

Vuelta a clase: se enciende la competencia y hasta las lencerías venden útiles escolares

Comercios de Once de diversos rubros diversifican su oferta para facturar

Graciela Moreno
@graciela.moreno

Se acerca el inicio de las clases y los comercios de Once se reinventan para poder vender y entrar a ese nicho que les asegure facturar en febrero. Locales de lencería, perfumerías, negocios de caza y pesca, bazares y blanquerías le compiten a las librerías sin pudor y con precios imbatibles.

Un local de la calle Bartolomé Mitre a pasos de Pueyrredón mantiene sus carteles de luces de neón que dicen bikinis y lencería, pero lo que menos tiene es ropa interior. "Aprovechamos el cambio de temporada para vender útiles escolares. Necesitamos pagar los gastos de alquileres y sueldos y lo necesario para empezar las clases es lo único que se vende en estos días", señaló la encargada. En lugar de ropa interior ofrecen dos cuadernos universitarios a \$3.500 y resmas A4 a \$5.600.

En la avenida Corrientes una tradicional blanquería, mezcla todo. Vende dos almohadas por \$17.000, juegos de sábanas de dos plazas y media a \$7.000 o dos juegos por \$13.000 y toallones por \$5.000. Al lado ofrece una alta pila de cuadernos de tapa dura a \$2.500, lápices y biromes en oferta a \$1.000.

En Paso 140, un mayorista de regalos que vende desde ojotas, carteras, billeteras, capelinas, vasos térmicos y esmaltes de uñas,



Algunos comercios mezclan ropa interior y toallas con cuadernos y lápices

este año, decidió ofrecer productos escolares. "Sumamos mochilas desde \$6.000 y ya se agotaron. Ahora tenemos mochilas entre \$8.000 y \$10.000 y con rueditas desde \$22.000 hasta \$30.000. Para acceder al precio por mayor sólo hay que comprar tres unidades. Mandamos a fabricar cartucheras de tela para venderlas a \$1.500. Rebajamos al máximo los precios para poder vender. Este año tenemos mucha competencia en Once, está mejor la venta al interior", señaló Jestis.

Hay un personaje llamado Ku-

romi, creado por una compañía japonesa, que es una especie de conejita amiga de Hello Kitty. En las calles de Once apuestan a que Kuromi atraerá a todas las niñas y venden los libros para pintar con pinturitas a \$5.000; las cartucheras de la conejita a \$9.000 y la botella de agua entre \$5.000 y \$6.000.

Otra histórica blanquería si bien dejó en la vidriera sus sábanas, acolchados y manteles puso estantes en los pasillos de entrada y adentro del local para reinventarse como librería. "Las ventas de blanquería están flojas, cuando

no hay plata la gente se ajusta y sólo compra lo necesario. Por eso decidimos apuntar fuerte al inicio de clases", explicó el encargado del local.

La apuesta fuerte está en los cuadernos del personaje Capi-bara, una especie de carpincho: cuestan desde \$1.200 a \$3.000, con tapa dura. Las plásticas en barra arrancan en los \$700 de segunda marca y si son de la marca líder desde \$1.200 y las tijeras escolares a \$1.000. Entre sábanas y toallas, los 12 lápices de colores se ofrecen a \$1.300; los estuches con

sets de geometría, que incluyen desde dos reglas y un transportador, cuestan \$1.500.

Combos

Otra lencería cambió de rubro por febrero. Los negocios hacen toda clase de combos para tentar a los padres. Un local ofrece con la compra de útiles escolares por valor de \$40.000 un repuesto de carpeta número 3 de 480 hojas de primera marca a \$12.000, mientras si la compra es de \$10.000 el repuesto costará \$13.000. Si lo único que se compra es el repuesto escolar, el valor aumenta a \$14.000. Los cuadernos de tapa dura de 42 hojas se pueden encontrar en oferta a 4 por \$10.000.

Para ir de compras en Once a estos locales que le compiten a las librerías hay que ir con efectivo. No da igual pagar con transferencia, en algunos casos tiene un plus del 10 por ciento. En pocos lugares aceptan tarjeta de crédito y muchos le agregan un plus del 10% más, aunque no sea legal.

