

→ ☐ **Baggage and way out**
Equipaje y salida

↓ ✈ **Gates Puertas** J40 J53

*La competitividad lo exige
 La solución la tenemos
 La decisión es suya*

Domiruth
 División Business Travel

LA MAYOR RED DE VIAJES EN EL PERÚ Y EL MUNDO

OFICINA PRINCIPAL
 Av. Petit Thouars 4305 Miraflores
 Celular: 9994 2626 / 9965 2721
 Contact Center: 610 6000 opción 3
 Toll Free Nacional: 0801 00600
 Central administrativa: 215 6000
 Fax: 421 3992
 E-mail: ventasnet@domiruth.com.pe
 Telf. Emergencia: 9999 3675



COMERCIO ■ BUENOS RESULTADOS

Boticas venderán 15% más este año

CADENA MIFARMA ANUNCIÓ QUE ABRIRÁ UNOS 70 LOCALES DE AQUÍ AL CIERRE DEL PRÓXIMO AÑO

Año y medio le bastó a la cadena Mifarma para abrir 50 locales en el país. ¿El secreto del éxito? Según su gerente general, Angelo Porcile, apostar a la excelencia en el servicio. “El mercado farmacéutico en el país es básicamente de precios bajos. Por ello, además de ser competitivos en ese sentido, optamos por instaurar servicios que otras cadenas no ofrecían”, revela. ¿Cómo cuáles? Instalaron consultorios médicos gratuitos en sus locales, sistema de ventas delivery sin monto mínimo y con llamada gratuita, servicios de belleza gratuitos y campañas médicas continuas con diversos laboratorios.

Con respecto a su plan de expansión, Porcile señaló que esperan cerrar este año con 60 locales y que al término del 2008 el



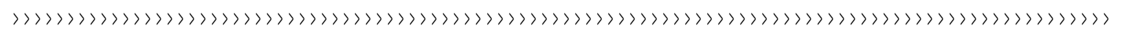
ERNESTO ARIAS

VENDEN MÁS. LAS CADENAS FARMACÉUTICAS POSEEN EL 60% DEL MERCADO.

objetivo es tener 120.

En lo que se refiere al mercado farmacéutico, el ejecutivo señaló que durante el 2006 este registró ventas por US\$650 millones, de los cuales las cadenas de farmacias, formadas por 750 locales, representaron el 60%, mientras que las farmacias independientes, con 3.750 locales, obtuvieron el resto. Agregó que espera que el mercado crezca 15% este año.

Por otro lado, Porcile advirtió que el mercado de farmacias en Lima tradicional ya ha empezado a canibalizarse, por lo que las cadenas han empezado a incursionar en las zonas periféricas de la capital. Finalmente, instó al Ministerio de Salud a considerar a las boticas que cuentan con una amplia red para la implementación de campañas masivas de despistaje o vacunación.



CONSUMO MASIVO ■ DESTILERÍAS UNIDAS

Mayor consumo interno de pisco y reducción en el precio de cervezas no afecta las ventas de ron

A pesar del creciente aumento del consumo de pisco en el mercado interno y la guerra de precios de las empresas cerveceras, el ron sigue pisando fuerte en el mercado de licores, según afirmó César Torres, gerente general de Destilerías Unidas. “Esto, debido a su posición comparativa de precios frente a otras categorías, como el whisky, que sí se ha visto afectada por estas tendencias”, dijo.

El ejecutivo de la empresa productora de ron Cartavio estimó que este año su facturación crecerá 5% y que mantendrán el 50% de participación del mercado de ron. Asimismo, comentó que en lo que va del año, la empresa ha subido 5% sus precios, debido al incre-



IMPULSO CORP

GANA. EL CARTAVIO SOLERA GANÓ LA MEDALLA DE ORO EN CHICAGO.

mento del costo de la materia prima (melaza de caña) y del petróleo usado como fuente de energía.

En cuanto al consumo, Torres Contreras indicó que el consumo per cápita de ron es de aproximadamente un litro al año.

Respecto al mercado externo, Destilerías Unidas comercializa su bebida en Italia, Alemania, España, EE.UU. y Chile. Allí, el crecimiento de la categoría de ron ha llevado a la empresa local a fijar su mirada y ver este país como su principal objetivo para el 2008. “Es sorprendente lo que sucede en Chile; hace cinco años el consumo de ron era incipiente, actualmente es un mercado de mayor tamaño que el peruano”, dijo.