

Mundo Dufry





E-Magazine corporativo del Grupo Dufry



D U F R Y

Número 7 / Septiembre 2012

Gran reorganización interna, remodelando el camino al éxito

-  Resultados del primer semestre de 2012
-  Lanzamiento de los premios One Dufry 2012 y ganadores de 2011
-  Nuevas tiendas en Francia, Armenia, India, China y Brasil
-  Entrevista con el nuevo CFO Andreas Schneider

www.dufry.com

Reorganización en Dufry: Preparándonos para el futuro

Editorial del CEO Julián Díaz

Como se anunció, Dufry ha pasado por una importante reorganización interna que se inició a principios del verano. El periodo de transición termina el 1 de septiembre cuando el proceso de reorganización estará completo y se habrá implementado.

En los últimos ocho años, Dufry ha experimentado una evolución significativa en la que el tamaño de la empresa se ha incrementado por cinco y por la cual, nos hemos convertido los líderes del mercado minorista para viajeros con una cuota de mercado del 8%.

Creemos que nuestra estrategia de crecimiento rentable implementada en los últimos años continúa siendo válida. Por ello, nuestro objetivo es el de seguir creciendo orgánicamente, incrementando el número de pasajeros, mejorando nuestra productividad y aumentando las ventas por pasajero. Igualmente, queremos seguir mejorando nuestros márgenes operativos, así como el uso de nuestro capital. Por lo tanto, es necesario adaptar la estructura de la empresa para poder seguir este camino de crecimiento y la reorganización es un paso importante para reforzar aún más nuestro modelo de negocio.

Los principios clave de la reorganización son muy simples: Nuestro objetivo es descentralizar la ejecución del negocio y dar mayores responsabilidades a las regiones para las operaciones del día a día y tenemos la intención de centralizar esas funciones donde podemos aprovechar nuestras escalas y crear sinergias globales, como en la contratación y en la logística. En resumen, la reorganización ha sido diseñado para capacitar a nuestros empleados y acercarnos más a nuestros clientes y arrendatarios, reforzando nuestro enfoque empresarial en el crecimiento y la eficiencia.



Julián Díaz, CEO.

Me gustaría felicitar a las personas que ocupan nuevos cargos y dar las gracias a todos los ejecutivos por su destacada contribución en los últimos años. Cada uno de ellos ha sido un actor clave en el desarrollo de Dufry y seguirá siéndolo en sus nuevas funciones.

Estamos convencidos de que esta reorganización hará más efectiva a Dufry en el desarrollo de su modelo de negocio y fortalecerá aún más nuestra posición como la compañía líder a nivel mundial de comercio minorista para viajeros. ■

Contenido

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

Símbolos y secciones:

<p>Editorial</p> <p>Declaraciones y anuncios del CEO/COO/CFO, editoriales, noticias, hitos, compromisos y nuevos acuerdos de la empresa, cambios en la gestión.</p>	<p>Noticias regionales</p> <p>Nuevas tiendas o renovadas, conceptos, contratos, actividades promocionales, premios, iniciativas y noticias locales.</p>	<p>Reportaje principal</p> <p>Tema principal o entrevista con algún personaje destacado normalmente este tema ocupa la imagen de portada). Se resalta alguna actividad, negocio o momento especial.</p>	<p>Bien hecho</p> <p>Historias de éxito, temas locales de fondo, casos de buenas prácticas.</p>	<p>Gente Dufry</p> <p>Presentación de un empleado por algún motivo especial: Nuevas ideas, buen trabajo, intereses especiales o un hobby original.</p>	<p>Tienda destacada</p> <p>Un establecimiento nuevo o redecorado. Contraportada de la versión para imprimir de la revista.</p>
--	--	--	--	---	---

PIE DE IMPRENTA
Editor: DUFY AG, Hardstrasse 95, 4020 Basel Switzerland **Equipo editorial:** Sede central: Julián Díaz, José Antonio Gea, Andreas Schneider, Jordi Martín-Consuegra, Javier González, Lubna Haj Issa **Equipo editorial regional:** Emorine Franck (R1), Tijani Djaziri (R1), Marcus Griffin (R2), Madelin Moreno (R2), Tiago Gloria (R3), Laura Samuels (R4) **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 13.500 empleados que atienden a clientes a través de más de 1.200 tiendas situadas en 45 países.

