

HOW MANY MORE SIGNALS DO YOU NEED THAT 'BUSINESS AS USUAL' ISN'T AN OPTION

Tendencias y casos orientadores en la construcción de confianza

LA CRISIS DE CONFIANZA
NOS RECUERDA LO QUE
TODOS SABEMOS:

**NO ES POSIBLE SEGUIR
CONSTRUYENDO
MARCAS DE LA MANERA
EN QUE LO HEMOS
HECHO HASTA AHORA**

**EN ESTE DESAFÍO, HAY MARCAS CUYO
ORIGEN PARECE UBICARLAS EN UN
TERRENO MÁS FÉRTIL PARA LA
CONSTRUCCIÓN DE CONFIANZA**



**MARCAS QUE POR SU ORIGEN EN LA ECONOMÍA DE
LA COLABORACIÓN Y SU PROPÓSITO VINCULADO
AL BIEN COMÚN ESTÁN MENOS EXPUESTAS A LA
DUDA Y AL CUESTIONAMIENTO PÚBLICO**



Late!



**¿PERO QUÉ PASA CON LAS GRANDES MARCAS,
CON LAS GRANDES CORPORACIONES Y TODO SU
POTENCIAL?**

**¿QUÉ PASA CUANDO ESTAS GRANDES MARCAS SE
HACEN CARGO DE LA CRISIS DE CONFIANZA Y
PASAN DE SER EL PROBLEMA A SER PARTE DE LA
SOLUCIÓN?**

***Transparencia
desde los productos y su origen, pero
también desde una nueva apertura***



alma**brands**

MCDONALDS: LAS VERDADERAS PREGUNTAS, ¡Y SUS RESPUESTAS!

Food Quality | Our food. Your questions. Restaurant Locator Français Search

OUR FOOD. YOUR QUESTIONS.

Ever wanted to ask us about the food in our Canadian restaurants? Now's your chance! We'll answer any questions about our food. [FAQ](#)>

Type your question here **ASK**

Sort by: **RANDOM**

Filter by: **ALL CATEGORIES**

NICHOLAS B. from Vancouver, BC asked: "Why do you put gherkins in your burgers?" FOLLOW	SSOSSSSY from Mississauga, ON asked: "where do you get your buns from" FOLLOW	NIKKI L. from Blackfalds, AB asked: "Does Canada use "pink slime"?" SEE ANSWER	MICHAEL R. from Calgary, AB asked: "Why is the amount of salt used on McDonald's fries higher in Canada than in Europe? Also, please bring back the pizza or sell me the recipe." SEE ANSWER
ISABEL M. from Toronto, ON asked: "Why does your food look different in the advertising than what is in the store?" SEE ANSWER	LAURA B. from Toronto, ON asked: "How is it that a McDonalds burger does not rot?" SEE ANSWER	TAMMY M. from Toronto, ON asked: "We did an experiment and you fries don't go moldy even at day 18. WHY? When fresh fries went moldy at day 3?" SEE ANSWER	DAVID D. from Toronto, ON asked: "Is there beef in your fries?" SEE ANSWER
BRITTNEY A. from Salmon Arm, BC asked: "what is gluten free on your menu?" FOLLOW	MAXIM K. from Saint-laurent, QC asked: "What type of dill pickles does Mcdonalds use?" FOLLOW	SARAH H. from Brampton, ON asked: "Why should I eat anything that has ingredients like "dimethylpolysiloxane" embedded into it?" SEE ANSWER	PAUL J. from Richmond, BC asked: "I'm lovin' it 🍔🍟!!" SEE ANSWER

