

Mundo Dufry

E-magazine corporativo del Grupo Dufry



D U F R Y

Número 1 / Marzo 2010

Dufry fortalece su posición en México

-  Nuevas tiendas en Italia, Niza, Shanghai, Honduras y Vancouver
-  Un servicio global de Atención al Cliente
-  Hudson News, el secreto de un establecimiento cercano



Editorial

Estrategia de crecimiento 2010

Editorial de Julián Díaz (CEO)

En 2009 recortamos los costes, reestructuramos nuestras empresas, y, sobre todo, logramos un mayor entendimiento de nuestras capacidades comerciales y financieras, para continuar así con nuestra estrategia original, basada en un crecimiento redituable.

En 2010 el cometido principal de Dufry pasa por la implementación de iniciativas que aportarán valor y reactivarán nuestra Estrategia de Crecimiento Rentable. Dicha estrategia se está basada en dos principios:

1. Gestionar todas las facetas del negocio: Promociones, campañas de marketing, servicio al cliente, etc. con el propósito de incrementar el gasto por pasajero logrado en 2009, siendo ésta la manera más eficiente de mejorar nuestra productividad y el crecimiento orgánico de cada compañía (tanto en el número de pasajeros como en el gasto por pasajero).
2. Mantener las eficiencias generadas en 2009 durante la implementación del Plan de Eficiencia y, especialmente, la reducción en los gastos fijos lograda en cada compañía del grupo. La sostenibilidad es un reto que debemos tener en consideración también en 2010, ya que, en este tiempo de recuperación, es tan importante como cualquier plan previsto de crecimiento.

El equipo de dirección ha desarrollado varias iniciativas, que se desglosan en detalle en los presupuestos de las distintas empresas, aprobados por sus respectivos Consejos de Administración.

Pero además de todas las iniciativas globales desarrolladas para dar apoyo a la hora de conseguir estos ambiciosos objetivos, me gustaría comentar el proyecto específico Plus1 de Dufry que comenzará en 2010 y engloba un periodo posterior de tres años. Dufry Plus1 trasladará nuestra visión de un crecimiento continuo rentable a la realidad de nuestras operaciones. La idea general es que cada día estemos comprometidos en mejorar la forma de trabajar para poder acercarnos más a nuestros clientes, conociéndolos y sabiendo mejor cómo satisfacer sus necesidades. Dufry Plus1 supondrá un gran esfuerzo



en todo, por lo que tengo grandes expectativas con sus resultados. En el próximo número de Dufry World estaré encantado de poder ofrecerte más detalles al respecto.

Para finalizar, me gustaría presentarte nuestra nueva revista corporativa electrónica "Dufry World". Es una herramienta de información moderna, creativa, interactiva y concisa. Los miembros de Dufry de todo el mundo se podrán beneficiar con su lectura. Además, será distribuida por e-mail, impresa y expuesta en el tablón de cada establecimiento y siempre estará disponible en la web creada al efecto. Así que, por favor, léela y haznos saber tu opinión sobre ella. Espero que la disfrutes.

Contenido

Editorial **2**, Noticias de Dufry **3**, Gente Dufry **5**, Bien hecho **6**, Reportaje principal **7**, Tienda destacada **8**

Contenido de las secciones



Editorial

Declaraciones y anuncios del CEO/COO/CFD, editoriales, noticias, hitos, compromisos y nuevos acuerdos de la empresa, cambios en la gestión.



Noticias regionales

Nuevas tiendas o renovadas, conceptos, contratos, actividades promocionales, premios, iniciativas y noticias locales.



Reportaje principal

Tema principal o entrevista con algún personaje destacado (normalmente este tema ocupa la imagen de portada). Se resalta alguna actividad, negocio o momento especial.



Bien hecho

Historias de éxito, temas locales de fondo, casos de buenas prácticas.



Gente Dufry

Presentación de un empleado por algún motivo especial: Nuevas ideas, buen trabajo, intereses especiales o un hobby original.



Tienda destacada

Un establecimiento nuevo o redecorado. [Contraportada de la versión para imprimir de la revista].

AVISO LEGAL

Editor: DUFFRY AG, Hardstrasse 95, 4020 Basel Switzerland **Equipo editorial:** Sede central: Julián Díaz, José Antonio Gea, Xavier Rossinyol, Jordi Martín-Consuegra, Juan Antonio Nieto, Lubna Haj Issa **Equipo editorial regional:** Marcus Griffin (HQ), Tijani Djaziri (R2), Nader Ghazzawi (R3), Lourdes Arenciba (R4), Luana Cloper (R5), Laura Samuels (R6) **Diseño, redacción, edición y coordinación:** Match Communications, Zurich; Itziar Marañón, Roland Sennhauser, Christian Staub **Producción:** Match Communications, Zurich and x-site, Basel **Esta revista se publica en:** Inglés, Francés, Italiano, Portugués y Español **Página web:** www.dufry.emagazine.com

Dufry es una empresa internacional de comercio minorista para viajeros con 11.000 empleados que atienden a clientes a través de más de 1.000 tiendas situadas en 42 países.

