

Mundo Dufry

E-Magazine corporativo del Grupo Dufry



D U F R Y

Número 4 / Mayo 2011



Una nueva web para una compañía líder a nivel internacional

-  Premios Dufry One: El reconocimiento al buen trabajo en equipo
-  Grupo Dufry: Enérgico crecimiento y resultados financieros
-  Nueva tienda en el Aeropuerto Internacional Bush de Houston

Nueva página web: www.dufry.com



Editorial

Próspero relanzamiento de la página web

Editorial de José Antonio Gea

Esta edición, la primera de 2011, profundiza en una de las iniciativas lanzadas por Dufry para fortalecer los lazos con nuestros clientes, proveedores, inversores y cómo no, con todo el personal de la compañía. Me refiero a la renovación de nuestra página web, el Portal de Dufry.

Dentro del proyecto Dufry Plus One y también como parte de las mejoras en los servicios de atención al cliente, en septiembre de 2010 se dio a conocer una web que está dirigida a nivel mundial tanto a los viajeros nacionales como a los internacionales.

Gracias a las últimas tecnologías, esta web, disponible en seis idiomas, cuenta con una imagen más innovadora y comercial. Además, los inversores y los clientes recibirán información actualizada de Dufry, así como novedades sobre las tiendas, los productos, datos prácticos para sus viajes y sobre las costumbres de los lugares a los que se desplazan.

Otro de los puntos a destacar es el servicio Pre-order, que permite al pasajero seleccionar y adquirir a través de Internet artículos de Dufry que después podrá recoger en nuestras tiendas. Este servicio estará disponible tanto en las áreas de llegada como en las de salida y se puede acceder a él a través de un móvil, un portátil o cualquier ordenador estándar. Es rápido y sencillo.

Además, podemos anunciar que próximamente Dufry lanzará a través de su web otra prestación que aumentará el potencial comercial de la empresa. Una herramienta de e-commerce permitirá la compra de productos online que luego serán llevados a la dirección escogida por el cliente. Este servicio de entrega a domicilio se pondrá en marcha en Brasil como un primer paso antes de su despliegue internacional. ■



José Antonio Gea, Jefe de Operaciones Globales.

Contenido

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

Símbolos y 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.

PIE DE IMPRENTA

Editor: DUFY AG, Hardstrasse 95, 4020 Basel Switzerland **Equipo editorial:** Sede central: Julián Díaz, José Antonio Gea, Xavier Rossinyol, Jordi Martín-Consuegra, Javier González, Lubna Haj Issa **Equipo editorial regional:** Marcus Griffin HQ), Emorine Franck R1), Tijani Djaziri R2), Céline Heinrich R3), Lourdes Arenciba R4), Marianne Areal 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:** <http://emagazine.dufry.com>

Dufry es una empresa internacional de comercio minorista para viajeros con 12.000 empleados que atienden a clientes a través de más de 1.130 tiendas situadas en 41 países.



Noticias Dufry

Noticias regionales

Sede central: Fuerte crecimiento y resultados financieros en 2010

Los buenos resultados de 2010 llegan como consecuencia de la perseverancia en nuestros esfuerzos durante los últimos años. Tanto el desarrollo en 2010 como las expectativas a medio plazo avalan la estrategia que Dufry definió en 2004 de centrarse en los mercados emergentes y en los destinos turísticos. Además, la diversificación regional de Dufry ha vuelto a demostrar que es un punto clave para la gestión de riesgos. Como resultado de todo esto, la compañía ha consolidado su posición líder a nivel internacional en la industria del comercio para viajeros no sólo en términos de volumen de negocios, sino también de rentabilidad.

Cada región aumentó su volumen de negocios según las tasas constantes de divisas, siendo la región de Sur-América la que encabeza el nivel de crecimiento con un 40%. En general, el volumen de negocios de Dufry se incrementó en un 15% en base a tasas constantes de divisas, dentro de este resultado, el crecimiento orgánico representó el 10,1%. El margen bruto mejoró en 1,6 puntos porcentuales llegando a 57,5% y el EBITDA creció hasta un 19,2% en tasas constantes de divisas. Las ganancias netas aumentaron un 48,8% hasta los 144,8 millones de Francos Suizos (CHF). Dufry volvió a generar una importante cantidad de flujo de efectivo de las operaciones de 362,5 millones de CHF.

