



## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN CRECIMIENTO

*La RSE, es un fenómeno en constante y progresivo crecimiento en la Argentina. Según Santiago del Sel, empresario, ex CEO de Zurich y ex presidente de la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas, es un proceso de desarrollo progresivo que si bien se han dado pasos importantes en su implementación y definición, todavía debe esperarse que se termine de instalar. Aunque, es sin duda una inversión que dará frutos en el mediano plazo.*

[mas](#)

[Ver](#)



### **EL ENVASE, UNA DE LAS CLAVES DE LOS PRODUCTOS EXITOSOS**

El envase es hoy uno de los elementos de las más importantes marcas. Uno de los grandes aliados de los nuevos productos, a menudo son un rediseño del existente. Conscientes de su importancia, algunos de los envases más clásicos se han convertido en objetos de colección

Grandes empresas como Axe, conscientes de su relevancia en el packaging, representan uno de los casos más representativos. Los desodorantes han sabido ver en los consumidores la necesidad de identificación, fenómeno social firme en la demostración de nuestros gustos que se logra mediante aquello que consumimos.

[Ver más](#) 



### **LAS FRANQUICIAS EN AUGE**

Es el negocio pilar en el actual mercado económico argentino. De acuerdo con una investigación hecha por la Asociación Argentina de Franquicias (AAF), entre 2007 y 2009 las empresas del sector mantuvieron un ritmo de crecimiento de apertura de locales franquiciados a tasas superiores al 11% anual.

La facturación total del sector creció el año pasado un 5%, esto se traduce que la actividad representa ya el 2% del Producto Bruto Interno (PBI).

[Ver más](#) 

### **"MADE IN CHINA" NUEVAS IMITACIONES EN EL PAIS ASIATICO**



Las imitaciones son, lamentablemente, un mal común. Con diversas y certeras regulaciones pueden detenerse a los inescrupulosos que lucran con la propiedad intelectual de ajenos, pero es que cuando estas regulaciones no se cumplen, se produce el caldo de cultivo para la falsificación.

[Ver más](#) 



*"Los grandes trabajos no son hechos por fuerza sino por la perseverancia"*

Samuel Johnson

Acompañan a NewsMarca:



REGISTRE SU MARCA

Esto no es Spam. Para desuscribirse haga [click aquí](#).

SANTIAGO DEL ESTERO 345 - PISO 6º. - (+54,11) 5277,7000 - C1075AAG - BUENOS AIRES - ARGENTINA

## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN CRECIMIENTO

“Es momento de pensar los próximos desafíos en la materia. Hay que poner la mira en el campo social para paliar esta cuña donde existen hoy dos Argentinas, en la que casi el 25% ha sido excluido del sistema. Todas las labores que puedan hacer las compañías para mejorar la situación de estas personas hay que llevarlas adelante. Algunas se concentran en lo más urgente como la nutrición o la salud, y otras lo hacen más a largo plazo apostando a la educación o a la lucha contra la drogadicción. Hay mucho por hacer y cada empresa tiene dónde meterle la bala al asunto. Yo pondría una bala en la educación y otra en la nutrición.”, comenta Santiago Sel.

Con respecto a las motivaciones acerca de la implementación de este tipo de políticas, no se descarta que su gran mayoría hayan sido genuinas, pero otras tantas se han subido a esta tendencia por temor a sufrir un castigo por parte del público y que contrarreste su imagen.

Más allá de las distintas variables de las políticas de la RSE, no puede negarse el desarrollo que se ha logrado en las distintas áreas. Con el apoyo de las distintas y variadas empresas, la RSE se vislumbra como un proyecto exitoso para ambos sectores; el social y el empresarial.

Fuentes: [http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota\\_id=1202478](http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1202478)

[volver](#)

## EL ENVASE, UNA DE LAS CLAVES DE LOS PRODUCTOS EXITOSOS

El envase de la variedad “Dark Temptation” de Axe definió un mensaje: "efecto del chocolate". Mediante formas, colores y diseños que la publicidad terminó de redondear con el celebrado anuncio "Hombre de chocolate", logró convertir al producto en un envase duradero y perdurable en la memoria de los consumidores.