Noticias
regionales

Noticias de Dufry

Sede central: Dufry AG y Dufry South America Ltd. firman un acuerdo de fusión

El 11 de febrero de 2010 fue firmado un acuerdo de fusión entre Dufry AG y Dufry South America Ltd. Con esta transacción, los accionistas de Dufry South America Ltd. se convertirán en accionistas de Dufry AG y el negocio de Dufry South America Ltd. será totalmente propiedad de Dufry AG. La razón fundamental sobre la que se basa este acuerdo es simplificar la estructura corporativa del grupo Dufry con una base unificada de accionariado. Además, la transacción incrementará la flexibilidad estratégica del grupo Dufry para buscar oportunidades de crecimiento a nivel mundial y en América del Sur. La fusión tiene que ser aprobada en una junta general especial de los miembros de Dufry South America y en una junta extraordinaria de accionistas de Dufry AG en la segunda mitad de marzo. ■

Grupo: Solidaridad con Haití

El 22 de enero la sociedad suiza realizó un gran esfuerzo para ayudar a las víctimas del terremoto que 11 días antes había destruido una gran parte de Haití. Y, como otras grandes empresas o ciudadanos del país centroeuropeo, Dufry contribuyó con una donación en el Día Nacional de Recolecta por Haití. Además, Dufry también ha donado para la organización de ayuda en el país caribeño "Mano a mano" 50.000 dólares. Uno de los proyectos principales para los que este dinero será destinado es la construcción de una escuela primaria.

Otro gesto de solidaridad dentro del grupo llegó por parte de las más de 580 tiendas Hudson, donde se han instalado urnas especiales para donaciones. En cada recipiente una señal insta a los clientes a que donen sus cambios. El grupo Hudson enviará el dinero recolectado a la Cruz Roja Americana para su ayuda en Haití. ■

Italia: Dufry expande Hudson a las estaciones de trenes



Dufry está creciendo en Italia a través de la expansión del modelo de negocio de Hudson News. El pasado mes de octubre Dufry firmó un acuerdo para gestionar 41 tiendas en las mayores estaciones de tren del país europeo. Con este contrato, se abren las puertas del concepto de tienda de conveniencia de Dufry a los 150 millones de pasajeros que, anualmente, transitan por las estaciones de Roma, Milán, Turín, Bolonia y otras nueve ciudades italianas relevantes. ■

Francia: Nuevas tiendas en Niza



Las tiendas contarán con marcas como Hugo Boss y Hermes.

Hermes, Armani, Hugo Boss y Celio son sólo alguna de la oferta de marcas con la que contarán las tres tiendas de moda que Dufry gestionará en el aeropuerto de Niza, gracias a un acuerdo por seis años firmado a finales de 2009. Además, la compañía firmó otro acuerdo en la ciudad francesa que incluye una tienda de comida y souvenirs. ■

Egipto: Nuevos aeropuertos y espacios adicionales libres de impuestos

Entre las buenas noticias con las que Dufry concluyó el año 2009 destaca la concesión de dos contratos en Egipto para gestionar cuatro tiendas libres de impuestos en los aeropuertos de Assyut y Borg El Arab. El espacio total comercial será de 958 m² y en ambos casos existirá una tienda en la zona de llegada y otra en la de salida. ■



Vista del aeropuerto egipcio Borg El Arab.

Marruecos: Nueva tienda en el aeropuerto de Fez

El 10 de enero, Dufry abrió un nuevo establecimiento con una superficie total de 64 m² en el Aeropuerto Internacional de Fez. Ésta, la octava tienda de Dufry Marruecos en los aeropuertos del reino, ofrece una gran variedad de productos como tabaco, perfumes, chocolate, alcohol o accesorios. El aeropuerto de Fez es, actualmente, el cuarto del país con más de 250.000 pasajeros que salieron en vuelos internacionales en 2009 y una previsión para este año de 275.000 pasajeros. ■

