

Mundo Dufry

E-Magazine corporativo del Grupo Dufry



DUFRY

Número 11 / Diciembre 2013

Dufry aumenta el ritmo en Brasil

 Los resultados de los nueve primeros meses aceleran el crecimiento de la facturación

 Proyecto social en Brasil: El Centro de Formación Administrativa

 Tiendas de ensueño en el paraíso de Bali



Editorial

Brasil, todo a punto para asumir grandes retos

por José Carlos Rosa, COO R3 Brasil y Bolivia.

Parece que vivimos el gran momento de Brasil. El país acogerá en 2014 la Copa del Mundo de fútbol y los Juegos Olímpicos se celebrarán en 2016. Además, las autoridades están apostando por promover el desarrollo empresarial y esto está trayendo grandes oportunidades, como la reciente privatización de los aeropuertos más importantes del país. En este desafiante pero atractivo contexto, Dufry ha emprendido un ambicioso proyecto de expansión, con diferentes estrategias para aprovechar el gran momento de un país que representa alrededor del 20% del EBITDA del Grupo.

El 3 de septiembre de 2013, nuestra empresa anunció la firma de contratos a largo plazo en Guarulhos (Sao Paulo), Brasilia, Viracopos y Natal para operar establecimientos tanto de duty free como de duty paid a lo largo de los próximos 10 años. Esto significa un aumento de casi 20.000 m² de espacio comercial en dichos lugares.

Dufry también explorará el potencial de otros canales de negocio, como el de las tiendas duty free en las fronteras o el del mercado del duty paid (para los viajeros domésticos) con la introducción del concepto Hudson. Al mismo tiempo, estamos aprovechando la celebración de algunos eventos únicos, como el Mundial de fútbol de la FIFA, para el que Dufry gestionará las tiendas oficiales en Brasil.

Todos estos retos vienen acompañados de presión con el tiempo en que hay que ejecutarlos. Sin embargo, soy positivo con respecto a nuestro futuro próximo, porque el equipo que lidero está altamente motivado y listo para alcanzar nuestras metas.



Es momento de Brasil, pero es, especialmente, el momento que los brasileños – y el equipo brasileño de Dufry – han estado esperando para demostrar su capacidad para trabajar duro, cumpliendo con los plazos establecidos y con altos estándares de calidad, al igual que los de una empresa líder como Dufry. ■

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.

INPRINT

Editor: DUFY AG, Brunneggässlein 12, 4010 Switzerland **Equipo editorial:** Sede central: Julián Díaz, José Antonio Gea, Andreas Schneider, Jordi Martín-Consuegra, Javier González, Lubna Haj Issa **Equipo editorial regional:** Tijani Djaziri (R1), Marcus Griffin (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 más de 17.000 empleados que atienden a clientes a través de más de 1.400 tiendas situadas en 45 países.

Noticias
regionales

Noticias Dufry

HQ: Resultados de los primeros nueve meses – acelerando el crecimiento de la facturación

Dufry aumentó su facturación un 14% en los primeros nueve meses de 2013 llegando a los 2.688,7 millones de francos suizos (CHF), con un crecimiento en el tercer trimestre, que asciende al 21%. El EBITDA alcanzó los 386,0 millones de francos suizos y el margen EBITDA fue del 14.4% para los nueve primeros meses. El flujo neto de efectivo de actividades de explotación creció un 21% y llegó a los 346,6 millones de francos suizos. La facturación del Grupo alcanzó los 2.688,7 millones de francos suizos, mejorando los 2.363,9 millones de CHF de los nueve primeros meses de 2012. En la Región EMEA y Asia la facturación creció un 50,9% y alcanzó 894,9 millones de CHF. El negocio adquirido en Grecia en abril de 2013 se desarrolló con fuerza y las operaciones de Dufry en China y Camboya siguieron por encima de la media. En África, las operaciones en Egipto se han visto afectadas por la situación política, mientras que el rendimiento en Marruecos sigue siendo fuerte. La facturación en la Región América I se mantuvo en los 569,6 millones de CHF hasta septiembre, frente a 575,8 millones de CHF en el mismo periodo de 2012. Hubo una notable mejora en Uruguay; México y Argentina continúan de manera sólida y en el Caribe británico, la situación permanece con un rendimiento suave.