Noticias Dufry

Noticias regionales

Continúa el fuerte crecimiento y la expansión del margen

Dufry continuó actuando con fuerza en el primer semestre de 2012 con un crecimiento del volumen de ventas del 28,4%. El margen bruto se incrementó en 0,8 puntos porcentuales y alcanzó el 58,8%. El EBITDA aumentó un 48,4% hasta los CHF 220,1 millones y el margen EBITDA alcanzó el 14,5%, 190 puntos básicos más que en el mismo periodo de 2011. Julián Díaz, CEO del Grupo Dufry, comentó: "Una vez más, Dufry ha conseguido proporcionar un conjunto de resultados sólido. Gracias a nuestro enfoque disciplinado, aumentamos el volumen de negocios, así como nuestros márgenes. También se generó un importante flujo de caja libre que nos ha permitido desapalancar considerablemente en los últimos tres trimestres. Nuestras últimas adquisiciones continúan funcionando como se esperaba y las sinergias iniciales que se han creado nos dan la confianza de que estamos en el camino correcto para alcanzar nuestras metas. Una vez más, gracias a nuestra diversificación global, hemos podido equilibrar los resultados de todas las regiones y lograr así un crecimiento rentable".

Algunas regiones, como en Eurasia o América del Sur, aumentaron su facturación en más de un 50%, apoyadas por la integración de las adquisiciones. Todas las demás regiones también ha incrementado sus ventas y, en función de la situación económica local, su crecimiento ha oscilado entre el 6% y el 22%. Tal y como Julián Díaz declaró las perspectivas mundiales para esta industria siguen siendo positivas: "Aunque hay importantes diferencias regionales y por ello algunos mercados siguen siendo frágiles. Por lo tanto, vamos a continuar atentos a la evolución de todas nuestras operaciones". ■

Niza: Tienda temporal de Mc Gregor en el aeropuerto de Niza

Dufry puso en marcha una tienda pop-up en Niza para el Gran Premio de Mónaco de Fórmula 1, que tuvo lugar de mayo a junio. La marca elegida para el establecimiento fue Mc Gregor, el patrocinador textil oficial de esta competición. La tienda, situada en una zona de operaciones, vendió más de 1.200 piezas. "Vamos a repetir esta operación para el próximo año. De hecho, estamos trabajando en el mismo tipo de proyecto con Kipling para los meses de agosto, septiembre y octubre", informa el gerente de venta al por menor en Niza, Christophe Ricard. ■

Mauricio: Asociación con la empresa de Duty Free local

En enero se firmó un contrato con Mauricio Duty Free para desarrollar el negocio de venta libre de impuestos en la isla. La operación consolida el compromiso de la compañía con la nueva terminal del aeropuerto de Mauricio, que estará acabada a finales de 2012. Habrá una nueva tienda en la zona de salida (1.500 m²), dos en la de llegada (700 m²), una tienda de moda (270 m²) y tres tiendas High End de lujo (cada uno aprox. de 30 m²), así como un nuevo establecimiento en la zona de salida en la Isla Rodrigues (220 m²). ■



China: Crecimiento en el suroeste de China

Siete tiendas libres de impuestos abrieron sus puertas por primera vez el 28 de julio en la zona de salida de la Terminal 2 del aeropuerto internacional Chengdu Shuangliu. Cinco de ellas están especializados en marcas de renombre como Armani, Swarovski, Hugo Boss, Coach y Tumi. Las otras dos tiendas ofrecen perfumes y cosméticos y la gama de productos dentro del concepto de tienda Hudson Market. La superficie comercial total es de 2.249m². ■

India: 45 oportunidades para disfrutar de Hudson News & Cafe

Las primeras tiendas de "Hudson News & Cafe" ya han abierto en las estaciones del Metro Rail Corporation (DMRC)



Damos la bienvenida al nuevo equipo en India.