**Noticias regionales****China: Nuevas tiendas y gerente para Shangai**

El Grupo Dufry ha firmado un acuerdo con el Aeropuerto Internacional Hongqiao de Shangai para dirigir 20 tiendas – de venta con impuestos- que ocuparán un espacio de 1.500 m² en la terminal Oeste. Está previsto que en este mes de marzo dicha terminal sea abierta. Además, el 15 de enero, se anunció la elección de Kevin Farrow como Gerente Comercial de Área en Shangai. Farrow, con más de 25 años de experiencia en el mercado del comercio para viajeros, estará encargado de organizar y administrar las actividades diarias del nuevo proyecto de Dufry en el Aeropuerto Internacional Hongqiao de Shangai. ■

República Dominicana: Nuevo Director General

José Rego llegó en enero a su nuevo puesto como Director General de Dufry en la República Dominicana con el objetivo de continuar con la expansión del grupo en el mercado caribeño. Con una exitosa carrera de casi 20 años a sus espaldas, en la industria de la venta libre de impuestos en Brasil, las responsabilidades que asume Rego incluyen la gestión general de las operaciones locales y los recursos, así como la dirección de las actividades comerciales en las tiendas Dufry de la zona. ■

Barbados: DFCH adquiere la Colombian Emeralds International

El Duty Free Caribbean Holdings (DFCH) anunció la adquisición de la marca Colombian Emeralds International junto con las marcas asociadas Jeweler's Warehouse, Perfect Time y Diamond Boutique. Esta operación fue acordada con Stephen Crane y la Franchise Services Corp. y coincide con el deseo del señor Crane de retirarse este año. ■

Honduras: Nuevas tiendas en Roatán

Dufry llega al nuevo puerto de Roatán con un acuerdo de diez años para operar una tienda libre de impuestos de 673 m². Roatán es una isla turística en la Bahía de Honduras que recibe medio millón de visitantes al año por lo que la consecución de este contrato supone una buena



El equipo que trabajará en la tienda libre de impuestos de 673 m².

oportunidad para reforzar la posición líder de Dufry en el Caribe. Además, marca la entrada de la compañía en el mercado hondureño de venta para viajeros. ■

Bolivia: Nueva Directora General para Bolivia

Ana Victoria es la nueva Directora General en Bolivia. En su nuevo cargo, será responsable de dos establecimientos libres de impuestos que Dufry tiene en este país latinoamericano. Dichas tiendas, en las que trabajan 28 personas, están situadas en Santa Cruz de la Sierra y en La Paz. Ana Victoria dará parte a Pedro Henrique, el Superintendente de ventas. ■

Brazil: Un puesto de trabajo para salir de la pobreza

A finales de 2009, Dufry Brasil organizó la ceremonia de graduación de la decimoquinta clase del Centro de Capacitación Administrativa (CTA, en portugués). De acuerdo con el proyecto social que Dufry lleva a cabo en Río de Janeiro, el CTA forma cada año a unos 25 jóvenes desfavorecidos. De éstos, un 95% logra entrar en el mercado laboral gracias a esta iniciativa que promueve la ciudadanía y el acceso al trabajo. Este año, además, el proyecto social ha aumentado su capacidad a 30 jóvenes estudiantes: 15 hombres y 15 mujeres que comenzaron sus clases en marzo de 2010. ■

Las Vegas: Show de Gestión y Distribución

Estos jóvenes contaron con el apoyo de Dufry.

El Grupo Hudson celebró recientemente su séptimo Seminario de Gestión y Show de Distribución en Las Vegas, Nevada. Esta cita anual reunió a todo el equipo directivo, socios, personal del grupo, así como a distinguidos invitados. El tema era "2010: El año del Cliente". Los responsables de Hudson se comprometieron a continuar con algunas de las iniciativas que se establecieron en 2009 para mejorar el servicio al cliente. Kathy Castro, la Directora General del Grupo Hudson en el Aeropuerto Internacional de Orlando fue nombrada GM del Grupo Hudson del año (para localidades de menor tamaño). Chuck Bowie, Director General



Noticias
regionales

en el Aeropuerto Internacional de Nueva Orleans, recibió, por su parte, el galardón de GM del Año para localidades de gran tamaño. ¡Felicidades a ambos! ■



GM del Año: (l.t.r.) Mike Petersen, Mario Scordia, Joe DiDomizio, Kathy Castro (con el premio), Doug Martino, Bobby Napoli.

Vancouver: Tiendas olímpicas

Los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Invierno celebrados en la ciudad canadiense de Vancouver fueron el gran acontecimiento de febrero. Por ello, el Grupo Hudson operó en el Aeropuerto Internacional de Vancouver varios establecimientos temporales olímpicos – dos tiendas y diez quioscos- en los que se ofrecían productos oficiales de merchandising de este evento deportivo. Por otro lado, el verano pasado, el grupo abrió un nuevo concepto de tienda en este aeropuerto con el nombre de Travel + Leisure. ■



Vista de una de las Tiendas Olímpicas en Vancouver.