Según Adrián Pierini, diseñador gráfico argentino "El packaging es el medio mediante el cual un producto trasciende la barrera de lo funcional para transmitir un mensaje vinculado a lo emotivo, lo aspiracional, y a la propia generación de imagen". El envase se ha transformado en un elemento fundamental de los productos y ha dejado de ocupar un espacio neutral en el mercado. Actualmente, una importante mayoría de las decisiones de los consumidores se basan en el envase y como es presentado éste. La frase de no juzgar a un libro por su cubierta, ha perdido sentido; la cubierta, el envase y el packaging se han transformado en pilares para una venta exitosa.

Fuentes: [http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota\\_id=1218452](http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1218452)

[volver](#)

## LAS FRANQUICIAS EN AUJE

Cuando se analiza el sistema de franquicias en su conjunto, se observa que ocupa un lugar relevante en la economía del país. Hay 466 marcas franquiciantes y más de 21.000 puntos de venta de marcas franquiciadas que en su conjunto emplean 165.000 personas.

Si bien el negocio de las franquicias aún tiene mucho camino que recorrer, una gran cantidad de marcas han sido tentadas para formar parte del universo de las franquicias. Un ejemplo de ello es Christian Lacroix, que desde 2001 comercializa en el país indumentaria masculina y femenina de la marca francesa.

Actualmente, la firma tiene nueve locales en el país y se encuentra analizando firmemente ingresar al sistema de franquicias por las ventajas que ofrece.

Días atrás, Romulo Nazar anunció que se tomo la posesión efectiva de una tradicional compañía crecida bajo el sistema de franquicias: "El Noble Repulgue".

Nazar comentó al diario La Nación que "este nuevo negocio del grupo no va a ser un emprendimiento Cardón, se mantendrá separado y conservará su nombre, aunque con un cambio: ya no llevará la palabra repulgue. Se llamará El Noble".

En sentido práctico, la actividad que es llevada a cabo por Nazar es un claro ejemplo del auge de la franquicias. La franquicia no debe ser considerada como una forma de crear un negocio, sino como una manera de reproducir uno ya existente.

Fuentes: [http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota\\_id=1228911](http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1228911)

[volver](#)

## "MADE IN CHINA" NUEVAS IMITACIONES EN EL PAIS ASIATICO

En China han aparecido imitaciones de los reconocidos motores de búsqueda de Internet, Google y YouTube. La popular aplicación de videos, propiedad de Google, fue bloqueada en China; y en su lugar aparece la imitación Youtubecn.com. En el caso del buscador Google, su presentación china es Goojje. Además la página incluye una solicitud a la empresa estadounidense Google para que no abandone sus operaciones en China, como respuesta a la amenaza de la compañía de llevarlo a cabo el mes pasado, debido a la censura en la web impuesta por el gobierno chino y los ataques cibernéticos a sus instalaciones.

Las imitaciones aparecen en un momento de extrema tensión entre el país asiático y la compañía con sede en Estados Unidos, debidas a las constantes censuras en la web.

T.R. Harrington, director general de la empresa Darwin Marketing, con sede en China, comentó: "¿Cuál es la reacción en estos casos?, en Estados Unidos, ocurre una demanda judicial. En China no pasa nada a no ser que realmente dañen la marca".

Estas dos páginas aparecieron a mediados de enero, y hasta ahora la Administración Nacional China de Marcas Registradas no ha emitido ningún comentario acerca de estas nuevas imitaciones. Incluso luego de haber emitido este mes, un nuevo código de normas éticas.

El vocero oficial de Google Inc. sólo ha indicado hasta el momento que no se encuentran afiliados a las páginas de imitación.

Fuentes: <http://www.clarin.com/diario/2010/01/28/um/m-02129051.htm>

[volver](#)