Noticias regionales

de Delhi. A finales de julio se abrieron 20 locales y en breve el número de tiendas alcanzará los 45 puntos de venta. El metro de Delhi transporta aproximadamente 2 millones de pasajeros al día y es una de las mayores redes de transporte de India. Dufry abrirá alrededor de 2000 m² de espacio comercial en toda la red DMRC en los próximos 3 meses. ■

Éxito del Punto de venta móvil en los cruceros

La Región Dufry América Latina ha puesto en marcha un dispositivo de punto de venta móvil para Flagship Retail Services, nuestra empresa que opera en las líneas de cruceros. Este sistema es un gran avance y permitirá realizar ventas en tiempo real desde cualquier punto de las naves. La implementación de la prueba piloto a bordo del NCL Dawn fue un éxito rotundo y ha sido posible gracias a la colaboración del equipo de operaciones de Flagship, el departamento de TI regional en Miami y los equipos directivos de la Norwegian Cruise Line. ■



Los clientes tienen un acceso más fácil a nuestros productos.

Brasil: Cinco colegas ponen a prueba sus límites

La carrera Ultra Marathon volvió a contar con un grupo de participantes del personal de Dufry de Brasil y Argentina: Pedro Henrique, Claudia Lacerda, Carlos Maciel, Miguel Bravo y Marcos Salomao representaron a nuestra compañía en este famoso evento deportivo. "Hemos aprendido mucho de esta experiencia: Hemos podido ampliar nuestros límites mucho más allá de lo que imaginamos. Nos gustaría dar las gracias a Dufry por darnos esta oportunidad única", declararon los participantes. ■



Brasil: Tiendas de cosméticos Kiehl

Desde mayo de 2012, Dufry comercializa una nueva marca en Brasil: Kiehl, que pertenece al grupo L'Oreal. Por ello, hay seis nuevas tiendas que operan en Brasil: Tres en Río de Janeiro, dos en Belo Horizonte y otra en Sao Paulo. Kiehl está comprometida con el cuidado de la naturaleza y no utiliza conservantes, sus botellas son reciclables y los champús no son testados en animales. ■



Kiehl pertenece a L'Oreal, y está comprometida con la naturaleza.

Dallas: Nuevas tiendas y concesiones en alimentación llegan al Dallas Love Field

Dos "joint ventures" lideradas por el Grupo Hudson han sido seleccionadas por la Ciudad de Dallas en un proceso de licitación para proporcionar tanto servicios de tiendas minoristas como de alimentación en el recientemente renovado aeropuerto Dallas Love Field (DAL).

Esta concesión incluye ocho paquetes de tiendas y dos de alimentos: tres puestos de periódicos, una tienda de libros, 11 locales especializadas y cinco ubicaciones de alimentos y bebidas, lo que supone un total de casi 4.877 m². Las marcas ganadoras y los conceptos de tienda tendrán un distintivo claramente de Dallas, en línea con la preferencia señalada por RFP. Por lo tanto, algunas de las tiendas tendrán nombres como West End News y CNN Newsstand – Dallas, junto a las marcas nacionales Hudson News y Librerías Hudson.

En cuanto a las tiendas especializadas, éstas representarán negocios y atracciones locales como el Fair Park TX, Billy Bob's Texas, ropa de hombre Mallasadi y las famosas botas de Texas. Otros conceptos especiales incluirán ropa de mujer de Desigual, Tech on the Go, Travel + Leisure, Spectacles, Bliss, Soybu y Fire CZ. En relación a la alimentación y las bebidas, el premiado negocio local Jason Deli hará su debut en un aeropuerto con un gran restaurante, mientras que Dunkin', Donuts, Baskin Robbins y un nuevo concepto grab-and-go llamado "Gourmet Texpress" ofrecerán café y aperitivos desde diferentes lugares a los viajeros con prisa. ■



Gente Dufry

Reconocimiento del sector



Armen Unusyan, Supervisor de Mantenimiento en el Aeropuerto Internacional de Zvartnots

Armen Unusyan que trabaja como supervisor de mantenimiento en las instalaciones de Dufry en el aeropuerto internacional de Zvartnots en Yereván, Armenia, ha sido galardonado con un certificado de Lacoste por excepcional enfoque en el servicio al cliente. Antes fue nominado por sus compañeros a los premios "The Front Line" de la revista Moodie Report. Armen es responsable de una amplia gama de tareas relacionadas con el servicio al cliente y, en particular, en el apoyo al trabajo de las cajeras, incluida su formación, evaluación y supervisión.

"He estado trabajando para la compañía durante más de cinco años, porque me gusta mi trabajo", declaró Armen. "Me gusta afrontar las cuestiones desde un punto de vista práctico y también el trabajo con la gente. Trato de compartir mi conocimiento y mi forma de encarar las cosas con los demás". El empleado de Dufry también ha compartido un consejo para resolver situaciones difíciles: "Hay que ser flexible y estar preparado para tomar decisiones rápidas y responsables".

