

<http://www.marcasconhistoria.com.ar>



Año de fundación: 1757

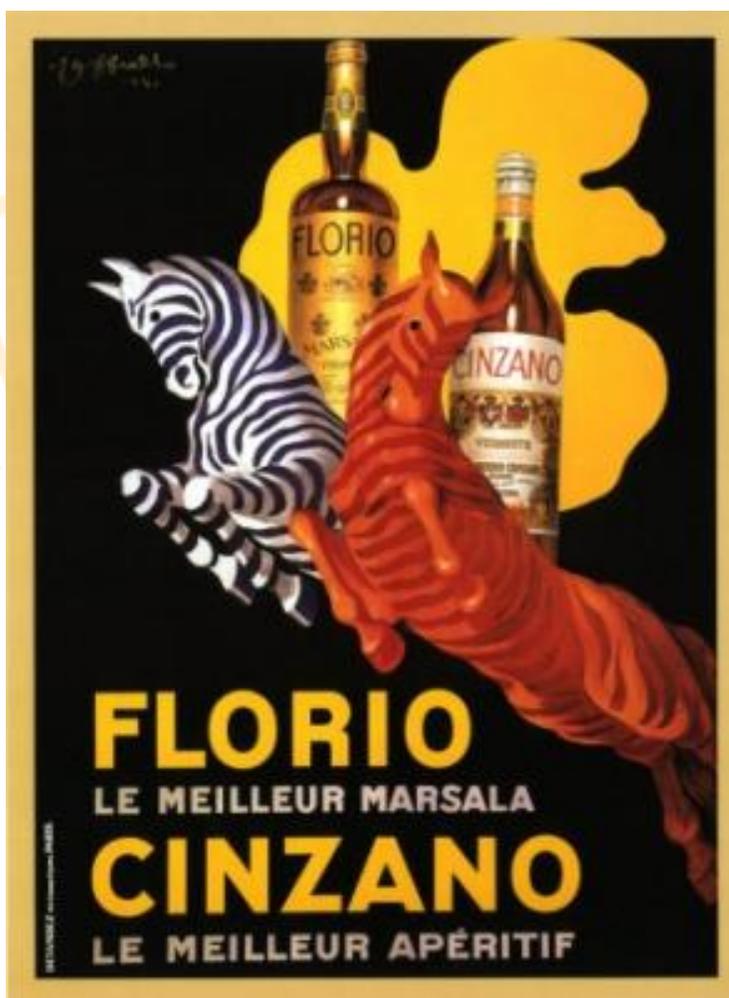
Fundadores: Giovanni Giacomo y Carlo Stefano Cinzano

1757 Al recibir sus diplomas de "Maestros Destiladores", los hermanos Giovanni Giacomo y Carlo Stefano Cinzano inauguran una pequeña tienda de vinos y licores en la ciudad de Turín, Italia. Al poco tiempo se destaca por ser su vermouth la bebida preferida de la aristocracia italiana.

1851 Comienza la transición de la producción artesanal a la producción industrial de la firma. El proceso se prolonga hasta el 1900 aproximadamente.

1887 "Il Telegrafo", periódico de Livorno, Italia, publica el primer anuncio impreso de Cinzano.

1898. El artista Adolf Hohenstein realiza "El Dio Pan" (El Dios Pan) para Cinzano, el primer afiche (póster) de gran tamaño. Comienzan a lucirse ilustraciones de artistas como



Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

Leonetto Cappiello, Eugenio Colmo "Golia", Mario Gross, Nico Edel, Ugo Nespolo y Guido Crepax.

1911 Por primera vez en la historia del marketing, Cinzano utiliza un avión con fines publicitarios en la ciudad de Milán.

1914-1919 (Primera Guerra Mundial). La firma aprovecha las circunstancias para incorporar una nueva estética representando escenas del campo de batalla. Publica sus "obras de arte" realizadas por los artistas Martedoso, Talman, Bruno, Golia y Cappiello en la prestigiosa revista Touring Club.