Hay algunos locales que mantienen un mínimo de compras que en algunos casos es de \$10.000 y en otros es de \$5.000. Lo recomendable es caminar ya que la mayoría de los locales no pide un mínimo de compra. A diferencia de las librerías, estos negocios del Once que se reinventan sólo tienen pocos items, pero a precios casi imbatibles.

NOMBRAMIENTOS CORPORATIVOS

Adriana Aroulho Presidenta

SAP nombró a Adriana Aroulho como nueva presidenta de SAP para América Latina y el Caribe (LAC). Reemplaza a Cristina Palmaka, quien deja SAP para dedicarse a su labor como miembro de los directorios de otras organizaciones y empresas en la región y a proyectos personales. Aroulho ingresó a SAP en 2017 como líder de la Plataforma Digital de Negocios (Digital Business Platform) de SAP Brasil, después de 22 exitosos años de carrera en HP.



Natalia Avallone Directora

Grant Thornton Argentina designó a Natalia Avallone como nueva Directora del International Business Centre (IBC) para Argentina y Perú. Contadora pública graduada de la Universidad de Buenos Aires (UBA), cuenta con más de 25 años de experiencia profesional, tanto a nivel nacional como internacional. A lo largo de su carrera, ha sido parte fundamental de la red Grant Thornton, habiendo trabajado durante 16 años como Gerente de Auditoría.



Sydney Rebello Gerente

Bayer designó a Sydney Rebello como nuevo Country Division Head (CDH) de la división Consumer Health -una de las tres áreas de la multinacional- para Cono Sur. Rebello es licenciado en Economía por la PUC (Pontificia Universidad Católica), posgraduado en Marketing (ESPM - Escola de Propaganda e Marketing) y EMBA (USP - Universidad de San Pablo), además de haber realizado cursos en la Universidad de Virginia y en el IMD.



Carlos Rojas Girao CEO

IPG Mediabrand nombró a Carlos Rojas Girao como CEO para Latinoamérica. El ejecutivo liderará las operaciones del grupo en todos los mercados de la región, fortaleciendo aún más la presencia y el crecimiento de las agencias de IPG Mediabrand. Con más de veinte años de experiencia en roles directivos y nueve años ocupando posiciones clave dentro de IPG, se ha consolidado como un líder visionario y transformador.



Ariel González Gerente Comercial

Ariel González asumirá el liderazgo del área comercial del canal PAS como gerente comercial de Galicia Seguros, aportando una visión estratégica orientada al fortalecimiento de este canal clave y a seguir construyendo relaciones de valor con los Productores Asesores de Seguros. Con más de 27 años de trayectoria en el grupo y un amplio conocimiento del mercado, llega para potenciar la expansión y el crecimiento del canal, que es fundamental en el propósito de la compañía.



Natalia Avallone Directora

Argentina - BAE [Diario] Negocios

P. 8 24 cm² 499 cc N/D N/D Sin autor**Natalia Avallone**
Directora

■ Grant Thornton Argentina designó a Natalia Avallone como nueva Directora del International Business Centre (IBC) para Argentina y Perú. Contadora pública graduada de la Universidad de Buenos Aires (UBA), cuenta con más de 25 años de experiencia profesional, tanto a nivel nacional como internacional. A lo largo de su carrera, ha sido parte fundamental de la red Grant Thornton, habiendo trabajado durante 16 años como Gerente de Auditoría.



n Grant Thornton Argentina designó a Natalia Avallone como nueva Directora del International Business Centre (IBC) para Argentina y Perú. Contadora pública graduada de la Universidad de Buenos Aires (UBA), cuenta con más de 25 años de experiencia profesional, tanto a nivel nacional como internacional. A lo largo de su carrera, ha sido parte fundamental de la red Grant Thornton, habiendo trabajado durante 16 años como Gerente de Auditoría.

n Grant Thornton Argentina designó a Natalia Avallone como nueva Directora del International Business Centre (IBC) para Argentina y Perú. Contadora pública graduada de la Universidad de Buenos Aires (UBA), cuenta con más de 25 años de experiencia profesional, tanto a nivel nacional como internacional. A lo largo de su carrera, ha sido parte fundamental de la red Grant Thornton, habiendo trabajado durante 16 años como Gerente de Auditoría.