La razón principal por la que le han otorgado este reconocimiento es que, debido a su "exhausto trabajo y a su capacidad para asumir distintas tareas, la tienda en su conjunto puede proporcionar un buen nivel de servicio al cliente". ■

Andreas Schneider



Andreas Schneider, Jefe de Operaciones Financieras (CFO)

Desde la recién acometida reorganización interna, Andreas Schneider es el nuevo Jefe del Departamento Financiero (Chief Financial Operations, CFO), un reto al que se enfrenta con entusiasmo.

DW: Está a cargo del Departamento Financiero de Dufry, ¿cuáles son sus principales funciones?

AS: El asegurar que la estrategia financiera se ajusta a la estrategia global; supervisar las tareas principales rela-

cionadas con las finanzas del Grupo, incluidas las regiones; y ejercer de intermediario con actores externos, tales como inversionistas y bancos. Pero voy a formar parte de un gran trabajo en equipo, por lo que, afortunadamente, no voy a tener que hacer esto solo.

DW: ¿Qué espera cambiar?

AS: Tenemos que mejorar nuestras capacidades en áreas como la gestión de riesgos. En los últimos años, el mundo se ha vuelto más volátil y hemos crecido mucho. Por lo tanto, los errores pueden tener un impacto mucho mayor que en el pasado y queremos asegurarnos de errar lo menos posible. Otro tema importante es cómo desarrollar nuestro negocio para agregarle valor. Si somos capaces de combinar la experiencia que tenemos en operaciones y en finanzas, habrá oportunidades para mejorar nuestro negocio.

DW: ¿Y qué espera que permanezca igual?

AS: Seguiré estando muy ocupado.

DW: ¿Qué característica de su personalidad le ayuda en su posición?

AS: Soy una persona de mente abierta y me gusta trabajar con la gente.

DW: ¿Podría decir qué aspecto del Departamento Financiero encuentra especialmente interesante?

AS: Las finanzas son una forma de reflejar la realidad. No se trata de barajar cifras, sino de proporcionar información dentro de un marco que permite a los gerentes y empleados tomar las decisiones correctas. ■



Bien hecho

La eficiencia y el trabajo en equipo tienen premio

En enero de 2012, se presentaron los Premios One Dufry. Ésta fue la primera vez que nuestra empresa organizó esta competición y los resultados son un buen reflejo de la diversidad y del compromiso de un equipo tan internacional como el de Dufry. Estamos orgullosos de presentar a los ganadores en las tres categorías:

1. Premio One Productivity (productividad):

1er puesto (compartido): República Dominicana y Tenerife, España.

2do puesto: Brasil.

2. Premio One Customer (cliente):

1er puesto: República Dominicana.

2do puesto: Sharjah (Emiratos Árabes Unidos).

3er puesto: Puerto Rico.

3. Premio One Innovation (innovación):

1er puesto: "Mega Evento" iniciativa de promoción – a lo largo del grupo. Los miembros de este equipo son: Javier González, Marketing Sede Central; Ian Foster; Santiago Pérez, Gerente de Marketing, España; Daniil Petrov, Gerente de Marketing, Rusia; Chouk Lelia, Gerente de Marketing, Túnez; Michelle Coloma, Gerente de Marketing, Sharjah; Cora Carla, Gerente de Marketing, Puerto Rico; Christina Sadlak, Gerente de Marketing, Newark; Otilia Solano, Gerente de Marketing, Rep. Dominicana; Mario Portela, Director de Marketing de Brasil; Alejandra Velazquez, Gerente de Marketing, México; Giusti Luca, Gerente de Marketing, Italia; Franck Emorine, Marketing Manager, Basilea y Praga; Muriel Runser, Procurement P & C Category Manager; Pilar de Garrastazu, Director Global de P & C.

2do puesto: El Equipo X - Sharjah, Emiratos Árabes Unidos. Los miembros del equipo de ventas profesional son: DCOO, Erik Van der Veen; Gerente de Operaciones, Bala Krishnan; RRHH, Raymond Cotter.

3er puesto: La Fachada Viva Project - Brasil. Los participantes de este equipo son: Mario Portela, Director de Marketing de Brasil; Andre Mafra, Marketing, Brasil; Fernando Chaves, Marketing, Brasil; Cleber Amaral, Merchandising.

