

mi negocio abarrotero



ADMINISTRANDO EL ABARROTRE

Administrar bien tu negocio te lleva al éxito seguro



DESDE EL LADO HUMANO

Como evitar el arrepentimiento del recién contratado



PERFIL CONSUMIDOR

¿Necesito esto? La pregunta clave para los consumidores en 2022





Orientación para rentabilidad

Capacitación y entrenamientos

Sabor *la* **apys.**
experiencia



Experiencias gastronómicas



Más que sólo productos,
con nosotros encuentras *estos servicios y muchos más.*

☎ 55.4181.4143

f APYSfoodservice

© apys_inspira_y_soluciona

**Vive la experiencia
con nosotros.
¡Llámanos!**

55.5353.9795
ENTREGAS FORÁNEAS
800.024.APYS
LLAMA SIN COSTO 2727

apys.com.mx

Directorio

Directora General

Odett Jiménez Ponce
odett@grupomeditosiq.com
56 20 36 60 48

Director Creativo

Néstor Rodríguez
nestor@grupomeditosiq.com
56 20 36 60 48

Diseño

Mariel Figueroa
mariel@grupomeditosiq.com
56 20 36 60 48

Relaciones Públicas y Traducción

Alexis Rodríguez
alexis@grupomeditosiq.com
56 20 36 60 48

Reporteros

Karla Mussi
Vinka Sánchez
Phillipe Carbonell
Carol Castelo
Victor Capri
editorial@grupomeditosiq.com
56 20 36 60 48

Coordinadora de Distribución

Sandra Martínez
distribucion@grupomeditosiq.com
56 20 36 60 48



MI NEGOCIO ABARROTERO, revista mensual, Edición correspondiente a Junio - 2022 editada por Grupo Medios IQ SA de CV con domicilio en Calle Edzna 164, Colonia Letrán Valle, Del. Benito Juárez, Ciudad de México, C.P. 03650. Teléfono 56 20 36 60 48 con Número de Certificado de Reserva de Derechos de Uso Exclusivo del Título: 04-2011-041218385900-102 otorgado por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional del Derecho de Autor. Certificado de Licitud de Título y Contenido: 15559 Expediente CCPRI/3/TC/12/19495 expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas. Editor responsable: L.C.P. Odett Jiménez Ponce. Distribuidor Servicio Postal Mexicano. Nezahualcóyotl No. 109, Colonia Centro, Ciudad de México, C.P. 06000. Impreso en Servicios Integrales Dorma S.A. de CV Calle Amacuzac No. 262, Colonia Barrio San Pedro, Del. Iztacalco Ciudad de México, C.P. 08220. Se reservan todos los derechos, prohibida la reproducción total o parcial de textos sin previa autorización por escrito de los editores. Las opiniones expresadas en los trabajos publicados son responsabilidad personal del autor o entrevistados. Los editores no comparten necesariamente los conceptos u opiniones de los entrevistados y colaboradores.

EL CONTROL DE PRECIOS PARA FRENAR LA INFLACIÓN FUNCIONA SOLO EN EL CORTO PLAZO

Jonathan Ernest Heath, subgobernador del Banco de México, aseguró que el control de precios para frenar las presiones a la inflación funcionan únicamente en el corto plazo, por lo que el gobierno de Andrés Manuel López Obrador debe tener mucho cuidado en su instrumentación.

“Mi opinión personal es que los controles de precios solo funcionan en el corto plazo, por lo que hay que tener mucho cuidado en su instrumentación”, dijo el economista egresado de la Universidad Anáhuac.

Sin embargo, agregó que no le molesta pensar “fuera de la caja” en búsqueda de políticas que puedan ayudar a contrarrestar la inflación.

El subgobernador de Banxico tiene como una de sus tareas el combate a la inflación, la cual no es exclusiva, además, que otro de los objetivos prioritarios y no el único es procurar la estabilidad del poder adquisitivo.

“El Ejecutivo Federal está facultado (exclusivamente) a determinar mediante decreto precios máximos y la Cofece debe determinar si no hay condiciones de competencia efectiva, mientras que le corresponde a la Secretaría de Economía fijar los precios en estos casos”, apuntó.

“Con base en esta normatividad, el Banco Central no cuenta con facultades para establecer precios máximos. Si el Ejecutivo decide instrumentar una política al respecto, está en su derecho. El Banco Central puede opinar al respecto y ofrecer asesoría solamente”, añadió Jonathan Heath.

El presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador, dijo que presentaría un plan para controlar la inflación de 24 productos de la canasta básica, los cuales cada semana han sido analizados por la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco).

“Ya estamos trabajando en eso, es lo que tiene que ver con la canasta básica para garantizar que no haya carestía y que controlemos la inflación”, sostuvo entonces López Obrador.

Entre los productos que se contempla controlar en sus precios están el aceite de canola o maíz, arroz en grano, atún en lata, azúcar morena, bistec de res, cebolla, chile jalapeño, chuleta de puerco, frijol en grano, huevo de gallina blanco, jabón de tocador, jitomate saladet, leche, limón, manzana, naranja, pan de caja, papa, papel higiénico, pasta para sopa, pollo entero, sardina en lata, tortilla de maíz de supermercado y zanahoria.

¡Hasta la próxima edición!

KORINA PONS

Administrando el abarrote

6

Administrar bien tu negocio te lleva a el éxito seguro

Toallas, tampones y copas menstruales a un precio más accesible

14

Desde el anaquel

Perfil consumidor

20

¿Necesito esto? La pregunta clave para los consumidores en 2022

Cómo evitar el arrepentimiento del recién contratado

26

Desde el lado humano

Para olvidarse del abarrote

34

Coca-Cola abre en Londres su primera tienda en Europa

Toallitas Húmedas

Baby Soft
Agua

99%
Agua



¡Amigo Tendero!

**¡Incrementa tus ganancias
con nuestros productos!**



¡Proximo Lanzamiento!



Productos para:

- Bebés
- Adultos
- Salud y Belleza
- Hogar
- Mascotas

administrar BIEN TU negocio te LLEVA a EL ÉXITO SEGURO



Si bien todos compartimos en la misma sociedad y desde diferentes trincheras, los pequeños comerciantes como dueños de bodegas, mini markets o simplemente pequeños

negocios, son quienes sufren más cuando de administrar se trata.

Cabe destacar que hay quienes son expertos en gestionar y administrar sus finanzas y consiguen resultados extraordinarios, pero no todos tenemos las mismas habilidades y es por eso que en este artículo comparto ciertas reglas que apoyarán su gestión como un buen administrador profesional.

La falta de planificación es uno de los causantes de una mala administración y por lo tanto en la gran mayoría de los casos, no se logran los resultados que deseamos para la empresa, tanto económicos como administrativos.

Administrar un negocio significa realizar tareas de coordinación y supervisión de las actividades laborales de otras personas de tal manera que se realicen de forma eficiente y eficaz.



A continuación, les comparto algunos consejos para administrar sus negocios.

SABER LA REALIDAD: DONDE ESTOY EL DÍA DE HOY

El primer paso para una correcta administración es saber bien dónde está el negocio el día de hoy.

No hay nada mejor que saber en dónde estamos parados para después determinar y establecer metas.

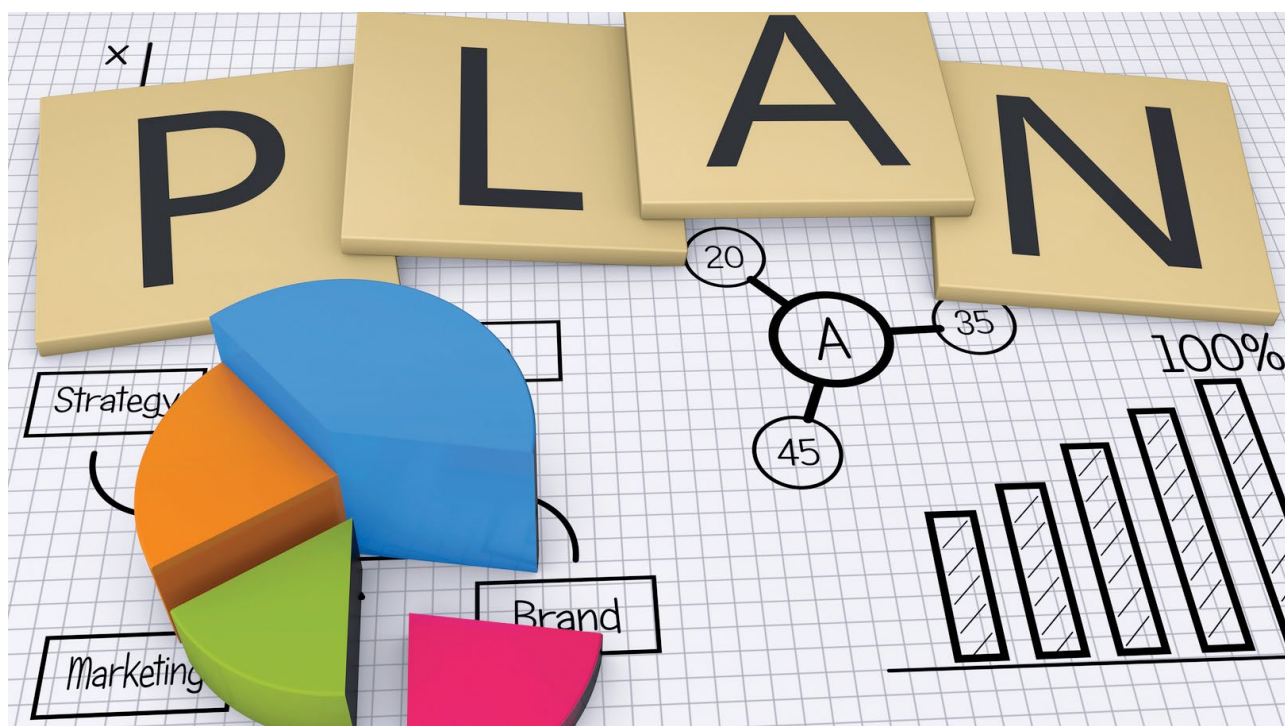
Por lo que es absolutamente importante fijar Objetivos concretos y claros en todos los niveles para administrar con éxito un negocio.

