

# General busca consolidarse como líder

fecha de la  
Federal recibe  
intención de  
oda ventaja  
más, juegan  
Juniors.

El conjunto "tirolense" dirigido por Diego Eliacincin, marcha con puntaje ideal al imponerse en sus cuatro presentaciones, con juego sólido y contundente; ya que es uno de los conjuntos más ofensivos -detrás de San Martín- y tiene dos tantos en contra.

Enfrente estará General Saavedra, que sumó cuatro unidades, producto de una victoria, un empate y otra

derrota; quienes buscarán dar el golpe, ya que cuentan con buen plantel, y con el correr de los partidos seguramente que irán ajustando sus líneas.

"La Nueva" se mide ante Talleres Juniors, y hará de local en el reduto "auriazul", donde buscará no alejarse del líder; algo similar sucede con Talleres, que intentará hacer pesar su "localía".

## El programa

### Hoy

**Primera:** 16.00. Reserva: 14.00.  
N. Generación vs. Talleres. Gabriel Brito, E. Tapia, J. Burgos.  
Tiro Federal vs. Gral. Saavedra: Pedro López, W. Tévez y R. Brizuela.  
**Líbero:** San Martín.

Gf	Ge	Pts
9	2	12
10	4	6
2	1	6
4	4	4
2	2	4
2	6	2
0	10	0

Gf	Ge	Pts
34	11	34
36	19	30
34	29	30
25	17	23
25	25	18
22	37	13
9	39	5

## la "U"

### Universitario

#### 1

- Néstor Maldena
- Bruno Milanauel
- Roberto Morales
- Elias Quiñao
- Martín Lagos
- Sergio Lavicoy
- José Güeicha
- Matías Lugones (A)
- Lucas Pineda
- Emiliano Carrizo (A)
- Lucas Petrantoni (A)
- D.T.: Julio Carrizo

da (U).

(U).

y Carlos Varela.

- Juan Tecay x Mu-
- as Romero x Sergio
- aviano x Gutiérrez
- ván Márquez x Mo-
- lino x Petrantoni.

## LOCALES COMERCIALES CICLOS DE CAPACITACION

### Locales Comerciales:

#### Claves de Diseño para su Visibilidad y Venta

El 7 de octubre en el hotel Lucania de esta localidad Espacio Novo inaugura el primer ciclo de charlas gratuitas abiertas a profesionales del área del diseño y a todos aquellos relacionados a la actividad comercial. La arquitecta Marcela Jacobo ([www.marcelajacobo.com.ar](http://www.marcelajacobo.com.ar)), una especialista con más de 18 años de experiencia diseñando espacios para la venta y la comunicación de marcas como Mac Donalds, Lo Jack y Telmex, abrirá el ciclo con una charla sobre el Diseño aplicado en locales comerciales. La acompañará Mags design (Iluminación).



ARQ. MARCELA JACOBO

"Los locales comerciales de venta al público son espacios de promoción visual, trabajan con lo que se ve y la emoción del consumidor. Sorprender al cliente con pequeños cambios en la superficie de venta puede ayudar a mantener la presencia de marca y convertirse en una herramienta muy interesante. Sobre todo en un momento donde baja el consumo como el que estamos actualmente atravesando", explica la Arquitecta Marcela Jacobo.

Las empresas son organismos vivos que se desarrollan, crecen y se modifican de acuerdo a la oferta y la demanda. No es conveniente que una marca permanezca estática en el tiempo, sino que este movimiento se comunique asegurando su permanencia. En palabras del sociólogo Zygmund Bauman, "en la era de la información la invisibilidad es sinónimo de muerte. La constante conversión y reconversión son para el producto y el consumidor lo que el metabolismo es para los seres vivos". En ese sentido, la arquitecta Jacobo opina que cada dos a cuatro años es recomendable hacer alguna modificación en el local, ya sea en los materiales de terminación, iluminación, color y/o los exhibidores de producto. De hecho, según diversos estudios la rentabilidad de un comercio minorista puede mejorar entre un treinta y un cincuenta por ciento haciendo cambios en el espacio arquitectónico.

La renovación del espacio es un vehículo importante en la comunicación con el cliente, por esta razón la arquitecta sugiere contratar una asesoría especializada, aunque luego la obra la realice el cliente para economizar costos. Sin embargo, advierte que "dentro de la renovación es fundamental mantener la identidad original y no realizar en estos tiempos cambios radicales que confundan al público".

Por último, exige a las marcas no descuidar el rol de visual merchandiser. Una disposición de producto atractiva que despierte interés desde la vidriera y se sostenga durante el recorrido del local garantiza la permanencia del público.

Con la fuerte caída de la demanda los locales comerciales están obligados enfocarse en conservar sus mejores clientes y a capturar nuevos, piden también implementar otras estrategias como darle un lugar de privilegio a su segunda marca o apostar por la integración de dos o más marcas dentro de la misma superficie de venta, conservando su identidad pero optimizando el rendimiento comercial a la hora de vender.

### Introducción al diseño de pequeños locales comerciales y al planeamiento estratégico para mejorar su rendimiento en tiempos de crisis.

- Organización de áreas:** Lay out del punto de venta. Recorridos. Puntos Calientes y Puntos fríos. Su optimización en relación al rendimiento comercial.
- Arquitectura interior y exterior:** Iluminación en fachada, vidrieras y superficie de venta. Materiales de terminación: recambio y mantenimiento. Su coherencia con la Imagen y Comunicación de marca.
- Ambientación,** arreglos florales, musicalización, aromatización.
- Imagen Corporativa:** Cartelería exterior e interior. Arquigrafía. Materiales.
- Exposición de producto. Lineal:** horizontal y vertical. Agrupaciones por similitud de funciones, color, colección, género, etc.
- Exposición de producto en relación con la Imagen y Comunicación de la marca.** Gestión de rotación del producto según el rubro, categorías y promociones.
- Visual merchandising:** Significado. Rol del Visual Merchandiser en la superficie de venta. Alcances y límites de sus funciones.
- Vidrieras:** Organización de vidrieras de venta, fechas especiales, temáticas y de lanzamiento de producto.
- Criterios compositivos para que sean atractivas y recordables.** La vidriera como medio de comunicación del mensaje del local y como espacio de intervención de otras disciplinas.

### Presentación

Los temas se presentarán en una primera instancia en forma teórica acompañados con material digital (salón del Hotel) y al otro día en los dos locales comerciales de Espacio Novo se planteará una charla informal reforzando estos conceptos y respondiendo inquietudes de los participantes.

espacio  novo

TE. 4440404