Tal y como Julián Díaz, CEO del Grupo Dufry, comentó: "En 2010, se confirmó la solidez de nuestro modelo de negocio. Estamos convencidos de que nuestra estrategia actual también será un éxito en los próximos años y vamos a seguir para mejorar el crecimiento de la línea superior y el margen bruto. También para aprovechar la estructura de costos de la empresa. La implementación de nuestros planes a medio plazo "Dufry Plus One" y "One Dufry", que comenzó en 2010,

será la clave para seguir desarrollando nuestro negocio y para fomentar su rentabilidad". ■



Los ganadores del reto de ventas: Daniel García felicita a Jasmin Banak (arriba). (abajo) Delphine Cholin-Latouche y Ricardo Pinto.

Basilea: Un cupón de éxito

A finales de 2010, el equipo de la tienda Dufry en el Aeropuerto Internacional de Basilea se propuso un reto. "Queríamos que las ventas por cupón fueran del 5% del total de ventas", explica Franck Emorine, encargado de Comunicación de la Región Europa. El desafío comenzó el 4

de octubre y se prolongó durante doce semanas. El equipo de ventas en conjunto tenía que llegar a esta meta del 5% y los tres empleados que vendieron la mayor parte de este porcentaje resultaron ganadores a nivel individual. El equipo de Basilea consiguió su objetivo y los tres ganadores individuales fueron: 1. Jasmin Banak, 2. Delphine Cholin-Latouche; 3. Ricardo Pinto. ■

Guadalupe: Apertura brillante

La nueva tienda que abrió en febrero en el aeropuerto de Guadalupe Polo Caribe ha tenido un comienzo de altos vuelos. El local de 506 m², situado en la zona de operaciones, ha logrado un fuerte rendimiento en su primer mes. Este espacio incluye una tienda de Hudson News, así como una tienda de productos sin impuestos con una variedad en la oferta que incluye perfumes, licores, chocolates, recuerdos y productos locales de Guadalupe. El equipo a cargo de la apertura ha trabajado muy duro. Por eso se quiere dar las gracias a Michel Millet, Marielle Vatron (asistentes de logística) y Christophe Maza (gerente de venta). ■

Marruecos: Impulso a las cifras de crecimiento

Mediante la implementación de un paquete de medidas, que incluía el curso de capacitación Dufry Plus One, Marruecos ha mantenido su ritmo de crecimiento de dos dígitos. Casablanca es un buen ejemplo: "Hemos cambiado por completo nuestra forma de trabajar tras la llegada de un nuevo gerente y tres jefes de producto a tienda. Además se ha promovido entrenamientos en equipo y se ha dedicado bastante tiempo volviendo a implementar algunos conceptos básicos (limpieza, uniformes, servicio al cliente...)", explica Tijani Djaziri, el gerente regional de Recursos Humanos de la Región de África. Los resultados no podrían ser mejores y Casablanca disfruta de un fuerte crecimiento desde enero de 2011. ■

Ghana: Ruptura con el pasado

Ghana tiene la particularidad de ofrecer dos enfoques en su posicionamiento comercial: La tienda diplomática y la tienda en el aeropuerto internacional de Kotoka. Uno de los primeros retos ha sido la transformación de las tiendas para aumentar su atractivo comercial. El equipo de Dufry ha combinado este cambio con una implicación muy fuerte en estos locales, pero respetando los principios básicos de la actividad en la (alto número de "fastmovers", un artículo / un precio y una oferta clara). La estrategia está dando sus frutos y desde octubre de 2010, Ghana ha aumentado su volumen de negocios en comparación con el año pasado, pasando a ser de dos dígitos. La rentabilidad también ha crecido de forma lineal. ■



Noticias regionales

Túnez: Respuesta a la demanda de vino

To Para responder a un aumento de la demanda de vino en Túnez, Dufry volvió a abrir en diciembre de 2010 la tienda especializada en este producto que tenía en la zona de salidas del aeropuerto internacional de Cartago. Esta bodega ocupa 56m² y se encuentra dentro de un establecimiento libre de impuestos más grande. El surtido se compone de 76 vinos diferentes de 16 marcas y seis países. ■

China: Premio a nuestro personal por su servicio al público



Algunos de los empleados de Dufry del Aeropuerto de Shanghai fueron premiados.

