

LG Electronics consigue los mayores beneficios de su historia en el tercer trimestre de 2009

Unas ventas de 13,9 billones de wones coreanos y un beneficio operativo de 850.000 millones de wones coreanos recompensan la estrategia de la compañía en televisores y telefonía móvil

LG Electronics, compañía líder en electrónica de consumo y telefonía móvil, ha anunciado hoy los resultados y beneficios operativos obtenidos en el tercer trimestre del año. Éstos últimos ponen de manifiesto el elevado rendimiento de la compañía gracias a las múltiples e innovadoras iniciativas que LG está llevando a cabo durante el actual periodo de recesión mundial.

Ventas y beneficio

La compañía ha dado a conocer hoy su récord de ventas y sus beneficios operativos, tanto de la compañía matriz como a escala mundial, durante el tercer trimestre y hasta el día 30 de septiembre de 2009. Las ventas a nivel mundial (incluyendo las subsidiarias de la compañía) aumentaron un 15,7% hasta 13,9 trillones de wones coreanos (11.200 millones de USD), año tras año. El beneficio operativo ha sido de 850 billones de wones coreanos (685 millones de USD), lo que supone un margen de 6,1%, un 1,3% por encima de lo obtenido en el mismo periodo del año anterior. Teniendo en cuenta tan sólo la matriz, la compañía registró unas ventas de 7,87 trillones de wones coreanos (6.340 millones de USD) y un beneficio operativo de 603 billones de wones coreanos (486 millones de USD).

Resultados por división

La división de *Home Entertainment* ha aumentado sus ventas en el tercer trimestre un 23,9% hasta los 4,93 trillones de wones coreanos (3.970 millones de USD), con un retorno de inversión de 255 billones de wones coreanos (205 millones de USD) y un margen de 5,2%, lo que supone un 4,4% más que el año anterior. Estos resultados ponen de manifiesto el fuerte liderazgo de sus productos y al aumento de la demanda de televisores de pantalla plana en temporada alta. La rentabilidad de la división ha aumentado gracias al crecimiento de las ventas, las mejoras estructurales introducidas en las pantallas de plasma, así como a la estable rentabilidad que han registrado las seis áreas de negocio de la división por la estrategia de precios de la compañía.

La división *Mobile Communications* ha alcanzado unas ventas de 4,65 trillones de wones coreanos (3.750 millones de USD), un 21,9% más que el año anterior, y un beneficio operativo de 390 billones de wones coreanos (314 millones de USD) con un margen del 8,4%. En cuanto a ventas de teléfonos móviles, la cifra alcanzada es de 4,38 trillones de wones coreanos (3.530 millones de USD), un 24,8% más que en el mismo periodo de 2008, y el beneficio operativo ha alcanzado los 384 billones de wones coreanos (309 millones de USD), lo que supone un margen del 8,8%. La distribución de teléfonos móviles ha registrado un incremento interanual del 37% e intertrimestral del

6%, es decir, un total de 31,6 millones de unidades vendidas gracias al fuerte crecimiento de las economías emergentes y de los mercados europeos. El lanzamiento de productos como “Cookie” y los teléfonos de mensajería instantánea también han contribuido en gran medida al citado incremento, a pesar del ligero descenso de unidades vendidas en América del Norte y Corea. La reducción de los precios y el aumento de las ventas de teléfonos móviles de gama baja, han provocado a su vez una menor rentabilidad en comparación con el segundo trimestre del año.

La división *Home Appliances* ha obtenido un incremento del 11,9% hasta los 2,52 billones de wones coreanos (2.030 millones de USD) en el tercer trimestre, en comparación con el mismo período del año anterior. La recuperación de la demanda en los mercados emergentes ha contribuido a este crecimiento interanual en base a wones coreanos (un descenso interanual del 4% en USD). La competitividad de los productos de la compañía ha dado lugar a un margen operativo del 6,7%, un 1,7% respecto al año anterior, lo que supone 170 billones de wones coreanos (137 millones de USD). A pesar del aumento de los costes derivados de la inversión en marketing, del crecimiento de ventas en mercados emergentes y de la reducción de los costes en curso, se ha generado un mayor margen interanual. En el cuarto trimestre, se prevé un crecimiento de la demanda de bienes de consumo en países emergentes como China e India.

La división de *Aire Acondicionado* registró un descenso en las ventas de 13,4% en el tercer trimestre, hasta 851 billones de wones coreanos (686 millones de USD), debido a la recesión global, mientras que el margen operativo ha obtenido un beneficio de 14 billones de wones coreanos (11 millones de USD). Pese a la recesión y gracias a los productos de aire acondicionado de mayor eficiencia, la compañía ha registrado un aumento significativo en la demanda y en las ventas de países como Asia, África, América del Sur y América Central. LG también prevé que la cuota de mercado aumente en Corea y en el hemisferio sudeste, gracias al sistema de aire acondicionado profesional más eficiente a nivel energético del mundo (Multi-V Super III), a los climatizadores *inverter* que se ubican en los hogares y bombas de calor.

