



[COMUNICACIONES]

Pelea por usuarios de celular

Las operadoras de telefonía celular comenzaron a implementar nuevas estrategias para captar usuarios. Desde hace tres meses, Comcel y Movistar están llamando a los clientes post pago para ofrecerles más servicios de voz y de datos, prácticamente por el mismo precio. Tigo decidió ir más allá y lanzó a comienzos de octubre una campaña anunciando que entregará los equipos celulares con la banda abierta para que los usuarios se sientan dueños del equipo, y libres de cambiar de operador. Como en las otras operadoras ya no hay seguro para los celulares, ni ventajas para la renovación de los equipos, Tigo le apuesta a incrementar su base de clientes a través de esta opción.

TENDENCIAS DE NEGOCIOS

[CONSUMO MASIVO] Se especializa la higiene dental

La creciente demanda de productos para blanquear los dientes ha llevado a los productores de cremas dentales a desarrollar propuestas para responder a las expectativas del consumidor. Colgate acaba de lanzar la línea de cremas dentales y enjuagues bucales:

Colgate Profesional Whitening. JGB respondió con Fluo Cardent Dientes Blancos, Glaxo Smith Kline con Aquafresh Whitening, y Quala con una nueva versión de Fortident.

[AUTOMOTOR] Cambios en el mercado

Los fabricantes de vehículos en el mundo están replanteando sus

esquemas de negocio y, en algunos casos, ceden marcas que dejaron de ser estratégicas. Muestra de ello es que General Motors llegó a un acuerdo con la firma Sichuan Tengzhong Heavy Industrial, para venderle la marca de camionetas Hummer. Igualmente, está en conversaciones con otras compañías para vender las marcas Pontiac, Saab y Saturn. Por su parte, Ford analiza una oferta de la automotriz china Geely Holding para adquirir el 100% de Volvo.

[EMPRESAS]

Alistan ingreso a redes sociales

Un estudio con 400 empresas europeas, liderado por Deloitte, revela que el 94% de las compañías tiene planes de mantener o incrementar sus inversiones en las redes sociales, debido al poder que tienen para ayudar a fortalecer los vínculos con el consumidor. En México también hay un estudio de Bumeran.com que muestra el creciente uso de las redes sociales, por parte de las firmas cazatalentos, para identificar los perfiles aptos para las vacantes.

[INNOVACIÓN]

Más recursos para la investigación

La innovación se está convirtiendo en tabla de salvación de las empresas en todo el mundo para salir bien libradas de la crisis. En España, la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información, aprobó recursos por 4,8 millones de euros para la realización de 104 nuevos proyectos de investigación y la ejecución de proyectos de innovación empresarial. En China, las compañías se comprometieron a modernizar, no solo sus productos, sino sus canales de mercadeo y, en otros países como Estados Unidos y Chile hay más interés por aumentar la inversión en este rubro.