La edición de los Premios One Dufry de 2012 fue lanzada en marcha en mayo, los ganadores y los premios serán anunciados a principios de 2013.

Un esfuerzo internacional para aumentar las ventas



Ian Foster, Gerente de Promociones Globales.

Ian Foster, Gerente de Promociones Globales con sede en la oficina central en Basilea, fue un miembro muy activo del equipo que logró el primer puesto en el Premio One a la Innovación 2011. El proyecto se llama el "Mega Evento" y se llevó a cabo de forma simultánea durante junio de 2011 en 5 regiones. El Mega Evento fue la forma de lanzar el nuevo perfume de Carolina Herrera, L'Eau. El equipo estuvo formado por 14 personas (de Marketing y Adquisiciones) de más de 10 países.

Dufry World: ¿Qué fue lo primero que le vino a la cabeza cuando le informaron de que su equipo había ganado?

Ian Foster: Primero fui informado por nuestro gerente global de Recursos Humanos de que la promoción del Mega Evento y los esfuerzos realizados en la colaboración entre Marketing y Adquisiciones estaban siendo considerados para el premio. Tuvimos que esperar un mes más antes de que el Sr. Díaz anunciara los resultados y, obviamente, nos quedamos encantados de que nuestra innovación y el trabajo en equipo fueran reconocidos de esta manera.

DW: ¿Qué precio ganaron?

Tenemos un fantástico trofeo de cristal que está expuesto con orgullo en mi oficina, junto con un marco en el que se certifica el premio. Yo sólo soy el que cuida este galardón, ya que pertenece a todo el equipo. De todos modos, cada miembro del equipo recibirá un certificado de «reconocimiento de la excelencia», para su propio despacho, firmado por el Sr. Julián Díaz.

DW: ¿Por qué cree que lograron el primer puesto?

Porque a raíz de este evento no sólo aumentaron las ventas del producto que promocionábamos, sino que, a través de la interacción con los clientes fuera de las tiendas, se logró un gran flujo de entrada a nuestros establecimientos. El proyecto ha tenido tanto éxito que se amplía de 12 a 31 lugares donde está Dufry.

DW: ¿Le gustaría añadir algo?

El Mega Evento ha evolucionado hasta convertirse en una actividad permanente. Un programa continuo que cada mes destaca y promueve una marca o un producto. Una vez más, me gustaría aplaudir el compromiso, el trabajo duro y la dedicación de los dos equipos de Adquisición y Marketing, participantes en esta fase inicial del Mega Evento. ■



Reportaje Principal

Un cambio para reforzar el deseo de crecimiento

El 1 de julio, la empresa inició una importante reorganización interna con el fin de continuar con nuestra estrategia de crecimiento y con una cultura corporativa basada en el trabajo en equipo.

Dufry se ha desarrollado rápidamente en los últimos años. Desde 2003, el Grupo ha multiplicado por cinco su volumen de negocio, se ha expandido a 20 nuevos países y aumentó en 5 veces el número de puntos de venta y de personal. En 2011, Dufry facturó más de 2,6 millones de CHF, con una plantilla de más de 13.800 personas que trabajan en 45 países en más de 1.200 tiendas.



Renato Tesliuk, Pedro Henrique, Mario Estima, Jaime Balcells, Pedro de Aya-la, Cyrille Beauviche, Miguel Ángel Martínez, Erik Van der Veen, Juan Antonio Nieto, Santiago Pérez, Mitch Panzar.

Unas cifras tan impresionantes hacían necesario un ajuste en la estructura del negocio para alcanzar los objetivos financieros, comerciales y de eficiencia establecidos en el plan estratégico. Por ello, Dufry ha introducido los siguientes cambios:

1. La nueva configuración regional concentrará las 6 Regiones que había hasta ahora en 4. Las Regiones, están encabezadas por los siguientes COOs regionales, que responderán ante el CEO Julián Díaz: R1 Europa, África y Asia: Xavier Rossinyol, R2 América Latina: Rene Riedi; R3 Brasil: José Carlos Rosa y R4 América del Norte: Joseph DiDomizio. "Así la organización está más equilibrada y se puede gestionar con mayor eficacia desde un punto de vista global. Desde un punto de vista regional, esta consolidación permitirá a las regiones concentrarse en sus retos específicos", explica Jaime Balcells, Director de Organización e Integración, el departamento que trabajó junto con la empresa AT Kearney y las comunidades diferentes, que actuaron para poner en práctica esta reorganización.

