

## CLIMA MUNDIAL

<p><b>EE.UU.</b> <b>0,6%</b> creció la inflación en mayo, la mayor subida desde noviembre, debido a los precios de los combustibles. Se esperaba que la tasa fuera 0,5%.</p>	<p><b>COLOMBIA</b> <b>US\$5.000</b> millones costarán seis nuevas hidroeléctricas, las que deberán estar listas antes del 2014. Tendrán capacidad para generar 2.991 megavatios.</p>	<p><b>BOLIVIA</b> <b>US\$138</b> es el sueldo mínimo fijado en Santa Cruz entre empresarios y trabajadores. Cabe mencionar que el sueldo pagado hasta ahora era US\$78.</p>	<p><b>ARGENTINA</b> <b>28,65%</b> creció la exportación de productos orgánicos de origen animal y vegetal en el 2007. Se llegó a 122.287 TM. Europa fue el primer mercado.</p>	<p><b>ITALIA</b> <b>3,6%</b> subió la inflación a mayo del 2008 en los últimos 12 meses. Esta tasa es la más alta desde 1996, según el Instituto de Estadística de dicho país.</p>	<p><b>PAKISTÁN</b> <b>29,7%</b> aumentará el presupuesto para el año fiscal 2008-2009. La cifra aprobada por el Gobierno Turco asciende a US\$30.880 millones.</p>	<p><b>RUSIA</b> <b>US\$500</b> millones aumentaron las reservas en oro y divisas en solo siete días, lo que significa todo un récord para el país, según afirma el Banco Central de Rusia.</p>	<p><b>CHINA</b> <b>7,7%</b> fue la inflación de mayo. Esta tasa es similar a la de meses anteriores. Por ello, se originan periódicamente revueltas sociales.</p>
--	--	---	--	--	--	--	---

### COMERCIO :: UN AÑO DE LOCALES MAYORES

# Topitop invertirá US\$22 millones

LA TIENDA DE LOS FLORES ABRIRÁ CUATRO LOCALES EN EL PERÚ, TRES EN COLOMBIA Y CINCO EN VENEZUELA



ARCHIVO

**LA MISMA.** TOPITOP UTILIZA LA MISMA IMAGEN PARA SUS TIENDAS EN EL PERÚ, COLOMBIA Y VENEZUELA.

Julio Contreras, gerente general de la minorista Topitop, tiene muy claro su objetivo del 2008. "Este año podríamos abrir sin problemas, entre ampliaciones y nuevos locales, unas cuatro tiendas en el Perú, tres en Colombia y cinco en Venezuela, de las cuales ya hemos abierto cuatro". La inversión: unos US\$22 millones. El viernes pasado, la firma de los hermanos Flores abrió su decimoquinta tienda Pima en Venezuela, de 2.500 m<sup>2</sup>, en el centro comercial Metrópoli, de Valencia. Y a fin de mes, abrirá

su quinta tienda Topitop, de 1.500 m<sup>2</sup>, en Acarigua, en ese mismo país.

En los primeros seis meses del año, las ventas de Topitop en Venezuela han crecido más de 60% respecto del 2007. Pero es un mercado en el que "hay que estar

muy atentos y eso es lo que nos obliga a ir a Colombia", señaló Contreras.

En mayo pasado, Topitop cerró los acuerdos para sus primeras dos tiendas en Bogotá, en los centros comerciales Hayuelos y Altavista, de 2.000 m<sup>2</sup> y

1.500 m<sup>2</sup>, respectivamente. La primera se abriría a mediados de agosto; mientras que la segunda estaría lista en setiembre.

Pero ya está negociando un tercer local, que se abriría antes de finalizar el 2008, siempre en Bogotá.

### COMERCIO :: LO QUE SE VIENE

# Bibi amplía su cobertura en el Perú

El exigente mercado trujillano tendrá una opción más para comprar zapatos. La empresa brasileña de calzado para niños Bibi acaba de inaugurar una nueva tienda en el centro comercial Aventura Plaza de Trujillo. Este local calcula facturar unos US\$300.000 al año.

Pero el norte no será el

único testigo de ese crecimiento. A fines de este año, Bibi abrirá tres nuevas tiendas en centros comerciales de Lima y en el 2009 en Arequipa. Cada tienda cuesta US\$35.000.

Bibi llegó al Perú en 1999, y cuenta con 120 distribuidoras en todo el país. En el 2007 Bibi vendió en nuestro país más



TRUJILLO. MARCA BRASILEÑA SE EXPANDE EN EL NORTE.

de 70.000 pares de calzado. Para fines de este año espera un crecimiento del 15% y una facturación de US\$2 millones.

Pero países como Argentina (300.000 pares al año) o Venezuela (180.000) superan las ventas de Bibi en nuestro país. Para acortar esta brecha, el representante en el Perú, Luis Castro, tiene como meta vender 1.200 pares mensuales a partir del 2009 en cada tienda, con un crecimiento del 40%.

## EL APORTE

MARTÍN REAÑO  
[Economista]



# Marcas marcadas

SI BIEN LA MANERA MÁS COMÚN DE ENTRAR A UN MERCADO ES COMPRANDO UN NEGOCIO EN MARCHA, AHORA SE COMPRAN MARCAS Y YA NO EMPRESAS

El Perú es hoy un buen lugar para invertir. Es ahora un destino favorito para nuestros vecinos del continente cuyas economías y mercados no están pasando por un buen momento. Los empresarios de afuera ya están aquí y han venido con las billeteras llenas a comprar negocios consolidados, pequeños pero con potencial, exóticos o novedosos, orientados al mercado externo o al local. Buscan de todo.

Y es que hay dos grandes maneras de entrar a un nuevo mercado: se empieza desde cero con la experiencia traída de otros países o, alternativamente, se compra un negocio en marcha en el mercado en el cual se quiere estar. Esta segunda opción suele ser la preferida y, de hecho, es lo que más se observa en nuestro país. Nunca antes en el Perú se habían dado tantas transacciones de compraventa de empresas pequeñas y medianas.

Ahora hay un nuevo giro en las transacciones que estamos observando. Muchos inversionistas solo quieren comprar marcas. No les interesan los demás activos del negocio y mucho menos les interesan los pasivos. El vendedor entrega las joyas de la corona y se queda con sus fierros y sus deudas. ¿Tiene sentido esto para el empresario peruano?

Pues si el precio es el correcto, sí tiene sentido. Pero hay por lo menos tres cosas que puede hacer el empresario peruano para sacarle el jugo a una operación de venta de sus marcas: i) Celebre un contrato de maquila. El otro se lleva la marca pero usted sigue fabricando los productos con sus equipos. ii) Venda paquetes de marcas. Las menos importantes muchas veces se vuelven perdedoras sin las sinergias que brinda la marca grande. iii) Negocie un contrato de asesoría. Sobre todo si es que cuenta con un conocimiento o habilidad escasos e imprescindibles para el éxito del producto.

Al final, uno de los peores escenarios suele ser quedarse para competir con el grandazo.

El invitado de hoy es consultor principal de MR Consulting. Su próxima columna sobre finanzas corporativas será publicada en cuatro semanas.