La facturación en la Región América II se mantuvo en los 519,8 millones de CHF en los primeros nueve meses de 2013, en comparación con los 548,3 millones de CHF en el mismo periodo de 2012. La alta volatilidad del real brasileño frente al dólar, continuó frenando la mejora en la zona. En la Región de Estados Unidos y Canadá el volumen de negocios llegó a los 659,0 millones de CHF en los primeros nueve meses de 2013, lo que supone un crecimiento del 7,3%. El negocio continúa funcionando con solidez gracias a la combinación de factores como: El crecimiento de pasajeros, el aumento en el gasto por pasajero, nuevas concesiones y ampliaciones. Además, en 2013, se agregaron 3.700 m² netos de nueva superficie comercial. ■

Asia: Nuevas concesiones en Taiwan, Corea y China

En los últimos meses, Dufry ha ampliado considerablemente su presencia en Asia, añadiendo nuevas concesiones en Corea del Sur y en China. En Corea del Sur, Dufry operará las tiendas duty free del Aeropuerto Internacional de Busan. En China, la empresa logró concesiones para gestionar tiendas de lujo duty paid en el aeropuerto Beijing Capital. Dufry también unirá fuerzas con Shenzhen Duty Free en el aeropuerto internacional de Shenzhen Bao An. Por otra parte,

el 16 de septiembre, Dufry y la Corporación de Desarrollo de Suelo de Taiwán (TLDC, en inglés) firmaron un contrato de 12 años para operar los espacios libres de impuestos (duty free) en la isla taiwanesa de Kinmen. La apertura de la primera fase está planificada para el primer semestre de 2014. Y la Joint Venture Dufry – TLDC gestionará todo espacio comercial libre de impuestos con un total de 3.000 m² en la plaza León de Viento (Wind Lion Plaza, en la foto). Con la incorporación de estas últimas concesiones y contratos, Dufry aumentará hasta los 14.000 m² su presencia en la región, operará 140 tiendas en 14 emplazamientos del Lejano Oriente, Oriente Medio y Asia Central. Los nuevos proyectos aportarán una facturación combinada de alrededor de 250 millones de francos suizos al año. ■



La Plaza del León de Viento en la isla taiwanesa de Kinmen es un ambicioso proyecto en el que Dufry gestionará todo espacio comercial libre de impuestos.

Asia: Boutique de Ferragamo en Shanghai

La boutique de Salvatore Ferragamo en la Terminal 2 del aeropuerto Hongqiao de Shanghai, con su magnífica decoración y su amplia gama de productos, ocupa 167 m² y está ubicado en la sección principal del Bulevar del Lujo. El proyecto "Bulevar del Lujo" promueve la presencia de primeras marcas en la T2 del aeropuerto de Hongqiao. Gracias a la profesionalidad del personal así como al equipo local de operaciones, la tienda ha experimentado un fuerte impulso de las ventas en los últimos cinco meses. ■



La boutique de Salvatore Ferragamo en Shanghai ha logrado muy buenos resultados en sus primeros cinco meses.



Regional News

América I: Desarrollo del pasillo comercial en Puerto Vallarta

La renovación de la tienda en Vallarta está prevista para marzo de 2014. El proyecto consiste en la creación de un pasillo comercial en un espacio de 632 m². El objetivo principal es que el diseño arquitectónico de la tienda, los colores, los suelos, techos, los muebles personalizados y las áreas de promociones mejorarán la experiencia de compra de los clientes. Los productos que se comercializarán se encontrarán dentro de las categorías “básicas”: El tabaco (con un humidificador walk-in), los licores, los dulces y las fragancias, además de CEI, joyería de moda, relojes, gafas de sol y textil. También habrá una zona llamada “Descubre México”, con una gran variedad de artesanías y joyas mexicanas. ■



El nuevo pasillo comercial en Puerto Vallarta mejorará la experiencia de compra del pasajero.

