

Julio Bocca y Montblanc:

los mejores trazos

Los del bailarín argentino se dibujan en el aire, los del famoso instrumento de escritura se plasman en el papel.

Ahora ambos están unidos en una noble campaña, que busca reducir el analfabetismo global junto a Unicef. El número "149" es la clave, porque 149 celebridades -incluyendo a Bocca- se han reunido promoviendo una particular recaudación que busca llegar a los 3 millones de dólares. Cada vez que se venda un Montblanc Meisterstück modelo 149, el fabricante donará 149 dólares a Unicef.

Los admiradores de Julio Bocca, han compartido un momento memorable con el artista el pasado 13 de noviembre en la boutique Montblanc de la Ciudad de Buenos Aires. El talentoso hombre de la danza atendió personalmente al público y promovió la campaña que busca llevar la luz de las letras a la mayor cantidad de personas posible.



Mouse fashion



Para la colección de invierno, el diseñador de moda Hugo Boss promueve en todo el mundo regalos de alta calidad y buen gusto. Como su mouse con superficie de cuero fino teñido a mano en color negro. Este ratón concebido por el diseñador industrial Michael Brönnimann, que trabaja con cualquier tipo de computador (PC/Mac), provisto de scroll wheel y sensor óptico, es ideal para navegantes. Es producido por la empresa suiza Pat Says Now, que fabrica

ratones en todas las formas y colores, y no deja de encontrar argumentos creativos que le dan motivos a los usuarios para preferirlos. Disponen de modelos para supercerebros sabelotodo, para quienes nadan contra la corriente o para aquellos que confían en su buena suerte, hay opciones para todo gusto y bolsillo.



Gigante prefiere las papelerías

La reciente adquisición por parte de Soriana de 206 unidades de la cadena de autoservicio Gigante, abre la puerta a una mayor concentración en el supermercadismo mexicano. Ahora Soriana podrá darle batalla a Wal-Mart y aspira a recuperar con un negocio creciente, la impresionante suma de US\$ 1.700 millones que tendrá que invertir en la reciente mega adquisición.

¿Y el Grupo Gigante? ¿Desaparece como empresa? De ninguna manera, la corporación que encabeza Ángel Losada, simplemente se concentra en su operación de Office Depot, Radio Shack y Toks, reinvertiendo gran parte de lo obtenido en la venta a Soriana, en la ampliación de sus operaciones en la cadena de productos de oficina, las tiendas de artículos electrónicos y sus negocios de comidas, tal como lo anunciaron, ya que juzgan más rentables esos negocios. En ellos tiene diferentes socios pero las marcas consolidadas y los interesantes márgenes aseguran muy buenos dividendos. Office Depot de México cuenta con 120 tiendas en este país, 5 en Guatemala, 4 en Costa Rica, 2 en Honduras, 4 en Panamá y 3 en El Salvador. Si a esto le agregamos la cadena Toks (46 cafeterías) los cinco restaurantes de especialidades ("El Campanario", "Tutto Bene", "La Viña del Quijote", y "Casa Rodrigo") y RadioShack de México que cuenta con 152 tiendas en toda la República Mexicana, veremos que el gigante más que desaparecer, simplemente ha decidido encaminar sus pasos en una dirección más lucrativa.