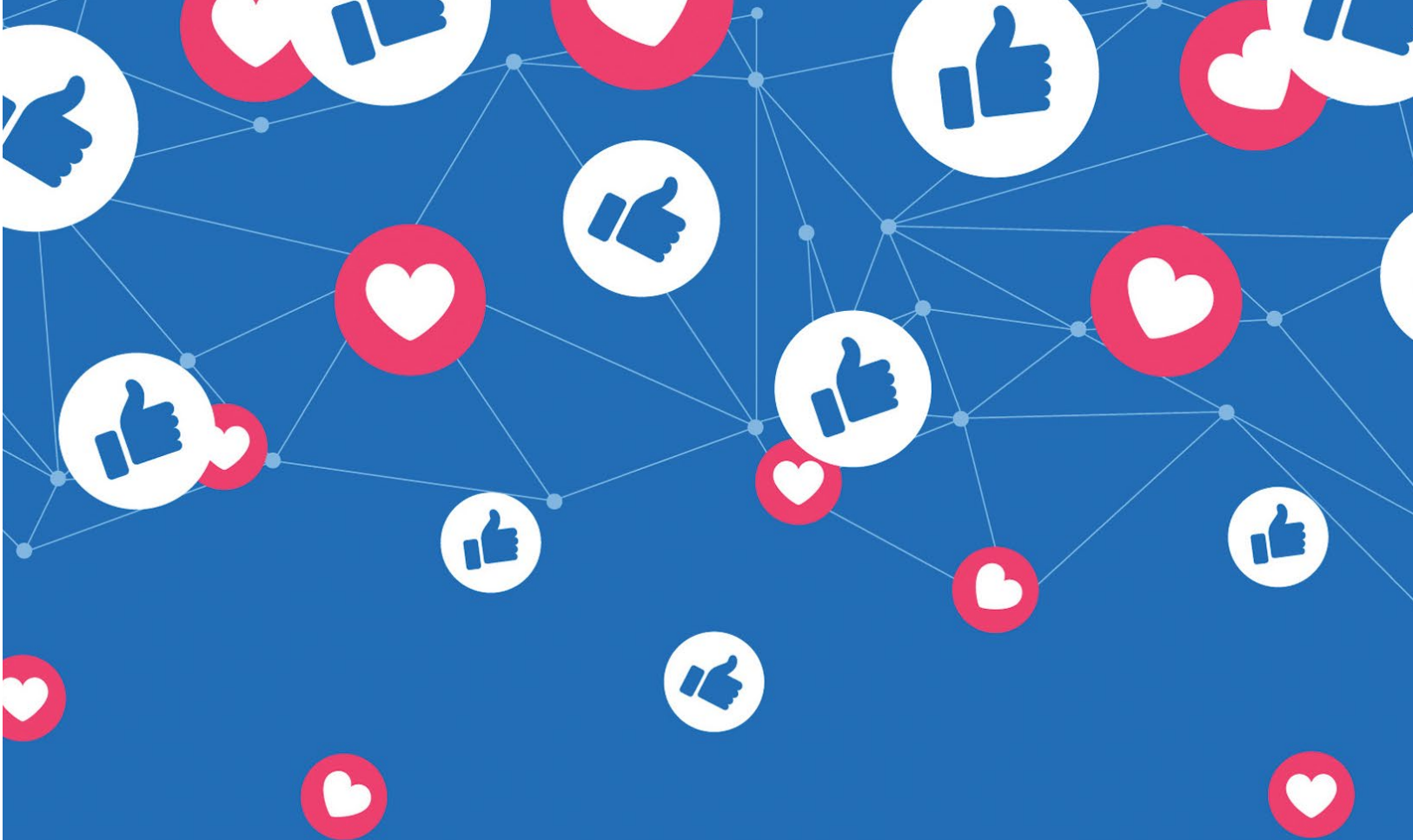
PLANIFICAR: EL QUE NO TIENE UN PLAN SE CONVIERTE EN EL PLAN DE ALGUIEN MÁS

Planificar es lo primero que debemos de hacer tan pronto sabemos en dónde está la realidad del negocio el día de hoy.

Para esto es importante determinar cuáles son las prioridades próximas a establecer, para evitar distracciones por cosas o tareas de menor importancia o simplemente que no agreguen valor.

Las metas claras ayudarán a tu trabajo de administrar, a establecer tu plan, el por qué, el proceso, las personas involucradas, así como las acciones y tiempos determinados.





facebook
minegocioabarrotero



CONTROLAR EL INVENTARIO

Es importante saber lo que tiene en inventario. Un negocio debe en todo momento tener acceso a esta información, de lo contrario podría caer en bancarrota, en el peor de los escenarios.

Los inventarios permiten saber el valor de su inversión, así como lo que el negocio tiene para ofrecer al cliente o bien qué necesidades de compra existen.

Tener un inventario es un buen sistema para administrar, que además permite tener todo controlado y bien organizado.

CONOCER AL CLIENTE: CONOCER LO QUE CONSUMEN

Un buen equipo de ventas puede disminuir la tensión, porque conociendo a los clientes se logra saber los precios que esperan y lo que desean, en general, de la marca y del producto.

Es crucial entonces rastrear los hábitos de consumo de los clientes.

¿ESTÁ SIENDO EL LÍDER QUE SU NEGOCIO REQUIERE?

Como he compartido en artículos anteriores, el involucrarnos en el negocio es imprescindible para que se pueda administrar correctamente. Si no te involucras lo necesario, puedes correr el riesgo que tu negocio esté tomando direcciones equivocadas o que tus subordinados estén desalineados con la estrategia que se tenga.