América I: Apertura de dos tiendas en Cancún

En enero de 2014 Dufry abrirá dos nuevas tiendas en la Terminal Charter Quintana Roo de Cancún. Estas tiendas de duty paid de 97 m² y 136 m², ofrecen fragancias, cosméticos y tratamientos de belleza, así como una amplia variedad de cigarrillos. ■

EE.UU. : Hudson recibe premios a la Diversidad/Inclusión del ACI-NA y el DFW

El Consejo Internacional de Aeropuertos – Norte América (ACI-NA, en inglés) así como el aeropuerto de Dallas-Fort Worth (DFW) han premiado recientemente (y por separado) al grupo Hudson por su larga trayectoria trabajando para incluir a mujeres y minorías en el negocio. ACI-NA representa el 95% de los organismos locales, regionales y estatales que poseen y operan los aeropuertos comerciales en los Estados Unidos y Canadá, así como a más de 350 empresas relacionadas con la aviación. Es la mayor de las cinco regiones mundiales del Consejo Internacional de Aeropuertos. Al hacer entrega de este reconocimiento, ACI-NA destacó: “El Grupo Hudson ha situado activamente en el corazón de su cultura corporativa la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo. El 75% del total de los empleados de Hudson pertenecen a una minoría étnica, así como el 40% de su personal directivo. Además, es patrocinador de la conferencia anual sobre la diversidad en los negocios de AMAC y apoya decididamente numerosas iniciativas caritativas y de desarrollo comunitario. En resumen, Hudson es un destacado promotor de las oportunidades profesionales por encima de la etnia o del género”.

En respuesta, el presidente y CEO del Grupo Hudson Group, Joe DiDomizio dijo: “Desde el comienzo del Grupo Hudson, el compromiso con la inclusión a todos los niveles ha sido parte de nuestro ADN. En particular, nuestros acuerdos con la ACDBE y los negocios de minorías han dado lugar a numerosas relaciones personales tan enriquecedoras como gratificantes. Nos sentimos honrados por el reconocimiento de ACI-NA en lo que consideramos que es una parte muy valiosa de nuestro negocio”.

Con una valoración similar, a principios de 2013, el DFW anunció los ganadores de sus Premios Campeones de la Diversidad 2013. Con este galardón se celebra el esfuerzo y el talento de los muchos negocios que son propiedad de minorías y de mujeres, así como las empresas de propiedad mayoritaria, que, en conjunto “hacen de DFW el aeropuerto de primera clase que es hoy”. Entre los homenajeados se encontró HG- Regali DFW JV, una empresa conjunta entre el Grupo Hudson (HG), Retail LLC y Regali, Inc., liderado por el socio de ACDBE Renee Dutia. Desde el Grupo Hudson se declaró el orgullo con el que se asocia con las Empresas de Concesiones de Aeropuertos para Negocios con Desventaja (ACDBE, en inglés) para traer diversidad, participación de empresas locales y el carácter singular a nivel local a los programas de concesión del aeropuerto. ■



Dufry Sports, ¡un equipo de alto rendimiento!



El equipo de Dufry Deportes enfrenta con optimismo los enormes desafíos del año que viene.

Integrado por el gerente general de Duty Paid, André Baldi, el gerente comercial, Márcio Querioz, el especialista de eventos, Thiago Salim y la gerente de compras de Duty Paid, Maria Isabel, el equipo de Dufry Sports ha logrado excelentes resultados en la gestión de establecimientos relacionados con eventos deportivos.

En 2013 fue el comercializador oficial en la Copa Confederaciones organizada en Brasil por la FIFA, con puntos de venta en los seis estadios donde se desarrolló el evento, ahora se prepara para un reto aún mayor: El Mundial de fútbol de Brasil 2014, que se espera que atraiga el año que viene a más de 1,6 millones de turistas al país. Con dos tiendas permanentes (una en Congonhas/SP; una en Santos Dumont/RJ), el equipo de Dufry Sports gestionó 22 tiendas temporales y quioscos en los estadios y 2 tiendas temporales en los aeropuertos (Recife y Salvador) para la Copa FIFA Confederaciones. Más de 300 personas tuvieron la oportunidad de trabajar en Dufry durante este evento y se espera que este número aumente para el año 2014, ya que Dufry operará más de 100 tiendas/quioscos durante el Mundial, vendiendo productos oficiales.