Orlando: El Grupo Dufry nombrado Minorista del Año

El Grupo Dufry ha mantenido su corona como Travel Retailer del Año en los premios anuales de DFNI para la Travel-Retail Excellence en América. La compañía recibió este galardón en la ceremonia de presentación celebrada el 25 de febrero en el hotel Marriot World Center de Orlando, durante el Duty Free Show de las Américas. Estos premios son otorgados mediante una votación abierta a todas las compañías que operan en el mercado minorista americano para viajeros.



Gente Dufry

Komal Seeburn



Komal Seeburn trabaja como supervisor de tienda en Basilea. Nació en 1972 en Mauricio y se trasladó hace siete años a Suiza. Está casado, acaba de ser padre y es un buen consejero si algún cliente de paso por el aeropuerto pregunta por un

original plan para visitar el país de los Alpes.

Para Komal un día de visita ideal comenzaría con algo que no corresponde con la típica idea de Suiza: El Zoo de Basilea. “Cuenta con la mayor variedad de animales de todos los zoológicos suizos. Y está cerca de Basilea por lo que, tras un traslado de cinco minutos, se puede continuar el día descubriendo el centro de nuestra preciosa ciudad”, explica con orgullo.

Entonces, la propuesta para los hambrientos turistas sería la de acudir a su restaurante favorito, el Kreuz, en el pueblo de Metzerlen (a media hora de Basilea), para degustar “la mejor cocina suiza”. Komal invita a probar el “Zürcher Geschnetzeltes”, un plato compuesto por pequeños pedazos de carne de ternera en una salsa de nata con champiñones y noodels de huevo, típicos del país. ■



Una forma original de disfrutar de Suiza: El Zoo de Basilea.



No toda la comida suiza es queso.



Bien hecho

Brasil, el corazón del Departamento del Servicio Global de Atención al Cliente

Un joven que olvidó su maleta tras comprarle un perfume a su novia en Río de Janeiro; un hombre de negocios que quiere saber si en su vuelta a casa desde el aeropuerto de Milán podrá encontrar buen queso Parmesano... Estas personas tienen algo en común: Pueden solucionar sus problemas o dudas, contactando con el Departamento del Servicio Global de Atención al Cliente de Dufry.

En 2009, Dufry estableció un nuevo departamento enfocado a la búsqueda de la satisfacción del cliente. Para conseguir este objetivo, el grupo puso en marcha distintas iniciativas en las áreas de Capacitación, en el Centro de Atención, en la web, en la comunicación y también en la investigación.

El lugar escogido para situar la sede de este departamento fue Río de Janeiro ya que así se podía aprovechar la estructura que existía en la Región 5. "Brasil tenía un buen centro de atención que llevaba 20 años funcionando. Con esta base, el reto consistió en ajustar los procedimientos, capacitar al personal y en desarrollar sistemas para que el servicio pudiera funcionar en todo el grupo", explica el Director del Departamento del Servicio Global de Atención al Cliente, Mario Portela.

Para llevar adelante este proyecto, se desarrolló un protocolo de Servicio de Primera Clase con las reglas básicas para asegurar un servicio superior, que fue enviado a todos los equipos



El año pasado contactó gente desde 55 países.

de ventas. Además, se creó una campaña de comunicación para difundir este servicio a través de las tiendas de Dufry, y la web de la compañía se completó con nuevas secciones: Contact Us (Contáctanos), Shopping at Dufry (Comprar en Dufry) y Customer Services (Servicios para el Cliente). En esta última se incluye la Política de Servicio al Cliente; Opinión; Consejos para Viajar y el Dufry World Magazine.



El equipo que resuelve los problemas en cuatro idiomas.

Por otro lado, se implementó un programa llamado "Mystery Shopper" (Comprador Misterioso) para evaluar la calidad de los productos, la asistencia en la venta, los establecimientos, etc.

"Las mayores dificultades en la creación de este Servicio Global de Atención al Cliente fueron la implementación del proyecto sin la incorporación de más personal y, sobre todo, el poder desarrollar una política de garantía mundial, ya que hay que tener en cuenta las diferentes leyes de todos los países en los que operamos", declara Mario Portela, quien añade que, a pesar de estas dificultades, "el servicio está estandarizado ahora por todo el mundo. De hecho, desde febrero a diciembre de 2009 ha sido contactado por personas de 55 países diferentes".

