**LG ANUNCIA RESULTADOS FINANCIEROS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2025**

*La compañía construye una base más sólida para el crecimiento cualitativo a largo plazo a través de ajustes de portafolio y resiliencia operativa*

**CIUDAD DE MÉXICO, 25 de julio de 2025** — LG Electronics Inc. (LG) anunció hoy ingresos consolidados por aproximadamente 14.77 mil millones de dólares estadounidenses (USD) y una utilidad operativa de alrededor de 455.2 millones de dólares USD para el segundo trimestre de 2025.

Tanto los ingresos como la utilidad operativa registraron una disminución interanual, atribuida principalmente a la debilidad persistente en los mercados globales, el aumento de aranceles derivados de cambios en la política comercial de Estados Unidos y una competencia más intensa. El alza en costos, incluyendo los gastos logísticos, también impactó negativamente la rentabilidad en comparación con el mismo periodo del año anterior.

A pesar de estos desafíos, las divisiones de Home Solutions (HS) o soluciones para el hogar, Soluciones para Vehículos (VS) y Soluciones Ecológicas (ES) mostraron un desempeño sólido, con aumentos interanuales tanto en ingresos como en utilidad operativa. Las tres lograron sus mejores resultados para un segundo trimestre, y en particular, la división VS alcanzó sus niveles más altos de ingresos y utilidad operativa en un trimestre en toda su historia.

En contraste, la división **Media Entertainment Solution (MS)** reportó una pérdida operativa, atribuida principalmente a la baja principalmente debido a la baja en la demanda, lo cual afectó las ventas de televisores y derivó en mayores gastos de marketing. No obstante, el negocio de publicidad y contenidos basado en la plataforma webOS continuó generando ganancias estables, con una contribución creciente al desempeño general de la compañía.

**Fortaleciendo las bases para un crecimiento cualitativo**

LG continúa reforzando sus fundamentos de negocio con un enfoque en segmentos B2B como componentes para vehículos y sistemas HVAC; negocios no vinculados a hardware como servicios por suscripción y la plataforma webOS; así como operaciones directas al consumidor (D2C) a través de su plataforma en línea LGE.COM.

Durante el segundo trimestre de 2025, los ingresos del negocio B2B —que incluye soluciones para vehículos, componentes, fábricas inteligentes y HVAC— aumentaron un 3 % interanual, alcanzando aproximadamente 4.41 mil millones de dólares USD. Por su parte, los ingresos del negocio de suscripciones para electrodomésticos crecieron un 18 %, sumando aproximadamente 448.8 millones de dólares USD.

Estos segmentos continúan siendo clave en la transformación del portafolio de LG. El negocio B2B ofrece menor exposición a la volatilidad de la demanda y presenta barreras de entrada más altas gracias a relaciones basadas en soluciones. Los negocios no vinculados a hardware generan ingresos recurrentes con altos márgenes, mientras que el canal D2C potencia la rentabilidad y el valor de marca.

**Resultados y perspectivas por unidad de negocio**

**LG Home Appliance Solution (HS)**

La división HS reportó ingresos por aproximadamente **4.69 mil millones USD** y una utilidad operativa de aproximadamente **313.2 millones USD**, logrando su mejor segundo trimestre hasta la fecha. A pesar de la baja en la demanda del consumidor, presiones arancelarias y costos logísticos en aumento, la división mantuvo una sólida competitividad global. Su estrategia dual —enfocada tanto en el segmento premium como en el de consumo masivo— continuó generando resultados sólidos. El modelo de suscripción siguió expandiéndose rápidamente. La eficiencia operativa y la optimización de producción ayudaron a contrarrestar los costos crecientes y respaldar la rentabilidad.

De cara al futuro, se espera que la recuperación del mercado sea gradual, en un contexto de competencia intensificada. La división enfocará sus esfuerzos en expandir sus negocios de suscripción y D2C, además de aplicar medidas adicionales de ahorro para mitigar el impacto de los aranceles en EE. UU. Si bien se prevé una ligera disminución en los costos logísticos en comparación con finales de 2024 e inicios de 2025, se gestionará cuidadosamente la inversión en marketing para sostener o superar el nivel de utilidad operativa del año anterior.