Creada en 2007, Dufry Sports se encarga de la venta de productos oficiales relacionados con el deporte. La primera vez que la marca estuvo presente en un torneo de alto nivel fue en los Juegos Panamericanos de Río 2007, con 72 tiendas distribuidas entre las instalaciones que acogieron estos eventos deportivos y una megatienda en la playa de Copacabana, con la venta de más de 500 productos con licencia. Desde entonces, Dufry Sports ha estado presente como la tienda oficial de otros eventos deportivos importantes, como el Stock Car (categoría más importante de Brasil de carreras de coches), los Juegos Militares Mundiales de Río 2011, Novo Basquete Brasil - NBB, y en una serie de carreras, como la de Sao Silvestre, el Maratón de Sao Paulo, la Media Maratón de Río y el Evento de la Volta da Pampulha. ■

Manager Dufry Sports



Gente Dufry



André Baldi dirige el equipo de Dufry Sports.

Está a cargo del Duty Paid de Dufry en Brasil, que es una de las líneas de negocio que se espera que más crezca en los próximos años. Por otro lado, André Baldi es también el director de Dufry Sports, la marca especializada en tiendas para grandes eventos deportivos.

Dufry World: ¿Cuánto tiempo ha estado en esta posición?

AB: He sido responsable del Duty Paid para la Region 3 desde 2009.

DW: ¿Qué le gusta más al respecto?

AB: La parte más interesante de mi trabajo es el desarrollo de nuevos negocios y formatos de operación.

DW: ¿Cuál ha sido el mayor reto hasta ahora?

AB: El Mundial de fútbol de la FIFA 2014, sin duda. Vamos a operar cerca de 100 tiendas en diferentes lugares, como estadios, aeropuertos y las ciudades anfitrionas.

DW: ¿Cómo afronta este reto su equipo?

AB: Todo el mundo está muy emocionado de formar parte de este proyecto, con todos los grandes eventos que nos esperan. Habrá mucho de trabajo, pero todo lo que estamos enfrentando con gran alegría.

DW: ¿Cómo ve Dufry Sports en cinco años?

AB: El próximo gran evento son los Juegos Olímpicos 2016, que tendrán lugar en Río de Janeiro y para los que tenemos el objetivo de ser también los distribuidores oficiales. En comparación con el Mundial de la FIFA 2014, es un evento más grande, en términos de venta al por menor. Además, tenemos planificada la apertura de nuevas tiendas Dufry Sports en los principales aeropuertos brasileños. ■



Bien hecho

Dos décadas de igualdad y oportunidades para jóvenes brasileños

Puesto en marcha en 1995 en Río de Janeiro (Brasil), el CTA (Proyecto social de Dufry Brasil) proporciona una formación adicional para los adolescentes de comunidades pobres en el barrio de Ilha do Governador, cerca del aeropuerto de Galeao. El objetivo es prepararlos para el mercado laboral.

Casi dos décadas creyendo en el potencial de los jóvenes de familias desfavorecidas ha traído brillantes resultados. A través del Centro de Formación Administrativa (CTA), más de 500 personas se han beneficiado con la posibilidad de ser incluidos en una sociedad que no ofrece las mismas oportunidades a todo el mundo.



Más de 500 jóvenes han encontrado oportunidades gracias a este proyecto. Muchos de ellos trabajan para Dufry .



30 estudiantes se gradúan cada año de la ATC .

Cada año, 30 estudiantes se gradúan del programa. Con la creencia firme de que la educación es un socio indispensable en el desarrollo sostenible de la sociedad, el CTA ofrece un programa diverso, con más de 460 horas de clases. Los adolescentes, de entre 14 y 17 años, desarrollan una visión amplia de las cuestiones ambientales y sociales, priorizándose los temas relacionados con la ciudadanía. Estudian sobre los derechos sociales y las relaciones humanas, conceptos de la venta al por menor, aspectos administrativos, inglés y orientación profesional.