La Autoridad Aeroportuaria de Shanghai (AEA) comprueba regularmente los niveles de servicio al cliente en los comercios y puestos de alimentación del Aeropuerto Internacional

de Hong Qiao. Sobre la base de informes y estudios, los premios fueron otorgados de la siguiente manera: El mejor servicio al cliente de empleados en comercio minorista: Cartier Boutique (Sr. Li Cong), Perfumes y cosméticos (Sra. Gu Wen Ting), Cristal de Swarovski (Sra. Li Qing); L'Occitane W4 (Sra. Chen Yuan Yuan). Mejor desempeño en la categoría de servicio al cliente: Cartier Boutique. Premio a la tienda seis estrellas (con los más altos niveles de servicio y satisfacción del cliente): Hermes (aceptada por la Sra. Nina Qing en nombre de todo el equipo de Hermes). ■

Moscú: Extensión en Domodevo



Dufry ha abierto un nuevo local de 63m² con moda y tabaco.

Cuando los pasajeros traspasan el control de seguridad del Aeropuerto de Domodedovo en Moscú, comienzan a caminar hacia las puertas de embarque rodeados de es-

tablecimientos Dufry. A la izquierda, se encuentra la tienda principal y a la derecha, desde 10 de noviembre de 2010 hay un local nuevo de 63 m² con dulces y tabaco. ■

Belgrado: Nueva cafetería Speak Easy

El 1 de febrero Dufry inauguró una cafetería en el aeropuerto de Belgrado, situada en la zona de Llegadas de la Terminal 2. En los 195m² de local, los clientes pueden elegir entre una amplia selección de alimentos y bebidas, tales como: Café, tortas, sandwiches, bebidas alcohólicas, cervezas, refrescos y cócteles. ■

Puerta Maya: Dufry inaugura una gran tienda



El local es muy frecuentado desde sus primeros días.

Un nuevo establecimiento de 1'014 m² se inauguró el 31 de marzo en el puerto mexicano de Puerta Maya. Situado en la

isla de Cozumel este puerto, que es operado por Carnival Cruises, es un lugar turístico, visitado cada año por 1,5 millones de pasajeros. La nueva tienda está principalmente dedicada a los artículos para viajeros (650 m²) e incluye un área de Colombian Emeralds (204 m²) y otra para Hudson News (160 m²). ■

Brasil: Humberto Mota, ciudadano brasileño de honor



Humberto Mota, presidente de Dufry Brasil.

El presidente de Dufry Brasil, Humberto Mota, ha sido reconocida como una parte importante de la sociedad de su país con el prestigioso Premio de Brasil de Ciudadanía. El jurado estuvo compuesto por el Centro de Información de las Naciones Unidas, la Asociación Nacional Brasileña de Prensa y el diario Folha Dirigida. En esta edición de

2011, los otros galardonados, que recibirán su premio en una ceremonia oficial el 12 de junio, han sido: el Ministro de Trabajo, Carlos Lupi, el alcalde de Río de Janeiro, Paes Eduadro, el arzobispo de Río de Janeiro, Don Mariano Beltrame y el periodista brasileño con más influencia en la actualidad, Ancelmo Gois. ■

Brasil: El Proyecto Fénix mejora el sistema logístico

Desde junio de 2010 y hasta diciembre de 2011 Dufry ha puesto en marcha un proyecto de logística en Brasil llamado



