

CONSUMO ■ PROYECCIÓN EN EL MERCADO

Pepsico busca presencia en el sur

PLANTEA TRES MANERAS PARA RECUPERAR EL ESPACIO QUE TENÍA AÑOS ATRÁS EN AREQUIPA Y JULIACA

Pepsico acaba de lanzar la primera campaña de verano para su marca Pepsi, que busca renovar su vínculo con los jóvenes a través de una plataforma mixta que combina Internet con el reggaetón. Asimismo, la empresa, que además maneja las marcas Triple Kola, Concordia, Seven Up, Evervest, Gatorade y San Carlos, tiene como objetivo



DANTE PIAGGIO

PREMIUM. PEPSICO MEJORARÁ CATÁLOGO DE PRODUCTOS CON UNA MARCA MÁS COMPETITIVA ANTES DE FINALIZAR EL 2008.

mejorar su distribución en el sur del Perú y recuperar espacios importantes para sus marcas, como lo fueron Arequipa y Juliaca. "Tenemos problemas que vamos a resolver este año", dice Mirko Astudillo, gerente de marketing de Pepsico.

Astudillo señala que existe la posibilidad de una franquicia, una alianza estratégica con un embotellador local o una empresa que haga el producto. El ejecutivo no descarta que este año Pepsico lance al mercado una marca de gaseosa

o bebida premium, para incrementar su catálogo de productos. Su distribución, y lanzar otra marca, son sus objetivos para el 2008. Según CCR, Pepsi ocupa el cuarto lugar en participación del mercado local, con 7% a noviembre del 2007. ▲

COMERCIO EXTERIOR ■ OPORTUNIDADES



NOVEDAD. EMPIEZA LA SEMANA DE NEGOCIOS CON EL PAÍS OCEÁNICO, INFORMÓ NICHOLAS BAKER.

Más australianos llegan al Perú por negocios

En menos de dos años las visitas de australianos al Perú se duplicaron, al pasar de 13.000 en el 2005 a 25.000 en el 2007. El año pasado, el 20% de los viajes de australianos fueron por negocios.

Así lo informó el cónsul de Australia en el Perú, Nicholas Baker, quien encabeza la organización de la Semana de los Negocios Perú-Australia (desde ma-

ñana martes 22 hasta el sábado 26), en la que se busca informar a los empresarios peruanos sobre las oportunidades empresariales en los sectores de alimentos y bebidas, comunicaciones, educación y turismo.

Participan como auspiciadores las empresas mineras de capitales australianos en el país: Antamina, Xstrata, Newcrest, Minera IRL, entre otras. ▲

SLEEP ADVANTAGE™

Sabías que*...

- La mayoría de los viajeros de negocio **no duerme lo suficiente**
- El 63% de los adultos **duerme menos de 8 horas diarias**
- Más del 33% **duerme menos ahora que hace cinco años**

En consecuencia, **la falta de descanso impacta dramáticamente nuestro desempeño**

En el hotel Crowne Plaza Lima le garantizamos el sueño ideal y un descanso placentero a través de nuestro innovador programa Sleep Advantage™.

*Fuente: National Sleep Foundation; Yankelovich Partners, Cornell Study.



CROWNE PLAZA®

LIMA

THE PLACE TO MEET.

★★★★★

Garantía para soñar...

Para mayor información llamar al 6100700 anexo 7123
Para reservas: reservas@cplazalimahotel.com.pe