2. La nueva unidad de negocio (BU) consolida las anteriores 19 unidades de negocio en 15. Como señala Jaime Balcells, el principal impacto que esta reorganización aporta es el de "reforzar los roles regionales con funciones comerciales muy fuertes".

3. La plataforma de contratación global (DTR) se está extendiendo para atender las operaciones de Dufry en todo el mundo, maximizando las economías de escala con la centralización de las funciones de contratación y logística.

4. El nombramiento para cada región de un Presidente Regional Asesor que fortalecerá el desarrollo empresarial local, las relaciones políticas e institucionales y la imagen de la empresa. Las personas designadas como Consejeros no ejecutivos asesores son: R1 Europa, África y Asia: Dante Marro; R2 América Latina: José H. González; R3 Brasil: Humberto Mota; R4 Norteamérica: Mario DiDomizio.

La reducción en el número de regiones también se verá reflejada en el Comité Ejecutivo del Grupo, que estará compuesto por: CEO, Julián Díaz; CFO, Andreas Schneider; COO Global, José Antonio Gea; Responsable del Departamento Legal, Pascal Duclos y los cuatro COO regionales.

Todos estos nombramientos se hicieron efectivos el 1 de julio y pasaron a ser plenamente operativos el 1 de septiembre. Ese día, nuestros clientes no sintieron ningún cambio directo en su experiencia de compra con Dufry. Sin embargo, fue un hito importante para esta empresa. "¡Esperamos que esta reorganización afecte directamente al cliente para bien! Creo que van a percibir un concepto de tienda para viajeros mucho más homogéneo a lo largo de todos los establecimientos que tenemos repartidos por el mundo", concluyó Balcells. ■

Uno de los más de 30 ejecutivos cuya función y actividades han cambiado tras esta reorganización es Jordi Martín-Consuegra. El hasta hace poco director de Organización Global y Recursos Humanos es ahora jefe de un departamento más grande que combina Organización, Recursos Humanos, Información, Tecnología y Comunicaciones Corporativas.

¿Por qué era necesaria una reorganización de esta magnitud? Porque a pesar de haber crecido mucho, nuestras ambiciones son aún mayores. La reorganización es una llamada a la acción para todos nosotros ya que no podemos vivir de los logros pasados.

¿Cómo ha experimentado personalmente todos estos cambios? Ésta es una gran oportunidad de crecimiento. El incremento en la responsabilidad que tengo es una presión bienvenida porque me permite crecer como líder en Dufry. Además, cuento con la fuerza del equipo que ya existe para asumir juntos todos estos retos.

¿Qué es lo primero que quiere hacer en esta nueva posición? Conocer a cada uno de quienes forman parte de este departamento y escuchar sus ideas y preocupaciones. Dufry es el líder en nuestro mercado y sus logros son el resultado de un esfuerzo colectivo, por lo que necesitamos contar con las aportaciones y el apoyo de todos.

Esta reorganización afecta directamente a muchos ejecutivos de Dufry, ¿cómo va a percibir estos cambios el resto del personal (ventas, gerentes de tienda, atención al cliente...)? A corto plazo, están los cambios más obvios de nuevas personas con nuevos roles. Sin embargo, realmente el cambio más importante es el que lograremos a medio y largo plazo. En Recursos Corporativos esto incluye el apoyo a la reorganización y a las nuevas integraciones, nuevos programas de recursos humanos y de formación, soluciones fuertes para IT y una mayor atención a las personas y a la comunicación.



Tienda destacada

Un paseo por la eficiencia en Armenia

El gran establecimiento libre de impuestos que Dufry opera en el aeropuerto internacional Zvertnots de Armenia es un ejemplo del compromiso de sus 68 empleados. De hecho, un miembro del equipo de Dufry, Armen Unusyan fue nominado por la revista Moodie Report y galardonado por Lacoste (ver artículo en la página 5). Este corredor comercial de 1.200 m² fue inaugurado en noviembre de 2011 y ofrece más de 500 marcas diferentes, que incluyen una amplia gama de licores locales e internacionales, tabaco, alimentación, perfumes, accesorios de lujo y mucho más. ■