La división de *Business Solutions* ha anunciado un incremento en sus ventas de 2,6% respecto al año anterior, alcanzando los 1,21 trillones de wones coreanos (973 millones de USD) con un beneficio operativo de 25 billones de wones coreanos (20 millones de USD). El aumento de los ingresos en el inicio de la temporada alta es el resultado del incremento de la demanda, lo que ha supuesto mayores ventas y precios estables, que han contribuido a una mayor rentabilidad. El pronóstico para el cuarto trimestre apunta a que tanto los mercados desarrollados, como los mercados emergentes, en continuo crecimiento, registrarán un incremento constante de la demanda.

Balance general

LG ha registrado un incremento en sus beneficios de 1.027 billones de wones coreanos (828 millones de USD) y un beneficio neto de 807 billones de wones coreanos (650 millones de USD), con un margen de 10,3%, lo que supone un aumento del 9,9% respecto al mismo período del año anterior. El ingreso por el cambio de divisa es de 71 billones de wones coreanos (57 millones de USD) y los beneficios de participación de capital es de 368 billones de wones coreanos (297 millones de USD) de las subsidiarias y filiales internacionales, que han contribuido a aumentar el beneficio neto. En particular, LG Display, compañía en la que LG Electronics tiene un 37,9% de participación, registró unos beneficios de 210 billones de wones coreanos (169 millones de USD).

Previsiones para el último trimestre de 2009

En plena temporada alta para los televisores, se espera un ligero crecimiento de las ventas para el próximo trimestre -respecto al mismo período del año anterior- y sobre la base de este año respecto al año previo. La reducción de los precios en el negocio de televisores y dispositivos audiovisuales, y el incremento de la inversión en marketing y en I+D, implicarán probablemente una menor rentabilidad durante el próximo trimestre respecto al mismo período del año previo.

Tipo de cambio aplicado durante el tercer trimestre de 2009

Para los resultados consolidados sin auditar de los beneficios obtenidos en el periodo de tres meses que finaliza el 30 de septiembre de 2009, las cantidades de wones coreanos se traducen a dólares americanos (USD) según el tipo de cambio del período de esos tres meses en cada trimestre correspondiente: 1.241 wones coreanos por cada USD (tercer trimestre de 2009), 1.291 wones coreanos por USD (segundo trimestre de 2009, respecto al mismo período del año previo) y 1.063 wones coreanos por USD (tercer trimestre de 2008, respecto al mismo cuatrimestre del año anterior).

#

Sobre LG Electronics España

LG Electronics está presente en el mercado español desde 1994 y su actividad se centra en la comercialización de una amplia gama de productos electrónicos con sus 5 divisiones de ventas (Telefonía móvil, Electrónica de Consumo, Informática, Electrodomésticos y Climatización). LG Electronics España se ha consolidado como líder en el mercado de pantallas planas, sistemas de cine en casa y climatización doméstica. Además ocupa la primera posición del mercado de frigoríficos, microondas, reproductores DVD, dispositivos de grabación y almacenamiento óptico. La plantilla de LG Electronics en España es de 327 empleados, repartidos entre las oficinas centrales en Madrid, las delegaciones comerciales de Barcelona, Bilbao y Sevilla, y su Centro Logístico y de servicio técnico en Valencia. Para más información visite: www.lge.es

About LG Electronics, Inc.

LG Electronics, Inc. (KSE: 066570.KS) is a global leader and technology innovator in consumer electronics, mobile communications and home appliances, employing more than 84,000 people working in 115 operations including 84 subsidiaries around the world. With 2008 global sales of \$44.7 billion, LG comprises of five business units - Home Entertainment, Mobile Communications, Home Appliance, Air Conditioning and Business Solutions. LG is one of the world's leading producers of flat panel TVs, audio and video products, mobile handsets, air conditioners and washing machines. LG has signed a long-term agreement to become both A



www.lge.es
Global Web Site www.lge.com
www.lgblog.es

Global Partner of Formula 1™ and A Technology Partner of Formula 1™. As part of this top-level association, LG acquires exclusive designations and marketing rights as the official consumer electronics, mobile phone and data processor of this global sporting event. For more information, please visit www.lge.com.

Para más información contactar con:
Asesores de Relaciones Públicas y Comunicación
Laura Bárcena lbarcena@comunicacionrrpp.es
Telf. 91 577 45 54 / Fax: 91 431 98 4