

HECHOS



> **INCA TOPS** informó que tenedores de acciones de inversión de la empresa por un total de 5,07 millones han aceptado canjearlas por acciones comunes. Quedan para una segunda etapa 744.151 acciones de inversión por canjear.

REPORTADO EL 6 DE JUNIO

> **ENERSUR** indicó que fue informada por su principal accionista, Suez, que el 4 de junio los directorios de Gaz de France y Suez aprobaron la fusión de ambas. Falta que sus juntas de accionistas ratifiquen el acuerdo el próximo 16 de julio.

REPORTADO EL 5 DE JUNIO

> **COMPAÑÍA MINERA ATACOCCHA** respondió a la bolsa local que distribuirá sus dividendos solo entre los 270,7 millones de acciones en circulación, pues los 12,4 millones que tiene en tesorería no tienen derecho al pago de dividendos.

REPORTADO EL 4 DE JUNIO

> **PANORO MINERALS LTD** anunció que ha iniciado el programa de perforación de un área de 10.000 m² en su proyecto cuprífero Antilla, en Apurímac. Tras el primer hoyo, se estima en 135 millones de TM el potencial de la mina.

REPORTADO EL 3 DE JUNIO

CONSUMO ■ PARA CAPITALIZAR EL CRECIMIENTO

Coca-Cola mantendrá sus inversiones este año

INVERTIRÁ US\$70 MILLONES EN EL PERÚ, UN MONTO SIMILAR AL PRESUPUESTADO EN EL 2007



SEDIENTOS. COCA-COLA APUESTA POR CRECER EN DIFERENTES OCASIONES DE CONSUMO.

“Probablemente estemos viviendo uno de los mejores momentos de los últimos 30 a 40 años y tenemos que capitalizarlo”. El optimismo de Humberto Zogbi, gerente general de Coca-Cola Servicios Perú es total. Por eso se anima a hablar acerca de las inversiones del sistema Coca-Cola en el país. “En el 2007 llegamos a invertir US\$70 millones en el mercado peruano, en infraestructura, publicidad y comunicaciones, y este año vamos por una cifra casi similar”, afirmó. Ello, explica, por qué también su embotelladora, Corporación José R. Lindley, ha adelantado el

plan de inversiones que tenía previsto hasta el 2010. El mercado de gaseosas, con un consumo per cápita de 47 litros anuales, está creciendo a tasas superiores al 10%, pero las gaseosas de Coca-Cola lo están haciendo a un 15%

y han alcanzado, según la empresa, un 70% de participación de mercado en todo el país. Sin embargo, el Perú aún está lejos de los per cápita regionales (90 litros en Chile y 110 litros en México), pero, sostiene Zogbi, esto no hace sino re-

forzar la percepción de que hay grandes oportunidades para crecer. El auge de la comida peruana tiene mucho que ver en ello, pues está generando mayores ocasiones de consumo, especialmente fuera del hogar.

NOVEDADES

Los lanzamientos

- Si de algo se precian en Coca-Cola es de su capacidad de innovación. Así, este año han introducido un nuevo empaque de Frugos (1,5 litros), han renovado el bidón de 20 litros de San Luis, y hace un mes lanzaron el envase de 410 mililitros para Coca-Cola, en sus versiones estándar, Light y Zero.
- Pese a ello, Zogbi señala que Coca-Cola está trabajando en otras novedades que saldrán los próximos meses. ¿Alguna pista?
- Pues, claro que sí. “No somos ajenos a la dinámica de otras categorías nuevas”, dijo el ejecutivo, que se atrevió a confirmar que la energizante Burn (ver “Registros”) es uno de esos proyectos. Pero Zogbi prefiere no adelantar nada.

CONSUMO ■ INCASUR

El retorno de la kiwicha



RECARGADOS. INCASUR AFINA IMPORTANTE LANZAMIENTO.

La kiwicha regresa recargada. Incasur, empresa de origen cusqueño, productora del cereal Kiwigen y del chocolate en taza Sol del Cusco, entre otros productos, alista el lanzamiento de una línea de estos, dirigidos a satisfacer la demanda de alimentos sanos y nutritivos. A partir de la tercera semana de junio, Incasur lanzará kiwicha perlada, kiwicha en hojuelas, quinoa en hojuelas, quinoa perlada, en presentaciones de 125 y 250 gramos. Además, lanzará la marca Kiwiricas, paquetes de galletas de kiwicha y quinoa.

Incasur acaba de invertir cerca de US\$6 millones en una planta en Puno y otra en Lima. A través de alianzas estratégicas, Incasur izará su bandera en México antes de finalizar el año, con el objetivo de incrementar sus ventas en Estados Unidos, país donde actualmente registran ventas por US\$800.000, que esperan elevar el 2009 en US\$5 millones. En el 2007, Incasur cerró el año con ventas en el Perú por el orden de los US\$10 millones.

ENTRETENIMIENTO ■ SALAS LLENAS

Mayo fue un mes positivo para las cadenas de cine

Rafael Dasso, gerente general de la cadena de multicines Cine Planet, no solo estaba optimista la semana pasada por abrir su primera sala de películas de formato 3D digital, en San Isidro, sino por los buenos resultados que alcanzó su

cadena en mayo, un mes con cuatro superestrenos (“El hombre Invencible”, “Meteoro”, “Narnia” e “Indiana Jones”) y que marcaría la evolución del año. “Los cines recibieron entre 500.000 y 600.000 espectadores, un 25% más

que en el mismo mes del año pasado”, apuntó. Con ello, solo quedaría esperar a julio, la tradicional temporada alta en la exhibición de largometrajes, para confirmar el buen momento de la industria. Los planes inmediatos de Cine Planet se enfocan en la apertura de salas en Huancayo, en la Real Plaza Wanka, y en el proyecto de renovación del Centro



3D DIGITAL. EL ALCÁZAR TIENE LA PRIMERA SALA DE ESTE TIPO.

Cívico de Lima, ambos proyectos de Urbi Propiedades; aunque también se especula que sigue mirando otras ciudades del interior como Cusco y Ayacucho. El ingreso a Huancayo se daría a finales de este año, mientras que al Centro Cívico se produciría a inicios del 2009, considerando que este proyecto se construiría al menos en seis meses.