“El compromiso social es un objetivo de primer orden para Dufry. Un ejemplo es la CTA que esta compañía mantiene para la formación profesional de unos adolescentes que además reciben atención médica y dental, un seguro de vida , uniformes, libros de texto, así como vales para las comidas y el transporte. Al final de cada curso, los jóvenes logran un puesto de trabajo, muchas veces en Dufry, donde ya hay algunos gerentes que estudiaron en el CTA”, explica Humberto Mota, Presidente Asesor de la Región 3 de Dufry. Debido a la importancia de este proyecto, Dufry ha sido reconocido por la Fundación Abrinq, una ONG local que apoya los derechos de los niños, con el sello de “Empresa Amiga del Niño”.

Desde el programa a una posición responsable

Trabaja en Dufry desde hace ocho años, el supervisor de tienda Robson Valdevino es un ejemplo de cómo el CTA facilita un mejor futuro mejor para los jóvenes: “Conocí el proyecto CTA cuando tenía 17 años , cuando me convertí en un estudiante de la 8ª clase que salió de este proyecto. Me pareció que este curso podría ser una gran oportunidad para mi desarrollo personal y profesional. Desde que comencé el curso tenía la expectativa de trabajar para Dufry y me esforcé todo lo que pude para lograrlo. Poco después de terminar el curso me contrataron para trabajar como un empleado temporal por tres meses. Después realicé mi servicio militar y 10 meses más tarde estaba de nuevo a la compañía. Trabajé en distintas posiciones dentro de la tienda y, tras un tiempo, me invitaron a participar en un proceso interno de selección para un puesto de supervisor de tienda. ¡Y fui aceptado! Ahora soy el supervisor en la misma tienda donde comencé a trabajar para la compañía, hace ocho años. Hoy soy un voluntario en la CTA , enseñando a otros niños lo que hago, porque creo firmemente que la CTA tiene un enorme impacto en las vidas de muchos jóvenes”. ■



Robson Valdevino participó en la CTA cuando tenía 17 años . Ahora es supervisor en una tienda de Dufry.

Reportaje
Principal

Dufry Brasil, el río de las oportunidades

Así como unos 200 afluentes alimentan el poderoso río Amazonas, un gran número de iniciativas están impulsando el desarrollo de Dufry en Brasil. Casi 20.000 m² divididos en 58 tiendas nuevas o renovadas, contratos exclusivos con actores claves como el aeropuerto de Guarulhos o la FIFA... Dufry bebe de diversas fuentes para llevar el negocio y el mercado minorista brasileño hacia una nueva era.

El 3 de septiembre de 2013 Dufry anunció con orgullo la firma de contratos por 10 años en Guarulhos (Sao Paulo), Brasilia, Viracopos y Natal para operar establecimientos duty free y duty paid, así como la apertura de una tienda duty paid en Goiania. Con estos acuerdos, la compañía entró en una nueva fase en el desarrollo del mercado brasileño de la venta minorista para viajeros. Por un lado, proporcionará a los pasajeros en el país una experiencia de compra de primera clase y, por el otro, se aumentará sustancialmente el gasto por pasajero y las ventas globales. Estos proyectos, sostendrán el desarrollo del negocio de duty paid en Brasil, donde alrededor del 90% de quienes toman un vuelo son pasajeros nacionales. Por ello, el crecimiento del sector del duty paid será un elemento importante en el desarrollo del negocio de Dufry en Brasil. Porque, además de las tiendas Duty Paid de primeras marcas, Dufry presentará su concepto de tiendas de conveniencia Hudson, con la apertura de seis nuevos locales en Sao Paulo, Brasilia y Natal. A todo esto, se unirá otra línea de negocio: La de las tiendas libres de impuestos en las fronteras. Con la experiencia a nivel mundial y local del Dufry, éste será otro canal para seguir expandiendo las operaciones de la compañía en la región.