Noticias regionales

Fénix para apoyar el crecimiento del mercado local. Los objetivos de este proyecto son: Implementar una herramienta moderna llamada WMS (Warehouse Management System) que controlará las operaciones de los almacenes en los aeropuertos; la reestructuración de las bodegas, que se adaptarán a las necesidades de las nuevas operaciones; también mejorar los procesos de recepción, almacenamiento, envío e inventario; y organizar sesiones de formación para los empleados que utilizan estas herramientas y nuevos procedimientos. ■

Brasil: Dufry participa en el Ultramaraton

Dufry estará representada por primera vez en el Maratón ComRades. El 29 de mayo, la empresa patrocinará al director de Operaciones Regionales Pedro Custodio, y a la asesora legal, Claudia Lacerda, que trabajan en la oficina de Río de Janeiro. Ambos participarán en la carrera que tiene 89 km y que va de Durban a Pietermaritzburg, en Sudáfrica. Además, puesto que compiten en el sur de África, los dos apoyarán a una institución de ayuda humanitaria. El patrocinio de Dufry incluye una acción sin precedentes en su labor de responsabilidad social: Además de los fondos de formación del dúo y los gastos de viaje, Dufry recaudará fondos, con otras empresas asociadas, por cada kilómetro de los atletas completen. ■



Las Vegas: Hudson celebra sus buenos resultados en su conferencia anual

Some 600 Hudson executives, business partners and vendors participated in the Hudson Group's eighth annual Management Seminar & Vendor Show, held between the 1st and 4th of December 2010 in Las Vegas. The meeting consisted of a general session and roundtable meetings and a full-day Vendor Show. Above all, the Managers Awards were presented on December 2nd. ■

Concurso Dufry World: ¿Dónde sueñas con viajar?

Dufry ofrece a todos sus empleados la posibilidad de ganar un viaje a cualquier tienda Dufry en todo el mundo. Sólo tienes que leer con cuidado los artículos de este número de la revista Dufry World y encontrar las respuestas a estas sencillas preguntas:

1. ¿Cómo se llama el sistema logístico lanzado en Brasil?
2. ¿Cuántas categorías tienen los premios Dufry One?
3. ¿Qué departamento ha coordinado la renovación de la web de Dufry?

Por favor, envía tu respuesta hasta el 30 de junio de 2011 a Lubna Haj Issa (Global Corporate Communications) por mail a suggestions@dufry.ch También necesitamos tu apellido, nombre, dirección, código postal, país y lugar de trabajo.

* Sólo los empleados de Dufry pueden tomar parte en este concurso. Sólo se aceptará a los participantes que aporten las respuestas correctas. Hay un único ganador, elegido por sorteo. El ganador será notificado por correo. La jurisdicción de los tribunales se excluye, así como el equivalente en efectivo de este premio. No se mantendrá correspondencia. Sujeto a las condiciones adicionales sobre la base de los requisitos legales aplicables. El nombre del ganador se publicará en el próximo número.



Gente Dufry

Bill Terwilliger



Bill Terwilliger, vicepresidente de Análisis de Negocio, Grupo Hudson.

Las Solicitudes de Propuestas (RFP) a los viajeros perfilan el tipo de local comercial que es requerido en un aeropuerto: Quioscos, cafés, librerías, tiendas de especialidades y/o tiendas libres de impuestos. El análisis inicial de estas oportunidades de negocio para Hudson en los EE.UU. y Canada está encabezada por un solo miembro del Equipo de Desarrollo de Negocios: Bill Terwilliger,

Vicepresidente de Análisis de Negocios, que trabaja en Nueva Jersey. Con 15 años de experiencia en Hudson y Dufry, Bill rastrea cuidadosamente cada página de las RFP, en busca de pistas que ayuden a su equipo a desarrollar una respuesta ganadora.

Dependiendo de la dirección del aeropuerto, el número de libros producidos para una sola respuesta de RFP puede ir de 10 a unos 200. El número de convocatorias en la producción, en este trimestre, es de 17. Lo que explica por qué Bill Terwilliger es uno de los miembros más activos (y más dedicados) del equipo de Desarrollo de Negocios. ■



"BillT", como es conocido, celebró recientemente sus 15 años en la compañía.



