

**Apuesta** → PARA EL SEGMENTO MEDIO-ALTO DE NOTEBOOKS

# Lenovo regresa de la mano de Starcenter

**Proyección.** La mayorista de la marca china de PC y notebooks espera colocar US\$ 2 millones en 2009, en un mercado que anualmente crece 50%

**A**l mercado local de los notebooks se acaba de sumar un nuevo jugador: la marca china Lenovo, que a principios de esta década adquirió la división de PC's y portátiles de IBM. De la mano del mayorista Starcenter, se propone apuntar a un segmento medio alto, con equipos que se comercializan a partir de US\$ 900.

Es que el mercado de las computadoras portátiles aparece como sumamente atractivo, ya que desde hace tres años crece a una tasa del 50% anual. Según comentó a *Café & Negocios* el principal de Starcenter, Marcelo Scavuzzo, para este año las importaciones totales de notebooks en el país llegarán a los US\$ 25 millones.

Otro dato no menor tomado en cuenta por la mayorista es el impacto que tendrá el Plan Ceibal

en una generación entera de consumidores. "Va a haber un crecimiento sostenido para los *notebooks* por lo que significará el impacto del Plan Ceibal. Seguramente esos chicos que hoy están recibiendo los gusanitos verdes en la escuela en seis o siete años van a estar pidiendo, además de pelotas y camisetas, un *notebook* con mayores prestaciones", vaticinó Scavuzzo.

## EL REGRESO DE LA MARCA

Cuando Lenovo compró IBM, cuatro países de la región (Uruguay, Paraguay, Ecuador y Bolivia) quedaron sin oficina ni representación de peso. Según explicó el director de marketing de la firma para América Latina, Fernando Zapotoczny, la idea es comenzar a cubrir los segmentos de clientes corporativos, profesionales inde-

pendientes y retail, pero sin perder de vista el corporativo, que es el fuerte de la marca y está conformado por clientes que reconocen la marca y su trayectoria.

## PREVISIONES

Starcenter prevé colocar en el mercado uruguayo en 2009 *notebooks* por un valor superior a US\$ 2 millones. En los últimos meses la firma realizó importaciones por US\$ 600.000 y planea cerrar el año con un nuevo lote de US\$ 200.000.

La estrategia para marcar presencia en el mercado local incluirá una campaña de marketing super segmentada y acciones directas a los clientes.

Por ejemplo, en breve se lanzará una tarjeta de crédito corporativa junto a banco Itaú para que los revendedores puedan adquirir equipos con un plazo de 90 días,



**ZAPOTOCZNY.** El ejecutivo aseguró que su target es selectivo

pagando a precio de contado.

Además, la compañía prepara un showroom en la calle Panamá y estudia la posibilidad de realizar una alianza con Itaú para financiar equipos a estudiantes.

Los notebooks de Lenovo tienen un costo inicial en el mercado de US\$ 900.

La compañía también confirmó

una compra importante de un retailer para la venta de los nuevos mini notebooks, un formato de portátiles más pequeño (con pantalla de 10 pulgadas) especialmente pensado para viajeros frecuentes que se lanzará a un precio de US\$ 690.



Punta Carretas tiene grandes espacios verdes.  
Y ahora tiene un Banco que se preocupa por ellos.



HSBC acaba de inaugurar su octava sucursal (la quinta en lo que va del año), ubicada en Punta Carretas, en Ellauri y Zorrilla de San Martín. Además de la excelente ubicación, esta sucursal se destaca por su marcado compromiso con el cuidado del medio ambiente, implementando un programa de concientización ecológica que HSBC viene desarrollando en todo el mundo.

**HSBC**   
El banco local del mundo