



# Una empresa con principios, no tiene final.

Negociemos con valores,  
porque no existen las empresas...  
exitosas en sociedades deterioradas.  
Y eso depende de todos.



Campaña “Negociemos con valores”

## Objetivo

Crear conciencia de responsabilidad y trabajo con valores por parte de las empresas. Que se sientan identificadas con un concepto en común, que las integre y que permita ser adoptada como propia.





## Estrategia

La campaña debe tener la flexibilidad para adaptarse a la diversidad de rubros y poseer aspectos comunes a todas las empresas para que cada una pueda incluirla en su comunicación y que encaje perfectamente con la propia.

Debemos trabajar con elementos que sean fácilmente distribuídos, que permitan llegar a la mayor cantidad de personas con un mensaje claro, entendible y de impacto. Que sea como un estandarte de las empresas, que las diferencie del resto.

El punto de partida de una campaña de estas características, es una imagen representativa. Se necesita de un elemento gráfico que represente el desempeño responsable de una empresa y que sea común a todas, independientemente de la organización de RSE de la que sea parte.



## Conceptualización

### **Una empresa con principios, no tiene final.**

A partir de este concepto podemos darle forma a la idea de que una empresa que trabaja con principios, que es responsable y está atenta a las necesidades de la comunidad donde desarrolla su actividad, es una empresa que va a trascender, una empresa que perdurará en el tiempo, en definitiva, será una empresa infinita.

Esta es la promesa de la propuesta. Estamos incentivando a las empresas a actuar de una manera determinada, explicando las consecuencias de este desempeño. Hay muchos ejemplos de empresas que colapsan ante desempeños irregulares o deshonestos.



## Elementos de la comunicación

### Marca y slogan de campaña.

Se tomará como imagen de campaña el **símbolo infinito**. Se trata de un símbolo universal, cuyo significado es reconocido por todos, más allá del idioma, religión o mercado de acción. Representará a la empresa que está unida a la propuesta, una empresa con principios. Qué mejor que un símbolo universal para representar una idea universal.

El concepto de infinito también se traslada a otras interpretaciones, por ejemplo a la convocatoria, no hay un límite de empresas que puedan adherirse, a los alcances de la campaña y a la gente que la involucra.

Además, el compromiso de las empresas se traslada a las comunidades, de esta forma podemos entender que se benefician la sociedades, los pueblos y el mundo. La campaña puede extender su alcance y reforzar la idea que si todos los integrantes actuamos con principios, todos se verán beneficiados.

**Una empresa con principios no tiene fin. Un mundo con principios tampoco.**



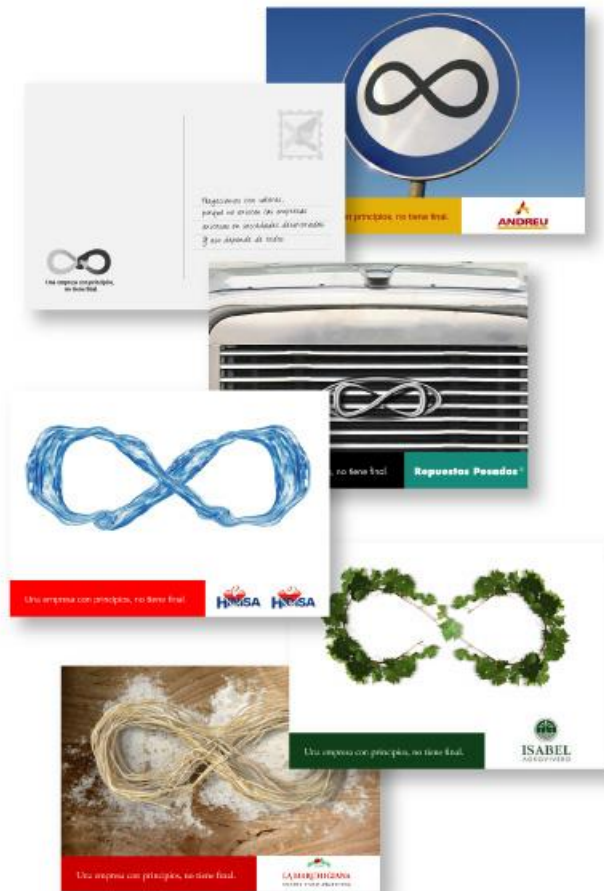
**Una empresa con principios,  
no tiene final.**

## Elementos de la comunicación

### Propuestas de acciones publicitarias.

Cada empresa tendrá su propio símbolo conformado por elementos que lo identifiquen con su rubro. También puede haber un símbolo general que pueda ser utilizado por la empresa que no desee crear uno propio.

Entre las piezas principales se pueden desarrollar postales que sean utilizadas por las empresas para sus comunicaciones a clientes, proveedores y empleados. Cada postal tendrá el símbolo representativo de cada empresa con la frase **“Una empresa con principios, no tiene final.”**





## Ejemplos

La Marchigiana, cocina ítaló argentina.



## Ejemplos

Andreu, transporte de cargas.



## Ejemplos

Santa Isabel, agrovivero.



Una empresa con principios, no tiene final.



## Ejemplos

Repuestos Pesados, repuestos para camiones.



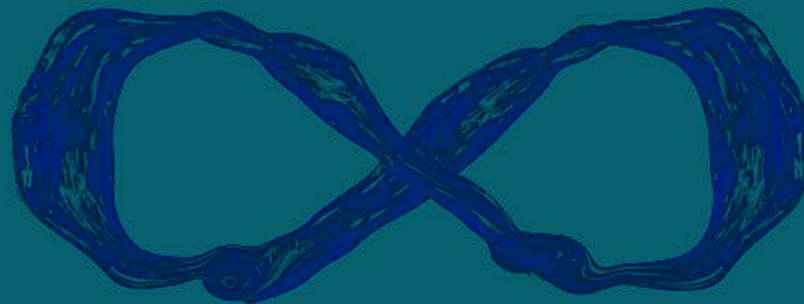
Una empresa con principios, no tiene final.