Lee & Gana
un viaje a una tienda Dufry

Y el ganador es...

Mr. Melroy Noronha,
Aeropuerto Internacional de Sharjah

Respuestas correctas para el concurso del Número 3: 1. 30 de junio de 2010; 2. Rusia, China, India y Brasil; 3. Discutir con un cliente.



Bien hecho

La página web de Dufry, el espejo perfecto para una empresa global

La renovación de un sitio web en una empresa internacional es un proyecto muy desafiante. Gracias a los esfuerzos realizados por Dufry el año pasado, desde septiembre de 2010 la empresa dispone de una herramienta atractiva y actualizada para mostrar su cara al mundo.

Las tarjetas de visita, folletos, cartas, faxes o teléfonos -la mayoría de las herramientas que las empresas utilizaban en los viejos tiempos para comunicarse- miran con envidia al rey indiscutible de la comunicación corporativa en la actualidad: La página web. Ésta no sólo es un instrumento esencial de marketing para una compañía mundial como Dufry, sino que también le ofrece la oportunidad de interactuar más y mejor con sus clientes, proveedores, empleados e inversores.

Por ello, nuestra empresa ha estado trabajando duro para poner en marcha un sitio web que sea atractivo para los clientes y, a la vez, se sitúe como una herramienta de marketing. "El proyecto fue coordinado por el Departamento Internacional de Servicio al Cliente. Sin embargo, fue tan complejo, que sólo ha resultado posible gracias al apoyo y el compromiso de varias áreas: Marketing, IT, Operaciones, Relaciones con Inversores, Comunicación Corporativa, etc", comenta el director del Departamento Internacional de Servicio al Cliente, Mario Portela.

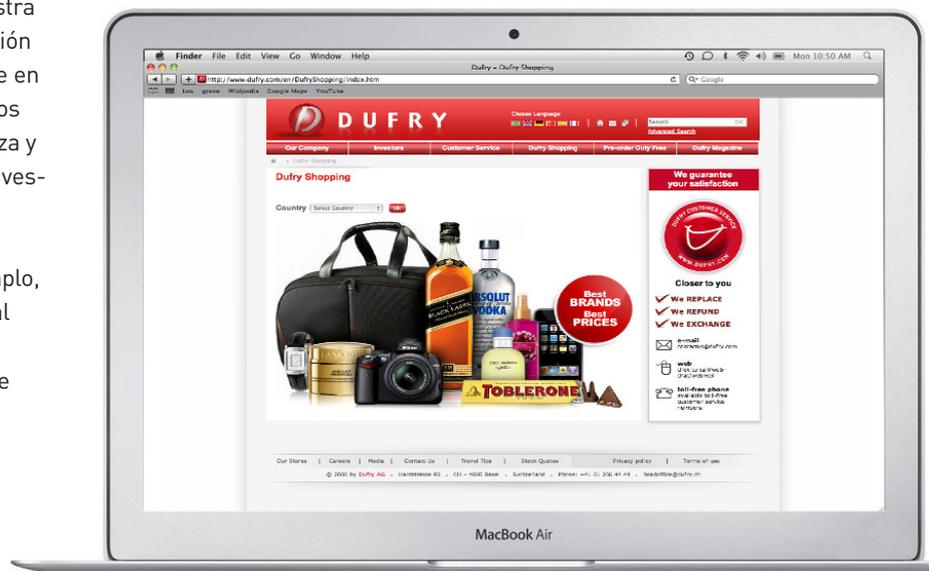
Para lograr el objetivo de tener un portal web actualizado, cada sección tiene un "propietario", responsable de mantener dicho contenido. En Brasil, por ejemplo, son responsables de secciones como: El Servicio al Cliente, Dufry Shopping, Pre-Order Duty Free y el Dufry Magazine. La sección "Nuestra Empresa" se actualiza con información institucional publicada desde la sede en Basilea. El Área de Relaciones con los inversores, que se encuentra en Suiza y Brasil, está a cargo de la sección "Investors" (Inversores).