**LG Media Entertainment Solution (MS)**

La división MS reportó ingresos por aproximadamente 3.13 mil millones USD y una pérdida operativa de aproximadamente 136.5 millones USD, principalmente debido a la baja en la demanda, lo cual afectó las ventas de televisores y derivó en mayores gastos de marketing.

En adelante, la compañía buscará mejorar la eficiencia operativa en todas sus líneas de negocio. También planea expandir su presencia en mercados emergentes del sur global, como India, donde la demanda se mantiene relativamente fuerte. Se espera además un crecimiento sostenido del negocio de la plataforma webOS, con nuevas propuestas de contenido en áreas como videojuegos y arte digital.

**LG** **Vehicle Solution (VS)**

La división VS alcanzó ingresos récord por aproximadamente 2.03 mil millones USD y una utilidad operativa de aproximadamente 89.9 millones USD, el mejor resultado trimestral en su historia. Este desempeño fue impulsado por una sólida cartera de pedidos y un aumento en las ventas de vehículos OEM, especialmente en Europa.

El enfoque estratégico hacia sistemas premium de infoentretenimiento en vehículos (IVI) incrementó significativamente la rentabilidad, mientras que las mejoras en eficiencia operativa en componentes para vehículos eléctricos y sistemas de iluminación también contribuyeron positivamente. A futuro, la división se centrará en fortalecer relaciones clave con clientes y mantener su rentabilidad mediante nuevas eficiencias operativas.

**LG Eco Solution (ES)**

La división ES registró ingresos por aproximadamente 1.88 mil millones USD y una utilidad operativa de aproximadamente 178.4 millones USD, marcando un récord para un segundo trimestre. El crecimiento fue impulsado por la alta demanda de aires acondicionados residenciales en Corea y la expansión continua en los segmentos comercial e industrial de HVAC. El aumento en los volúmenes de ventas mejoró el apalancamiento operativo, elevando la rentabilidad.

Para la segunda mitad del año, la compañía buscará capitalizar la demanda de reemplazo con productos de alta eficiencia, además de ampliar su portafolio para fomentar el crecimiento a largo plazo. También planea explorar nuevas oportunidades en sectores emergentes como centros de datos impulsados por inteligencia artificial, fortaleciendo sus soluciones de HVAC comercial y enfriamiento industrial —incluidos sistemas para generación de energía— y escalando su negocio de soluciones de enfriamiento líquido.

# # #

***Acerca de LG Electronics, Inc.***

*LG Electronics es un innovador global en tecnología y electrónica de consumo, con presencia en casi todos los países del mundo y una fuerza laboral internacional de más de 75,000 personas. Las cuatro divisiones de LG —Home Appliance Solution, Media Entertainment Solution, Vehicle Solution y Eco Solution— generaron ingresos globales superiores a los 88 billones de wones surcoreanos en 2024.LG es un fabricante líder de productos para consumidores y empresas, que incluyen televisores, electrodomésticos, soluciones de aire, monitores, componentes y soluciones automotrices. Sus marcas premium LG SIGNATURE y su línea inteligente LG ThinQ son reconocidas a nivel mundial. Para conocer las últimas noticias, visita:* [*www.LGnewsroom.com*](http://www.LGnewsroom.com)

***Contacto de Prensa:***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***LG Electronics México***  Daniel Aguilar Gallego  Media & PR  Tel.  55-5321-1977  **daniel.aguilar@lge.com**       | ***LG Electronics México***  Daniela Medel  Media & PR  Tel. 56-6230-2485  **daniela.medel@lge.com**   | ***Burson***  Montserrat Valle  Sr Account Executive  Tel. 55-3100-4564  **Montserrat.vallevargas@bursonglobal.com** | ***Burson***  Antonio Memije Account Executive  Tel. 55-2729-2373 **antonio.memije@bursonglobal.com**  |