

ECONOMÍA & Negocios

A TOMAR PREVISIONES [B4]

Pérdidas enormes enfrentarían países andinos debido a cambios climáticos

LILIA NAVARRETE, OWIT [B2]

“Todo cambió para las mujeres cuando empezamos a comunicarnos”



DÓLAR: Paralelo ◀ Compra 2,740 Venta 2,770 • Interbancario ◀ Compra 2,756 Venta 2,757 • Bancario ◀ Compra 2,700 Venta 2,830 • EURO: Interbancario ◀ Compra 4,223 Venta 4,315

FRUTO DE LA BONANZA DE LA ECONOMÍA

Marcado optimismo en ventas por la campaña del Día de la Madre

■ Comercios esperan aumento en promedio de 20% en sus niveles de venta

■ Colocación de flores crecería con más personal en ventas y despacho

CHRISTIAN NAVARRO ROJAS

“Hasta el momento la campaña ha sido buena, pero mañana (hoy) es el día más importante. Si sobrevivimos, va a ser una buena campaña”. La frase de Julio Contreras, gerente general de la cadena de tiendas de modas Topitop, lo dice todo. Y es que para negocios como el suyo, la campaña del Día de la Madre es la fecha más importante del primer semestre del año.

De hecho, el optimismo es total en los negocios que tienen al Día de la Madre como una de sus fechas estrella. No en vano la consultora Conecta Asociados estima que este año el gasto en regalos por esta campaña en Lima Metropolitana casi llegará a S/.210 millones, 4% más que en el 2007, cuando se gastaron poco más de S/.200 millones. Según el estudio de Conecta, un 79% de los limeños comprará regalos por esta fecha, a diferencia de los últimos tres años, cuando la intención de compra de regalos no superaba el 59%.

Pero el optimismo también alcanza al interior del país. El lunes pasado una nota de prensa de Perú-Cámaras daba cuenta de que los empresarios de provincias esperaban crecimientos en sus negocios de entre 15% y 100%. Esta última cifra debido princi-



OFENSIVA FLORAL. Las cadenas de ventas de flores esperan crecer durante esta campaña. Para ello han incrementado su capacidad de atención al cliente con más personal contratado.

EN PUNTOS

Detalles de una jornada movida

■ Según Sandra Santa María, gerente de marketing y ventas on line de la plataforma de pagos por Internet Saft Pay, las transacciones relacionadas con el Día de la Madre llegaron a 100.000.

■ Solo en mayo se ha triplicado el número de transacciones realizadas en Internet para las compras de flores, desayunos y peluches, según Saft Pay.

■ Telefónica prevé que mañana las llamadas de larga distancia nacional crecerán en 85% respecto de un domingo promedio.

■ Del mismo modo, las llamadas de telefonía fija se incrementarán en 55% y las de móvil en 40%.

■ Según Telefónica, la hora pico para las llamadas será entre las nueve y once de la mañana.

■ Indecopi ha dispuesto la instalación de módulos de información para los consumidores en dos centros comerciales de Lima: Megaplaza y Plaza San Miguel. En ellos, los consumidores recibirán orientación y podrán realizar reclamos.

palmente a una mayor oferta del comercio minorista moderno en el interior del país.

COMERCIOS Y RESPUESTAS

El estudio de Conecta destaca que este año los principales obsequios deseados por las madres de Lima serán ropa, calzados y accesorios; electrodomésticos mayores; y flores.

En esa línea, preguntamos a diversas empresas de estos rubros sus expectativas para la presente campaña y cómo se organizaban para atender una demanda que muchas veces espera al último minuto para decidir sus compras.

En el caso de vestuario, Topitop espera un crecimiento en ventas de 20%, tomando como referencia el mismo número de metros cuadrados de ventas que

tenía en el 2007, pero de 40%, si se consideraban sus últimas aperturas. La empresa ha contratado a 250 trabajadores adicionales en sus tiendas para atender la demanda de esta fecha.

En electrodomésticos, Carlos Hiraoka, gerente general de Importaciones Hiraoka, estima que sus ventas crecerán también en 20% con respecto al 2007. “Los precios de los artículos de electrónica han disminuido y ahora están un poco más al alcance de los consumidores, como los monitores LCD”, destaca el ejecutivo, cuya empresa ha contratado a 150 vendedores adicionales a los 250 que laboran en sus tiendas para atender un pico de demanda que se ha dado durante los últimos dos fines de semana.

Y si bien Supermercados Peruanos, la cadena minorista del grupo Interbank, no contratará personal adicional, Norberto Rossi, su gerente general, reconoce que el Día de la Madre es la segunda campaña más importante del año después de Navidad, que la demanda se concentrará en este fin de semana y que espera para este año un crecimiento de 12% en las ventas, en las que el rubro de electrodomésticos destacará.

FLORES DE MAYO

Igual de optimistas están las cadenas de reparto de obsequios Rosatel y Florerías Unidas. Ambas estiman crecer en 20% para la presente campaña, con el componente adicional de que deben realizar una cuidadosa operación logística este fin de semana, pues casi el 100% de sus clientes solicitan entregar sus pedidos de rosas y regalos el domingo en la mañana.

Javier Pardo, gerente general de Rosatel, señala que este fin de semana entregarán entre 4.500 y 4.800 productos, y harán uso de

sus centros de distribución y de su red de 11 tiendas (algunas de ellas ya en provincias) para estos despachos y, en algunos casos (por ejemplo, para los delicados tulipanes), harán que sus clientes se acerquen a sus tiendas a recogerlos. Para ordenar mejor este proceso, la empresa ha preferido que sus centrales de teléfonos e Internet solo reciban pedidos hasta el viernes (ayer), con lo cual esperan mejorar sustancialmente el servicio que prestan a sus clientes.

Para esta operación, Rosatel no solo ha duplicado su personal de ventas, sino que también ha formado una flota de 30 camionetas y 30 motos para el reparto de ese día, cuando normalmente opera con 13 camionetas y 12 motos.

Por su parte, Felipe Montes, gerente general de Florerías Unidas, espera despachar este fin de semana entre 2.000 y 2.500 pedidos. Para ello, han alquilado un local en la cuadra 14 de la avenida Larco, en Miraflores, que normalmente funciona como playa de estacionamiento, pero que hoy servirá como planta de ensamblaje de canastas y centro de despacho, con 30 personas laborando, entre floristas, ayudantes y personal de limpieza. Mañana entre 100 y 150 taxis los ayudarán a repartir estos productos.

Previamente, Florerías Unidas ha incrementado el número de líneas de su ‘call center’, pasando de las tres que normalmente usa a 10, y ha cuadruplicado el personal de sus dos tiendas para atender los pedidos de este fin de semana. De igual manera, ha contratado capacidad de frío para preservar las flores que ha importado, pues la cámara de frío de su tienda se queda chica con el volumen que manejan.

Y todo por mamá. ■

ma
ma
maravillosa



Mousse de lúcuma de S/. 34,00 a **S/.30⁹⁰**

Crocante de chirimoya de S/. 41,50 a

S/.37⁹⁰



Sinfonía en Lúcuma de S/. 37,20 a

S/.33⁸⁰



Tentación de Maná de S/. 35,00 a **S/.31⁹⁰**



Torta de chocolate de la casa de S/. 45,00 a **S/.40⁹⁰**

2do. domingo de mayo **Día de la Madre**

Ofertas válidas hasta el jueves 15 de mayo del 2008. Stock mínimo disponible: 100 unid. por producto. Válidos sólo en nuestras tiendas de Lima.

Wong
Donde comprar es un placer