Como líder empresario es importante, además de lo dicho anteriormente, que se cumplan con las obligaciones fiscales, legales, además de las comerciales.

Detrás de un negocio mal administrado, hay un empresario estresado. 

un buen líder:

- 1. Escucha a su equipo de trabajo**
- 2. Se comunica lo más eficiente posible**
- 3. Habla menos, escucha más**
- 4. Es un ejemplo**
- 5. Se apasiona con lo que hace**





“

BOLD3®,
la marca más
completa para
el cuidado de la
ropa en México le
da la bienvenida a
un nuevo integrante
a su familia. ”

LAVAR
ES LO DE
MENOS



**AROMA
DURADERO**



**FÁCIL
PLANCHADO**



**LIBRE
ENJUAGUE**

La Familia de BOLD3® crece para ser un gran aliado en el cuidado de la ropa de toda tu familia con calidad a un **precio justo**, el principal objetivo de la marca BOLD3®, es que además de **limpiar**, deja **extra-suavidad** y un **aroma duradero**, en tu ropa gracias a que su tecnología cuenta con cápsulas de fragancia, que se adhieren a la ropa logrando que permanezcan en las fibras por más tiempo evitando que se impregnen malos olores, como el del sudor y el tabaco.

Una marca
integral para el
cuidado de tu ropa.

Gracias a su diferente línea de productos como **Detergentes**, **Barras de Lavandería** y ahora **Suavizante**, cuida tu dinero, mantiene los colores de tu ropa vivos por más tiempo y contribuyes al **cuidado de nuestro planeta**, debido a que los productos de la línea BOLD3® son libres de fosfatos y cuentan con tecnología **he** que ayuda a reducir la cantidad de agua y de energía necesaria para realizar el lavado de tu ropa haciendo el lavado más sencillo y razonable.

NUEVO

Suavizante



La mejor opción para crecer tu negocio...

¿Ya lo tienes?