El Servicio Global de Atención al Cliente cuenta con un equipo preparado para contestar en inglés, francés, español y portugués de 10 de la mañana a 6 de la tarde (GMT). Además los clientes pueden contactar por medio de un número gratuito, un mail, por chat o haciendo click para llamar a través de la web. "Nuestro reto para 2010 es consolidar y ajustar los procesos de funcionamiento para que sigamos mejorando los niveles de servicio, ya que la meta sigue siendo la excelencia", concluye. ■



Reportaje principal

Dufry consolida la venta Duty-Free en México

En un año muy negro para los aeropuertos mexicanos, algunas compañías han sabido ver las oportunidades que surgen, hasta en los tiempos de crisis. En octubre de 2009 Dufry firmó un acuerdo para adquirir los bienes y contratos de Latinoamericana Duty Free, su máximo competidor en México hasta ese momento.



Rodolfo Velasco, Director General Dufry Mexico

En mayo de 2009 algunos aeropuertos de México sufrieron una bajada de viajeros de más del 50% con respecto al año anterior. La causa estaba en la combinación letal de la crisis financiera con el miedo al contagio de la Gripe A, cuya propagación imparable comenzó en abril de 2009 desde el suelo mexicano.

“Dufry está en un conjunto de países y puede soportar, en un momento determinado, este tipo de caídas. Por eso, aunque la crisis fue muy mala en México, a esta compañía le abrió una oportunidad”, explica el Director General de Dufry México, Rodolfo Velasco.

En un mercado como el mexicano, donde las metas aún son las de recuperar los niveles del año 2008, Dufry adquirió, a finales de 2009, los bienes y los contratos de Latinoamericana Duty Free (LDF), sumando así, entre otras cosas, las tiendas que la empresa mexicana tenía en los aeropuertos de Ciudad de México, Acapulco, Guadalajara, León, Monterrey, Los Cabos, Ixtapa, Puerto Vallarta, Guanajuato y Mazatlán.

Tal y como Julián Díaz explicó el año pasado, esto casi ha duplicado el volumen de negocios del grupo en México, ha fortalecido su posición de líder en el país y, además, permitirá que Dufry introduzca allí el modelo de negocio de las tiendas Hudson News.

En total, la operación añade 24 locales con más de 3.700 m² y 200 empleados al grupo. “Lo primero que hicimos fueron unos cursos de integración para que el personal que pertenecía a LDF se sintiera cómodo con esta nueva etapa”, expone Velasco, “la verdad es que su experiencia en el sector es uno de los mejores activos que se incorporan a Dufry”.

Un ejemplo de cómo afecta esta adquisición a la estrategia y las metas del grupo se refleja en la situación del aeropuerto de Ciudad de México. En él, Dufry ya tenía el Boulevard, una gran superficie comercial en una de las puertas de la Terminal 1.

Ahora, gracias a este acuerdo, la tienda frente a la otra puerta de salida, que pertenecía a LDF se incorpora a Dufry. “Con esto, hoy atendemos al 100% de los pasajeros que salen por la Terminal 1 de la Ciudad de México. Lo que queremos hacer es que nos permitan reinventar, superar, la idea del Boulevard. Porque todo puede hacerse mejor. En principio empezáramos en esta ciudad. Luego se irá pasando a los otros aeropuertos, por orden de importancia”, añade Velasco, quien no esconde el optimismo con el que la nueva coyuntura le permite encarar el año, “esta adquisición es un paso más, que nos permite ampliar nuevos horizontes”. ■



Dufry tiene 24 locales adicionales en los aeropuertos mexicanos. ▶



Dufry extiende Hudson News internacionalmente

Todo viajero sabe lo estresante que un aeropuerto lleno de gente puede llegar a ser. Transformar esta difícil experiencia, en una placentera, es la misión de Hudson News.

2010 será el año en el que el concepto de las tiendas Hudson News continúe su expansión internacional como parte del Grupo Dufry.

Los viajeros en las estaciones de tren más importantes de Italia; aquellos que han disfrutado del sol de Puerto Rico o de la República Dominicana; gente de negocios, esperando por la nieve en el aeropuerto de Basilea; o jóvenes cansados y satisfechos tras un viaje en carretera por México. Todos tendrán la oportunidad de disfrutar de la oferta de las tiendas Hudson News, volcadas en ofrecer las mejores herramientas para el relax: Un buen libro, revistas entretenidas, analíticas, de rabiosa actualidad... pero también aparatos electrónicos, snacks, refrescos y muchas otras cosas que los viajeros puedan necesitar.

Otro de los secretos en el éxito de los establecimientos Hudson News, que seguirá presente en las nuevas tiendas, es la combinación de un diseño internacional, común a los locales de los distintos países, con un toque local que aumenta la cercanía con los clientes. ■