NESTLÉ Y LAS PORCIONES: MÁS ALLÁ DE LOS SELLOS Y LAS ETIQUETAS



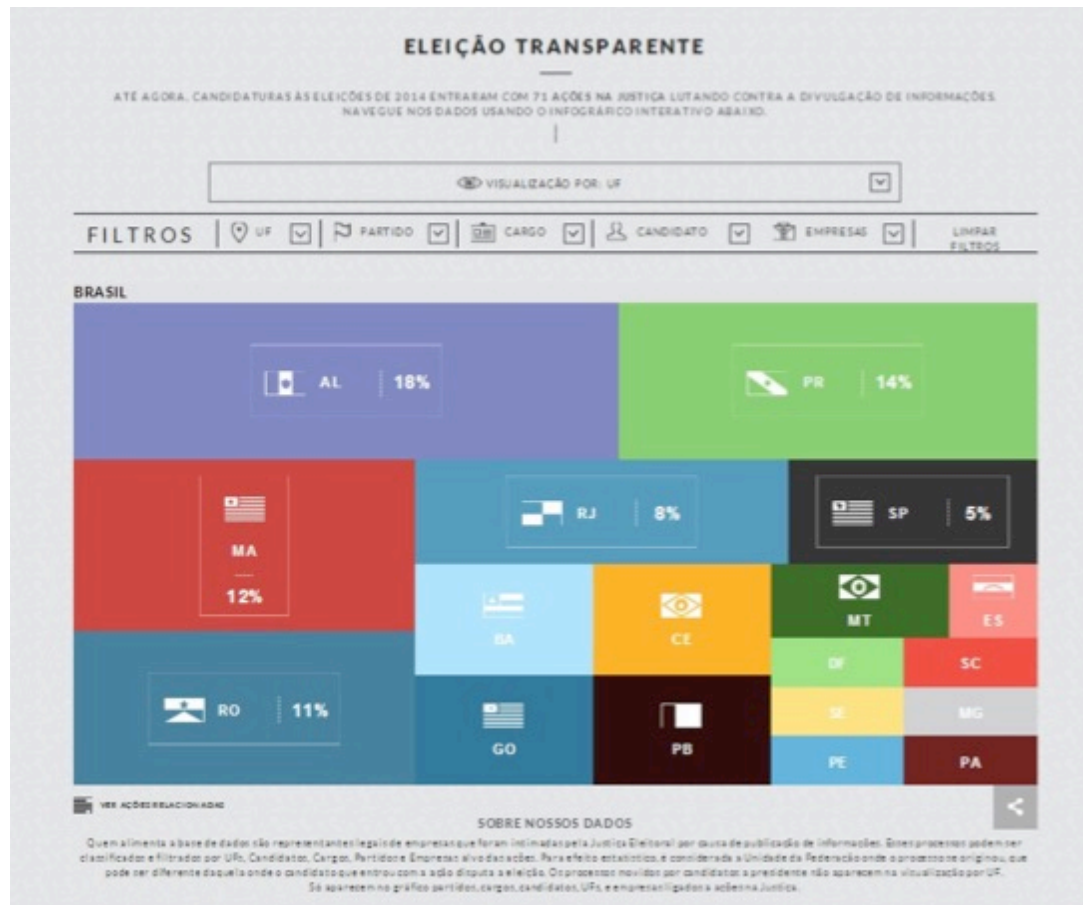
EL NUEVO DESAFÍO PARA FACEBOOK: NO SÓLO COMPARTIR, SINO TAMBIÉN DEFENDER, FILTRAR Y VERIFICAR “ LA VERDAD”

- Sobre todo en las últimas elecciones norteamericanas, el problema de las “noticias falsas” se ha convertido en un desafío profundo para medios y redes sociales.
- La pregunta sigue siendo: ¿cómo combinar la completa libertad de expresión con la responsabilidad por la verdad?



ELECCIÓN TRANSPARENTE: POR UN INTERNET LIBRE, Y SIN CENSURA, EN PERIODO DE ELECCIONES

- Desde septiembre de 2014, el sitio web **Elección Transparente** permite a los ciudadanos de Brasil saber qué candidatos y partidos políticos han intentado remover información de Internet.
- Personas y partidos son entonces rankeados por el número de solicitudes de eliminación.
- El sitio fue desarrollado por la Asociación Brasileira de Periodismo en conjunto con Google.