CUIDA EL AGUA.

Toallas, tampones y copas menstruales a un precio más accesible



Que las toallas, los tampones y las copas menstruales sean más accesibles para las personas menstruantes fue la razón que llevó a que a partir de este año estos productos tengan una tasa cero, lo que significa que están exentos del pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Esto también puede significar un repunte en las ventas de estos productos.

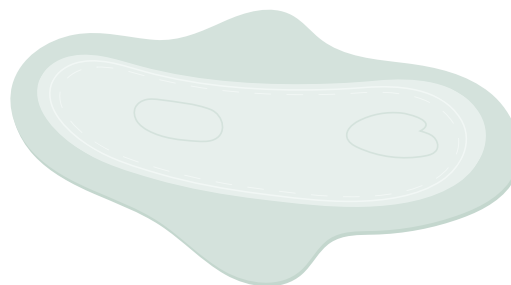
En redes sociales, algunas personas han compartido que los precios de las toallas y los tampones en establecimientos como tiendas y farmacias dentro de sus colonias no han tenido una reducción en el precio; por el contrario, pagaron más por la compra de sus productos.



“POR EL PAQUETE DE TOALLAS SANITARIAS QUE COMPRÉ EL AÑO PASADO EN 37 PESOS, PAGUÉ CASI 90 PESOS HACE UNOS DÍAS”, dijo Viridiana Pacheco en Facebook, sin especificar el producto ni el canal de venta.

Mientras, otras mujeres celebraron el cambio fiscal. “HACE UNOS MESES FUI A LAS FARMACIAS BENAVIDES Y PAGUÉ 69 PESOS POR ESTE PAQUETE, Y HOY SOLO GASTÉ 29 PESOS”, escribió otra usuaria junto a una imagen de un paquete de Kotex Unika Nocturna que contenía 10 piezas.

Palmira Camargo, vicepresidenta de comunicación de Essity Latinoamérica, la empresa dueña de las marcas de Saba, dijo a Expansión que la compañía trabajó de forma interna para que sus productos de higiene menstrual estuvieran libres de gravámenes a partir del 1 de enero; no obstante, el precio de los productos tuvo un ajuste por la inflación. La compañía no compartió si espera un incremento en ventas por la medida.



“LOS COSTOS DE MATERIA PRIMA SUBEN TODOS LOS AÑOS, ES POR ELLO QUE HAY UN INCREMENTO EN PRECIOS POR INFLACIÓN, PERO ESTO ES INDEPENDIENTE DE LA MEDIDA FISCAL, YA QUE COMO LO COMENTAMOS, A PARTIR DEL 1 DE ENERO ESSITY FACTURA SUS PRODUCTOS SABA PARA HIGIENE MENSTRUAL (TOALLAS Y TAMPONES) CON TASA IVA DE 0% DE ACUERDO A LA LEY DEL IVA VIGENTE”, compartió en un correo electrónico.

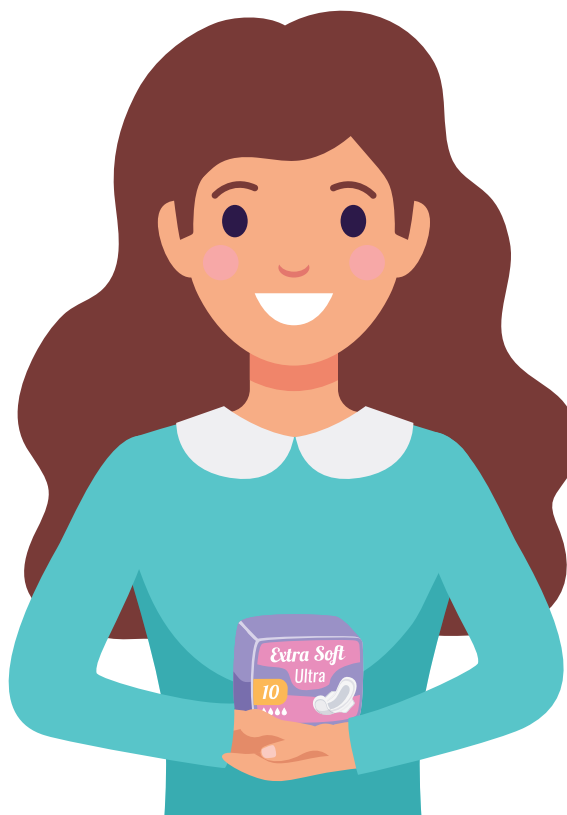
Hasta ahora, en una comparativa de precios en el ticket de las tiendas de autoservicio, no existe un ajuste a la baja en el precio de las toallas sanitarias y los tampones.