El sitio web es fácil de usar. Por ejemplo, hay una sección en el menú principal denominada Dufry Shopping. Allí, el visitante selecciona un país en el que haya tiendas de Dufry, y, a continuación, puede ver las marcas, promociones y ofertas locales. "Aparte de esta parte comercial,

también ofrecemos un contenido valioso e interesante para los viajeros, como una Guía de Consejos de viajes. Por no hablar de la sección de la revista Dufry World que contiene información sobre estilo de vida, ideas de viajes, gastronomía y comercios", explica la responsable de esta página web, Karina Moura.

Otra herramienta importante es la sección de "Servicio al Cliente", donde es fácil encontrar nuestra política de servicio al cliente, las prestaciones de aduanas de los países, o la información y la hora para ponerse en contacto con Dufry en inglés, portugués, español y francés a través del chat, correo electrónico o utilizando el número gratuito. El aumento de la variedad de idiomas para la navegación fue otro de los objetivos principales del equipo responsable de esta web. "Esto era algo lógico puesto que Dufry es una empresa multinacional. Por eso, nuestro portal está disponible en 6 idiomas: Inglés, portugués, español, alemán, francés y mandarín", agrega Mario Portela.

Como resultado de todo este esfuerzo, los clientes dedican un 40% más de tiempo a la navegación por el sitio web (comparando el último trimestre de 2009 con el último trimestre de 2010). "A pesar de que se trataba de un gran proyecto, y de que actuamos desde Brasil, lo que implica una zona horaria diferente, hemos tenido la ayuda de todas las regiones. Además, nos sentimos muy integrados con la sede de Dufry en el desarrollo de este proyecto y fue bueno saber que compartíamos las mismas ideas con las otras personas que trabajan en esta compañía", señala Karina Moura. ■



Reportaje
Principal

Premios Dufry ONE: Reconocimiento al buen hacer

Nuestros logros hasta la fecha, tales como los derivados de los proyectos One Dufry y Dufry Plus One, sólo han sido posibles gracias a los distintos equipos de personas que integran Dufry y que han trabajado para mejorar y hacer crecer nuestro negocio. Por ello, Dufry ha lanzado recientemente los Premios Dufry ONE para reconocer el trabajo en tres áreas clave: La productividad, el servicio al cliente y la innovación. Cada equipo de la categoría ganadora recibirá un premio en reconocimiento a su sobresaliente contribución a la empresa. Los nuevos galardones para 2011 son:

1. El Premio Dufry ONE a la Productividad: Abierto a las operaciones de todas las tiendas y que valora la mejora anual en la productividad, basándose en una serie determinada de criterios como: Las ventas, el número de billetes y el gasto medio por billete.
2. El Premio Dufry ONE del Cliente: Abierto a las operaciones de todas las tiendas que participan en el programa mundial de Mystery Shopper. Reconoce el desempeño individual de cada establecimiento en temas como su aspecto, la disposición de los productos, el servicio al cliente y las normas de checkout.
3. El Premio Dufry ONE a la Innovación: Abierto a todos los equipos de Dufry, con propuestas procedentes de todos los COO Regionales en conjunción con sus directores Regionales de Recursos Humanos, el director Financiero Global y el director de Operaciones Mundiales. Se reconocerán las innovaciones que han dado resultados positivos y medibles para la empresa.