CHEQUEADO: MÁS ALLÁ DE LAS ELECCIONES, UN MONITOREO PERMANENTE DE LA VERACIDAD DE LOS HECHOS DEL GOBIERNO ARGENTINO



The screenshot shows the Chequeado website interface. At the top left is the logo "chequeado" with the tagline "LA VERIFICACIÓN DEL DISCURSO PÚBLICO". A navigation bar includes categories like "CHEQUEOS", "EL EXPLICADOR", "MITOS & FRAUDES", "QUÉ FUE DE ...", "INVESTIGACIONES", and "BLOG". Below this, there are sub-categories: "EN DEBATE HOY", "INTELIGENCIA", and "TRANSPARENCIA". The main content area features a news article titled "Las promesas de empleo por los acuerdos con China" with a photo of President Fernández and Chinese President Xi Jinping. To the right, a vertical banner for "chqvivo" announces a live broadcast on "1º de marzo" titled "Chequeo en vivo del Discurso Presidencial" with the hashtag #chequeadoCFK. At the bottom right, there is a "ZONA DE INTERCAMBIO" logo.

- Chequeado es un sitio colaborativo que monitorea toda la data que el Gobierno Argentino utiliza como referencia.
- Cada marzo, la ex Presidenta abría el Congreso con un discurso relativo a los logros del gobierno y futuros desafíos.
- Chequeado fue creado para monitorear estos datos, invitando a periodistas voluntarios a chequear cada hecho en tiempo real.

***Responsabilidad
no sólo en relación al propio negocio,
sino también más allá de él***



REVERSE DELIVERY Y BANCO DE ALIMENTOS: QUE LO QUE SE VA LLENO, NUNCA VUELVA VACÍO

- El Banco de Alimentos de Sao Paulo lanzó en mayo de este año Reverse Delivery, una iniciativa para aprovechar el potencial de los miles de conductores de delivery que volvían “vacíos” después de entregar sus pedidos.
- Los restaurantes participantes (más de 35 a la fecha) preguntan a los clientes si tienen alimentos para donar, los cuales son trasladados por el delivery una vez que entregaron su pedido.
- Luego Banco de Alimentos gestiona y distribuye los alimentos.



SHWOP, DE MARKS AND SPENCER: NO DEJES DE COMPRAR, COMPENSA RECICLANDO Y REUTILIZANDO



Oxfam

**CHANGE
THE WORLD
SHWOP**

M&S is starting a fashion revolution.
It's called shwopping.

We think that old clothes shouldn't just be thrown out, they should have a future.

So next time you pop in store to buy something new, drop an old item of clothing (even if it's not from M&S) into one of our Shwop Drops.

Then we'll work with Oxfam to resell, reuse or recycle it, and help support people living in poverty.

Our ultimate aim is to collect as many clothes as we sell and change the way we all shop forever.

Come on, let's go shwopping.

Only at
YOUR M&S

Scan the code to find
more from *shwopping*

Find out more
marksandspencer

SHWOPPING IS SIMPLE



**BRING AN OLD ITEM OF
CLOTHING INTO M&S**



**POP IT IN THE
SHWOP DROP**



**CLAIM YOUR SHWOP
VIA TEXT OR QR CODE**

<https://www.youtube.com/watch?v=kc4DyegoBhA>

ADIDAS X PARLEY ¿QUÉ HACER CON 8 MILLONES DE TONELADAS DE PLÁSTICO POR AÑO EN EL MAR?



