291,58	1.211,92	1.420,69
	Oficial R2	\$/m <sup>3</sup>	1.198,83	1.287,63	1.103,02	1.090,64
	Oficial R3	\$/m <sup>3</sup>	1.189,46	1.281,69	1.097,81	1.085,44
	Oficial R4	\$/m <sup>3</sup>	1.167,29	1.273,78	1.092,61	1.080,23

Millas Supereservicios

**Notas:**  
Composición mercados relevantes:  
**(A)** Incluye los municipios de Medellín, Barbosa, Girardota, Copacabana, Bello, Envigado, Itagüí, Sabaneta, La Estrella y Caldas  
**(B)** Incluye los municipios de Guarne, Rionegro y Marinilla  
**Nota adicional:** se da continuidad a la política de subsidios para estratos 1 y 2, de acuerdo con la Resolución CREG 186 de 2014

*estamos ahí.*