En julio de 2021, un paquete de toallas nocturnas tuvo un costo de 31.33 pesos, considerando el IVA. Este producto tuvo un costo final de 39.60 pesos el 13 de enero.

En anaquel sí hay una reducción en el precio: un paquete de tampones con 10 unidades pasó de 47 pesos a 35.80 pesos y un paquete de toallas con 30 piezas pasó de 68 a 62 pesos.

“ESTAMOS CONVENCIDOS QUE ESTA MEDIDA FISCAL COMPLEMENTA LAS INICIATIVAS DE POLÍTICA PÚBLICA EN MÉXICO SOBRE GRATUIDAD Y EDUCACIÓN DE HIGIENE MENSTRUAL.

EN ESSITY CELEBRAMOS ESTA MEDIDA COMO PARTE DE LA NORMALIZACIÓN Y ELIMINACIÓN DE TABÚES ALREDEDOR DE LA MENSTRUACIÓN PARA GARANTIZAR IGUALDAD DE OPORTUNIDADES”, compartió la directiva. 



¡Lo mejor para tu negocio!



229 264 5642



mexicanaabarotes





ACATLÁN - ACAYUCAN - ALVARADO - CABADA - CARDEL
ORIZABA - SAN ANDRÉS - TEZONAPA - TIERRA BLANCA
ZONGOLICA - CÓRDOBA - CD. ISLA - LOMA BONITA
TRES VALLES - TUXTEPEC - TEZONAPA - VERACRUZ - XALAPA
MINATITLÁN - CUITLÁHUAC.

HOTEL

VINOS Y
LICORES

PANADERÍA

¿NECESITO ESTO?



LA PREGUNTA CLAVE PARA LOS CONSUMIDORES EN 2022

En 2022, «¿necesito esto?», será la pregunta más importante que se harán los consumidores y tendrá más peso que nunca. «¿Necesito esto?», ya no es solo una pregunta para poner freno a una compra impulsiva. Ahora es un filtro de decisión de importancia crítica para todo lo relacionado con el sentido cada vez más amplio del bienestar del consumidor.

Dado el clima inflacionario, esta pregunta también dará respuestas sobre si los consumidores buscarán opciones donde gasten menos, gasten más, o de plano, dejen de comprar.





Una pandemia duradera, la priorización del bienestar por parte de los consumidores, los precios inflacionarios impredecibles y la disminución de la disponibilidad de productos, son factores que están impactando el estado global del bienestar del consumidor.

Así como la gente está renunciando a sus trabajos en esta era de la "gran renuncia", para encontrar algo mejor, en 2022 veremos a los consumidores "editar" intencionalmente sus canastas en las tiendas. Refrescarán su lista de compras y posiblemente abandonen algunas marcas en busca de opciones que cumplan mejor con las necesidades de salud, bienestar, valor (tanto de precio como de finalidad) y disponibilidad.

Los consumidores de hoy, con un estado elevado de necesidades y desafíos, se detienen en el punto de compra para preguntarse: «¿Necesito esto?»

LOS CONSUMIDORES NO DUDARÁN EN DESHACERSE DE LAS MARCAS QUE NO SATISFACEN LAS NECESIDADES QUE AHORA SE CONSIDERAN UNA PRIORIDAD PERSONAL. ESTA DINÁMICA FLUCTUARÁ A MEDIDA QUE EL ENTORNO MINORISTA CONTINÚE AFECTADO POR LOS DESAFÍOS INFLACIONARIOS Y DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Para comprender hacia dónde se dirigen los corazones, las mentes y las billeteras de los consumidores, los actores del mercado de CPG (consumo masivo) deben comprender su jerarquía renovada de necesidades. Un estudio de Consumo identificó recientemente una jerarquía relevante a nivel mundial que divide las necesidades básicas de salud y bienestar de los consumidores de hoy en cinco áreas clave de prioridad:

NECESIDADES DE PROTECCIÓN:

Se centra en los deseos urgentes de seguridad y protección contra amenazas inmediatas.

NECESIDADES DE PRESERVACIÓN:

Enfocadas en el amplio espectro del autocuidado, mejorando el bienestar y las conexiones físicas o emocionales actuales.

NECESIDADES ASPIRACIONALES:

Enfocadas en la atención preventiva y la toma de acciones proactivas para lograr y mantener metas específicas de salud, o ayudar a evitar dolencias a largo plazo.