<https://www.youtube.com/watch?v=iisMyJdkyqg>

Empatía

***la preocupación por el consumidor
trasciende la relación con la marca***

CUANDO UNA FARMACIA NO VENDE MEDICAMENTOS, SINO QUE CAMBIA A TODA UNA GENERACIÓN: FIRST TOBACCO FREE GENERATION

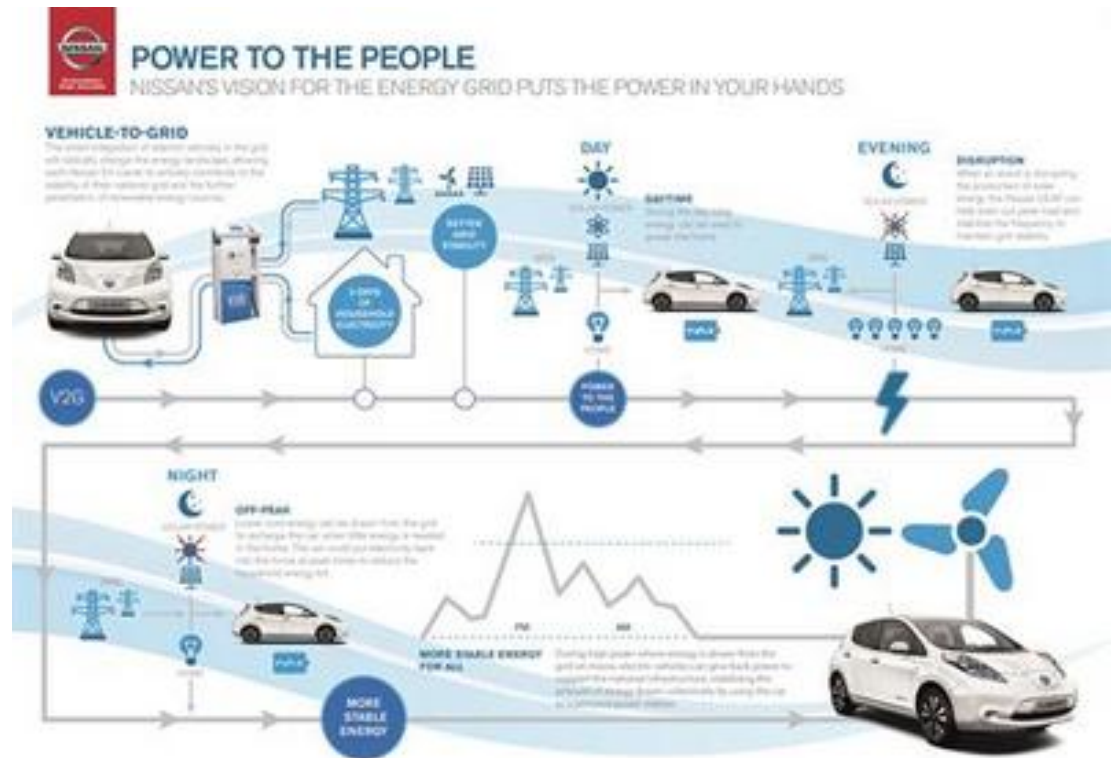


- CVS opera más de 9.600 farmacias en EEUU.
- Desde 2014, ha definido como parte esencial de su misión crear la primera generación libre de tabaco.
- Por lo mismo, anunció el fin de la venta de nicotina en sus tiendas.
- En marzo recién pasado, la marca lanzó #BeTheFirst, un plan de 5 años y 50 millones de dólares para hacer realidad este desafío.

<https://www.youtube.com/watch?v=Jz16kC1sCbg>

EMPATÍA TAMBIÉN ES PONER AL CONSUMIDOR EN UNA POSICIÓN HORIZONTAL EN LA CUAL AUMENTAN SUS OPCIONES DE “GANAR”

- Las nuevas tecnologías darán a los consumidores nuevas oportunidades, y las marcas ganadoras serán las que las aprovechen.
- En mayo de 2016, Nissan lanzó un plan que permite a los propietarios del automóvil Nissan LEAF y los modelos de furgonetas eléctricas e-NV200 vender la energía almacenada en la batería de su vehículo a National Grid.
- Creado en sociedad con Enel, el sistema Vehicle-2-Grid (V2G) estará disponible en 100 unidades de facturación en todo el país.



<https://www.youtube.com/watch?v=3pNbKfXVIeU>

Y HACERSE CARGO, SIENDO UNA SIMPLE GALLETA, DE PROBLEMAS SERIOS Y REALES QUE AFECTAN A DIARIO A LAS PERSONAS.

2 DE MAYO, DÍA MUNDIAL DE LA LUCHA CONTRA EL BULLYING



EL BULLYING TE SACA LA SONRISA.
HAGAMOS BUENAS MIGAS.



#BuenasMigas

Informate en: www.sinohacesnadasoparte.org

O ABRIR ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN A LOS EXCLUIDOS, SIENDO UN HELADO. SÍ, UN HELADO.



<https://www.youtube.com/watch?v=Y88gTeFSMp4>



Porque más de lo mismo, no es una opción:

***hoy las marcas deben actuar antes de caer
transparentarlo todo como norma
asumir el error, más que no equivocarse***

y sobre todo, “doing well, by doing good”



HOW MANY MORE SIGNALS DO YOU NEED THAT 'BUSINESS AS USUAL' ISN'T AN OPTION

Tendencias y casos orientadores en la construcción de confianza