Introducing for 2011

D U F R Y
one
AWARDS

Excellence Recognised

**RECOGNIZING EXCELLENCE IN PRODUCTIVITY,
THE CUSTOMER EXPERIENCE & INNOVATION**

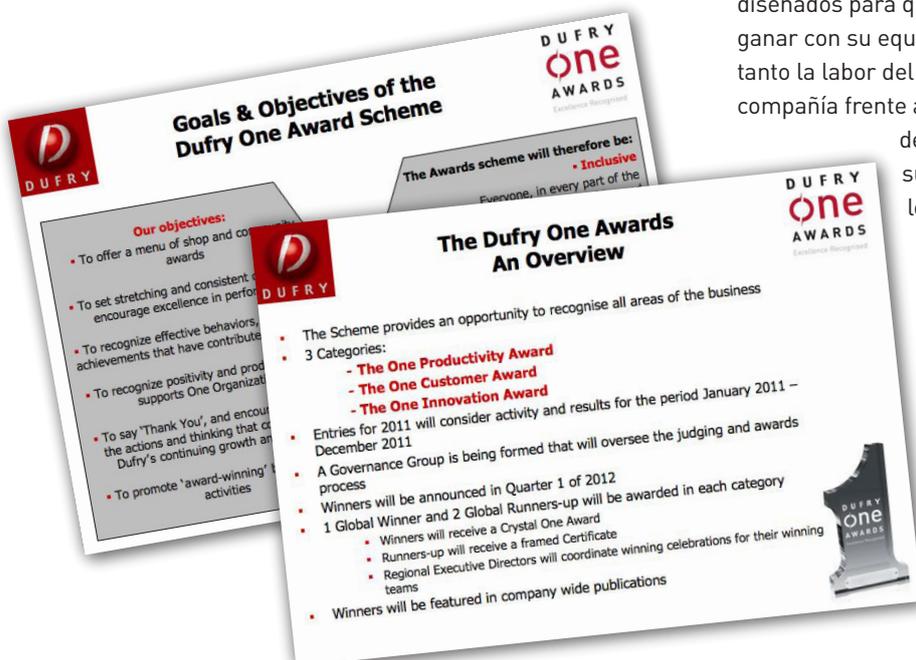
An opportunity to show all you have to give...
and for us to say Thank You and Well Done.
It takes all of us to be the Best!

For further information please contact
Global OHR or your local OHR representative

D U F R Y

Los premios están abiertos a todos los empleados. Tu departamento de Recursos Humanos te informará sobre estos premios.

Los Premios Dufry ONE 2011 son una oportunidad de reconocimiento del trabajo realizado este año. Están diseñados para que cada empleado del Grupo Dufry pueda ganar con su equipo. Queremos asegurarnos de reconocer tanto la labor del personal de tiendas, que son la cara de la compañía frente a nuestros clientes, como a los diferentes departamentos que ayudan con su apoyo o sus proyectos innovadores en la mejora de los servicios que ofrece Dufry. ■



Goals & Objectives of the Dufry One Award Scheme

Our objectives:

- To offer a menu of shop and company awards
- To set stretching and consistent targets to encourage excellence in performance
- To recognize effective behaviors, achievements that have contributed to the success of the organization
- To recognize positivity and productivity that supports One Organization
- To say 'Thank You', and encourage the actions and thinking that contribute to Dufry's continuing growth and success
- To promote 'award-winning' activities

The Dufry One Awards An Overview

- The Scheme provides an opportunity to recognise all areas of the business
- 3 Categories:
 - The One Productivity Award
 - The One Customer Award
 - The One Innovation Award
- Entries for 2011 will consider activity and results for the period January 2011 – December 2011
- A Governance Group is being formed that will oversee the judging and awards process
- Winners will be announced in Quarter 1 of 2012
- 1 Global Winner and 2 Global Runners-up will be awarded in each category
 - Winners will receive a Crystal One Award
 - Runners-up will receive a framed Certificate
 - Regional Executive Directors will coordinate winning celebrations for their winning teams
- Winners will be featured in company wide publications



Tienda destacada

El “Bloomingdale’s” de los aeropuertos

En la Terminal E del Aeropuerto Internacional Bush de Houston los pasajeros pueden disfrutar de una experiencia de compras de lujo con el nuevo establecimiento de Dufry. A través de sus 783 m² esta tienda ofrece un ambiente moderno, cómodo y relajado. Además, los clientes pueden elegir entre una amplia selección de productos libres de impuestos tales como bebidas alcohólicas, tabaco, bombones, perfumes y cosméticos.

Basándose en su lujosa decoración y en su favorecedor ambiente comercial, esta tienda ha sido diseñada para convertirse en el “Bloomingdale’s” de la venta minorista en los aeropuertos. ■