Julián Díaz, CEO del Grupo Dufry; Antonio Carlos Mata Pires (al fondo), Vice-Presidente de la OEA; Juan Carlos Torres, Presidente del Consejo de Administración de Dufry; Carlos Fernando Costa, Director de Inversiones de Petros; Jonas Barcellos, Presidente de Brasif Empresas; Humberto Mota, Presidente de Dufry Brasil; Carlos Borges, Director de FUNCEF; Gustavo Nunes da Silva Rocha, presidente de Invepar, y Antonio Miguel, Presidente del Aeropuerto GRU.

Como símbolo de esta expansión, destaca la tienda, de 3.142 m², abierta en la zona de llegadas de la Terminal 2 en el aeropuerto internacional de Guarulhos. Es el mayor establecimiento de Dufry en todo el mundo y cuenta con la tecnología más moderna. Pero, como José Carlos Rosa, COO de la Región 3 de Dufry señala, es mucho más que eso: "Guarulhos es el aeropuerto con más movimiento de América del Sur. El hecho de que el nuevo equipo de gestión privada haya elegido a Dufry como el operador en exclusiva para las tiendas duty free muestra que esta compañía está considerada como el socio ideal para un proyecto tan grande como éste. Esto refuerza nuestro papel como la referencia en el mercado minorista para viajeros en América del Sur". Además, el próximo año en el mismo aeropuerto, Dufry gestionará el área comercial de la Terminal 3 con la ocupación de una superficie total de 7.161 m² entre las tiendas de embarque (1.080 m²) y las de aterrizaje (4.367 m²). La terminal también contará con una superficie de 1.714 m², con varias boutiques internacionales operadas por Dufry.

Copa de fútbol

Otro hito de Dufry en Brasil para 2014 es el acuerdo con la FIFA para operar las tiendas oficiales durante la Copa Mundial de Fútbol que se celebrará ese año en el país. "El Mundial de la FIFA 2014 será uno de los mayores desafíos logísticos para Dufry, para lo cual nos estamos preparando y esperamos obtener los mejores resultados. Como base, tenemos la experiencia adquirida en la gestión de la Copa Confederaciones en 2013 y otros eventos deportivos", dice Humberto Mota, Presidente Asesor de la Región 3, quien avanza que Dufry "está llevando a cabo negociaciones con el COI (Comité Olímpico Internacional) para operar las tiendas oficiales y los productos oficiales de los Juegos Olímpicos de Río 2016".

Tal y como él resume, la trayectoria de Dufry Brasil ha sido "una historia de éxito creciente desde que compró Brasif Duty Free en marzo de 2006". Los proyectos y contratos anunciados en estos últimos meses demuestran que "éxito" y "presión" serán palabras con una presencia constante en el futuro cercano de Dufry Brasil. Por ello, según José Carlos Rosa, es vital acometer este proceso de expansión tan grande sin perder el enfoque en las cosas realmente importantes: "Puede parecer una idea romántica, pero mi principal objetivo es conseguir el mismo nivel de calidad en cada metro cuadrado de cada tienda. El pasajero tendrá la misma experiencia satisfactoria tanto si realiza sus compras en el impresionante pasillo comercial de Guarulhos como en una pequeña tienda duty paid. Éste es nuestro objetivo principal: Simple y, al mismo tiempo, difícil". ■



Tienda destacada

Un buque insignia blanco en la entrada al paraíso

El pasado mes de mayo Dufry firmó un acuerdo con Angkasa Pura I para operar las tiendas duty free y duty paid durante 5 años en la nueva terminal internacional del aeropuerto de Ngurah Rai Internacional en Bali. La primera de estas tiendas se abrió el 29 de octubre. Con 1.150 m² es el mayor establecimiento gestionado por Dufry en Asia y el buque insignia de la compañía en Bali. Además, cuenta con un diseño fabuloso, que se integra perfectamente con el ambiente del aeropuerto,

en el que se combinan elementos modernos con otros tradicionales. Dufry replica este concepto en su tienda con techos de madera que parecen barcos navegando sobre las olas; adornos en los suelos de color oro, siguiendo el estilo tradicional y como persianas en la parte superior de los accesorios de la pared. Se añade otro detalle espectacular ya que la tienda no tiene un techo completo y se ve impresionante al atardecer con una mezcla de la puesta del sol natural y de la luz. ■