NECESIDADES EN EVOLUCIÓN:

Se centra en soluciones de atención innovadoras y busca las últimas alternativas o desarrollos para cumplir continuamente los objetivos de salud y bienestar.

NECESIDADES ALTRUISTAS:

Enfocadas en el cuidado desinteresado y en mejorar el mundo que nos rodea, abogando por causas ambientales, éticas, humanitarias y/o filantrópicas.



EN SINTONÍA CON SUS NECESIDADES

2021 fue un año de recalibración, reflexión y resiliencia y 2022 verá los frutos de esos esfuerzos magnificados. Los consumidores serán aún más decisivos, estarán más en sintonía con sus necesidades y serán más exigentes con las selecciones de sus productos.

Ver el cambio en el tono del consumismo. La necesidad será la fuerza impulsora más fuerte del consumidor

de 2022. Según sus prioridades y los niveles de necesidades pendientes, los consumidores mostrarán su voluntad de pagar y su voluntad de buscar productos que responden a dichas necesidades y desafíos de la vida real.

¿Qué tan a tono estas con la nueva jerarquía de necesidades de salud y bienestar? En este año que casi ya va a la mitad, el éxito de los fabricantes y minoristas corresponderá directamente a qué tan bien responden a los consumidores en su momento de «necesidad». 



DESCARGA LA APP
ALTO DESCARGA LA APP
ALTO DESCARGA LA APP
ALTO DESCARGA LA APP



Descarga la App **SCORPION**[®]



Es muy **sencillo**
escanea
descarga y obtén
grandes
beneficios

Disponible en





Cómo evitar el arrepentimiento del recién contratado

El llamado “trabajo de los sueños” parece que se ha convertido en un problema, puesto que da la impresión de que ni siquiera existe.



SCORPION®

AUTOSERVICIOS AL MAYOREO

Beneficios de T^Uterminal

Retira tu
**dinero en
efectivo**



Realiza
compras
con tu saldo



Añade más
operadores **a tu red**



Sin cuenta
bancaria



Comisión **más
baja del mercado**



Acepta todas estas tarjetas

VISA



sodexo



Si Vale



Realiza tu trámite y obtén hoy mismo T^Uterminal

Una de las razones por las que los trabajadores abandonan sus puestos es porque se dan cuenta de que son igual de infelices o más que en sus empleos anteriores.

El llamado “arrepentimiento del recién contratado” es un fenómeno que ha comenzado a afectar severamente a las empresas.

En México, encontrar trabajo se ha convertido en una de las tareas más complicadas para los jóvenes y, en general, para cualquier persona, a raíz de la llegada de la pandemia.

Si bien es cierto que, a diario, se publican diversas ofertas laborales, el acceder a una de ellas resulta una verdadera odisea dada la alta demanda que existe.

Datos la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENO) del Inegi, hablan de que, durante el primer mes del 2022, se registraron poco más de dos millones de mexicanos en situación de desempleo, los cuales, en la actualidad, están activamente en búsqueda de opciones laborales, aunque sin tener éxito.





Ahora bien, existe un fenómeno en Estados Unidos que está llamado fuertemente la atención y es que trabajadores de dicho país han comenzado a abandonar sus trabajos en tiempo y cifras récord.

Muchos de ellos lo hacen, en realidad, debido a que están en busca de un empleo con un mejor salario, mayor flexibilidad y más satisfacción.

No obstante, la realidad muchas veces es dura y el llamado "trabajo de los sueños" parece que se ha convertido en un problema, puesto que da la impresión de que ni siquiera existe.





El fenómeno del “arrepentimiento del recién contratado”

De acuerdo con un par de encuestas realizadas a un grupo de empleados estadounidenses, una de las razones por las que los trabajadores abandonan sus puestos es porque se dan cuenta de que son igual de infelices o más que en sus empleos anteriores.

Una de dichas encuestas se realizó a 2,500 empleados millennials y centennials, de los cuales el 72 por ciento de los que habían empezado en un nuevo trabajo se arrepintieron muy pronto cuando se dieron cuenta de que la función o, incluso, la empresa eran diferentes a lo que se les había hecho creer.

De ese 72 por ciento, el 40 por ciento afirmó que experimentar esa sensación era motivo suficiente para dejar su trabajo en un periodo máximo de seis meses.

Ahora bien, por otro lado, otra encuesta realizada por la consultora Grant Thornton revela que 21 por ciento de los cinco mil empleados entrevistados dio a conocer que cambió de trabajo el año pasado, mientras que el 40 por ciento de ese grupo dijo que ya estaba buscando de nuevo.