**Repuestos Pesados®**



## Ejemplos

En la siguiente imagen se puede observar el logo de Enxsa, generadora de energía.



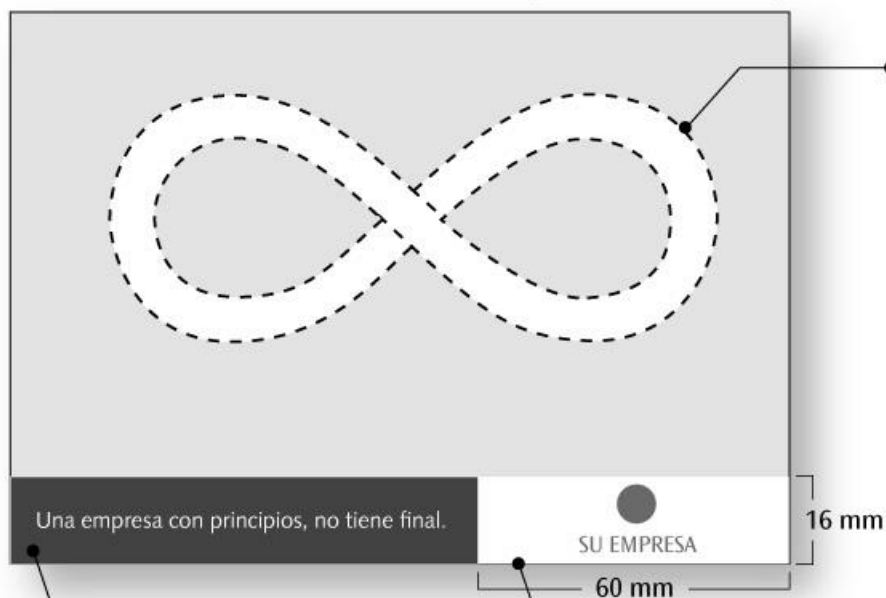
Una empresa con principios, no tiene final



## Elementos de la comunicación

### Propuestas de acciones publicitarias.

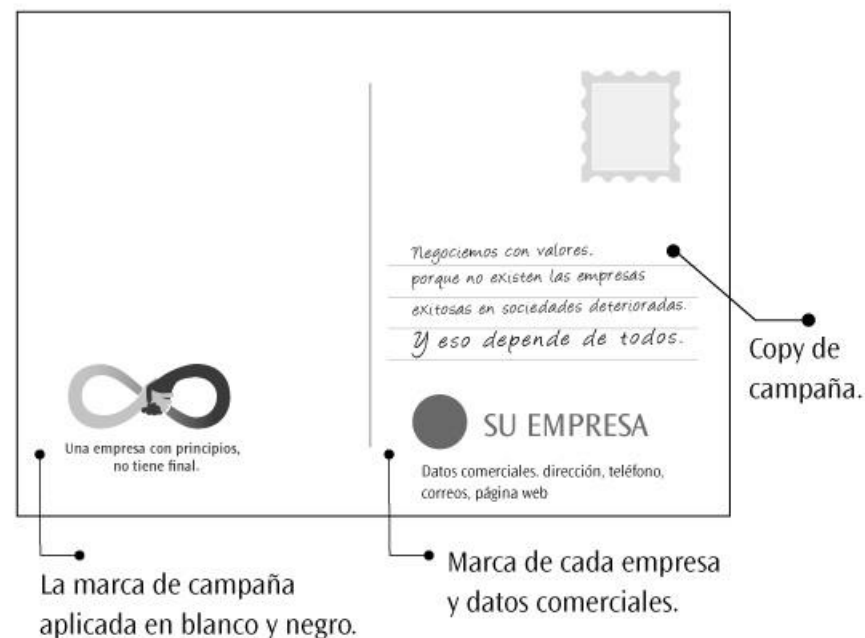
**Formato:** 1/4 de A4 (148,5 mm x 105 mm)



El slogan de la campaña debe colocarse en una sola línea (cuerpo entre 12 pts y 14 pts.) centrado con el fondo. Tanto la tipografía como el color del fondo deben ser los característicos de cada empresa.

La marca de cada empresa se ubica en la parte inferior derecha de la postal sobre fondo blanco.

Cada postal lleva como imagen el símbolo infinito recreado según los productos y servicios ofrecidos por la empresa.



Copy de campaña.

La marca de campaña aplicada en blanco y negro.

Marca de cada empresa y datos comerciales.

## Elementos de la comunicación

### Adhesión de las empresas

Las empresas pueden sumarse a las acciones de la campaña desde sus propias comunicaciones institucionales aumentando así infinitamente las posibilidades de alcance de la campaña.



## Elementos de la comunicación

### Ejemplos de aplicación del símbolo.

Este símbolo tiene muchas aplicaciones, puede ser llevado a todos los medios de comunicación de forma simple y económica. la incorporación del símbolo a su papelería institucional, merchandising, comerciales para TV y cine, banners para web, mailing corporativo, pins para uniformes, grafica vehicular, cartelería. Las posibilidades son infinitas.





---

**Ingrese a [www.empresasconvalores.org](http://www.empresasconvalores.org)**

Baje el acuerdo de ética y fírmelo con su cadena de valor.

---

Bajo Licencia **Creative Commons Argentina**

[http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/ar/deed.es\\_AR](http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/ar/deed.es_AR)