A esto se le conoce como el “arrepentimiento del recién contratado”, un fenómeno que ya ha comenzado a ser un verdadero problema para las empresas, pero también para los trabajadores.

Esto surge, en gran medida, debido a que los trabajadores, hoy, exigen cada vez más de sus empleadores y tienen en mente una relación distinta con el trabajo. Dicho de otro modo, buscan empleos donde, por encima de todo, se sientan bien, cómodos y felices.

En ese contexto, los reclutadores atraviesan un momento en el que se encuentran desesperados por contratar personal en un panorama en el que el mercado laboral atraviesa una de sus peores épocas.

“Hay una enorme presión sobre muchos reclutadores en este momento para llenar los roles lo más rápido

posible, por lo que dicen cosas que los solicitantes quieren escuchar”, dijo Kathryn Minshew, CEO de The Muse.

Así que, para evitar que el “arrepentimiento del recién contratado” siga creciendo es necesario que ambas partes hagan su labor: por un lado, las empresas deben examinar sus culturas y ofrecer a los solicitantes de empleo una mayor transparencia; mientras que los nuevos contratados deben investigar bien para tener una idea clara de lo que les espera. 





**GRAN
BODEGA®**
Siempre ahorro

¡LLÁMANOS!

Hacemos **TU SUPER**
como tú lo harías



800 42 63 342



laGranBodega.com.mx

NO SALGAS DE CASA...  ...NOSOTROS TE LO LLEVAMOS



@granbodegapuebla

HAZ TU PAGO:

✓ EN LÍNEA Ó EN EFECTIVO AL RECIBIR TUS PRODUCTOS
✓ Ó EN CUALQUIERA DE NUESTRAS SUCURSALES PARTICIPANTES

VISITA NUESTAS SUCURSALES

LA NORIA - SANCTORUM - CHOLULA - GEO SAN LORENZO - XILOTZINGO - AMALUCAN - GARITA
INDEPENDENCIA - 14 SUR - SAN LORENZO ALMECATLA - CHAPULTEPEC - ZAPATA - REFORMA
MOMOXPAN - SANTA CLARA - LA ROSA - ACATZINGO - SAN JERÓNIMO - ATLIXCO

OBTÉN 10% DE BONIFICACIÓN



EN TU MEMBRESÍA COMPRA MÁS SIGUE MÁS AL PAGAR EN EFECTIVO*

*APLICAN RESTRICCIONES.

VISITA NUESTAS SUCURSALES

AMAZOC - UNIDAD COMERCIAL - CENTRAL DE ABASTOS - SAN GABRIEL (TLAXCALA) - FORJADORES
SAN MARTÍN TEXMELUCAN - TEPEACA - TECAMACHALCO - TEZIUTLÁN - HUAMANTLA - CAPU
ATLIXCO FERROCARRILES - BALCONES DEL SUR - LOMA BELLA - TEHUACÁN - OAXACA

■ Para olvidarse del abarrote ■

Coca-Cola abre en Londres su primera tienda en Europa

La primera flagship abierta en territorio europeo se ubica en Long Acre, Covent Garden, en Londres, siguiendo el concepto de los establecimientos que el fabricante de bebidas posee en Estados Unidos, su país natal.

“Esta tienda es nuestra oportunidad de proporcionar a los fans de Coca-Cola una serie de prendas de moda y artículos coleccionables premium, y maneras frescas de experimentar con nuestras bebidas”, ha informado Michelle Moorehead, VP of licensing and retail en The Coca-Cola Company, quien ha añadido que una mayoría de referencias están fabricadas con materiales reciclados, dándoles así “la oportunidad de compartir nuestros compromisos sostenibles con la gente y llevarles a nuestro Mundo sin Basura (World Without Waste)”.

Entre las referencias disponibles en la primera tienda de Coca-Cola en el Viejo Continente, desde la compañía citan moda deportiva y de trabajo y colecciones de edición limitada, diseñados en colaboración

con diseñadores británicos y globales como Soho Grit, Alma de Ace, Bape, Herschel, Staple o Be@rbrick.

Además, el nuevo espacio cuenta con un bar donde se puede disfrutar de las bebidas de la firma y un centro de personalización para ‘customizar’ las prendas que se han adquirido. 





Instagram

@ minegocioabarrotero



minegocioabarrotero

REDES SOCIALES

www.minegocioabarrotero.com.com