1925 La firma Cinzano, siguiendo la ola inmigratoria europea, desembarca en Argentina comenzando con la distribución del vermouth a nivel nacional. Se convierte en el preferido de los argentinos. Se introduce entonces, el logo azul y rojo de Cinzano al mercado. La pasión, el orgullo y la vivacidad, son representados por el color rojo. A su vez, el azul simboliza la nobleza, la tradición y el Mar Mediterráneo. Ambos encarnan el espíritu italiano, divididos por una línea diagonal ascendente, reflejo de la positiva trayectoria de la compañía.

1957 Entre este año y 1980, alrededor de 230 avisos televisivos de Cinzano son producidos en todo el mundo.

'60-'80 El famoso jingle de Cinzano y Cinzano Soda "Cin cin Cinzoda / una voglia da morir...", le debe gran parte de su éxito a la reconocida cantante italiana Rita Pavone, quien prestó su voz para el comercial. El "Cin Cin" se emplea aún en la actualidad. Se producen los primeros comerciales de TV en Argentina. Los spots de Cinzano más recordados son el de Alberto Olmedo, con su célebre slogan "Mejor un Cinzano", o el "Lo tomo porque me gusta" protagonizado por Arturo Maly. También aparece Oscar Martínez como un explorador selvático y viril rodeado de mujeres nativas, al ritmo del "Sucundum" y exclamando que "Con Cinzano comienza el placer".

2000. Cinzano en Argentina propone un giro comunicacional, incorporando al estereotipo del "Dandy" en sus publicidades. Este personaje comprende un hombre bien parecido, con rasgos locales y conocedor de los secretos de la conquista de todos los espacios: los sociales, los románticos, los laborales. El Dandy es la clásica expresión del conquistador argentino que todo hombre lleva adentro.

2006-2008 Reactualiza su comunicación. Bajo el slogan "No todo cambió mucho", posiciona al producto como un puente entre los valores de la juventud actual con los de la tradición que se le reconocen por su trayectoria. Así, se le adjudica el valor de clásico a la marca, transmitiendo que a pesar de las nuevas tecnologías y progresos, la esencia del hombre es siempre la misma. Reuniones de amigos y situaciones cotidianas son representadas en la nueva campaña.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

Pelikan

Año de fundación: 1838

Fundador: Carl Hornemann

1838 El químico Carl Hornemann comienza, en su pequeño negocio ubicado en el centro de la vieja ciudad de Hannover (Alemania), a fabricar por cuenta propia pinturas y utensilios para artistas.

1863 Günther Wagner, químico, se hace cargo de la firma. Como un medio de identificación, etiqueta todos sus productos con el pelícano, que es parte del escudo de armas de su familia, y lo registra oficialmente como una de las primeras marcas de Alemania. La organización adopta este animal ejemplar como símbolo representativo de los valores morales que el ser humano persigue para perpetuar la especie, a través de las mejores herramientas de la vida.

1895 La empresa experimenta un fuerte crecimiento produciendo nuevos productos: lapiceras fuente, acuarelas y varias clases de pegamentos, que empiezan a ser exportados exitosamente y le otorgan reconocimiento internacional a la firma.

1933 En febrero, establece su filial en la República Argentina, importando inicialmente los prestigiosos instrumentos de escritura que eran fabricados desde 1838 en su fábrica de Hannover. En años posteriores muchos de estos productos comienzan a ser fabricados en Argentina bajo los mismos estándares y normas de calidad que en la planta alemana. Varias generaciones de argentinos crecieron utilizando instrumentos de escritura Pelikan en las distintas etapas de su desarrollo educativo y profesional.



Año de fundación: 1845

Fundador: Bernardino Branca

1845 En Milán, Bernardino Branca funda la sociedad Fratelli Branca. Nace el primer establecimiento en Corso di Porta Nuova.

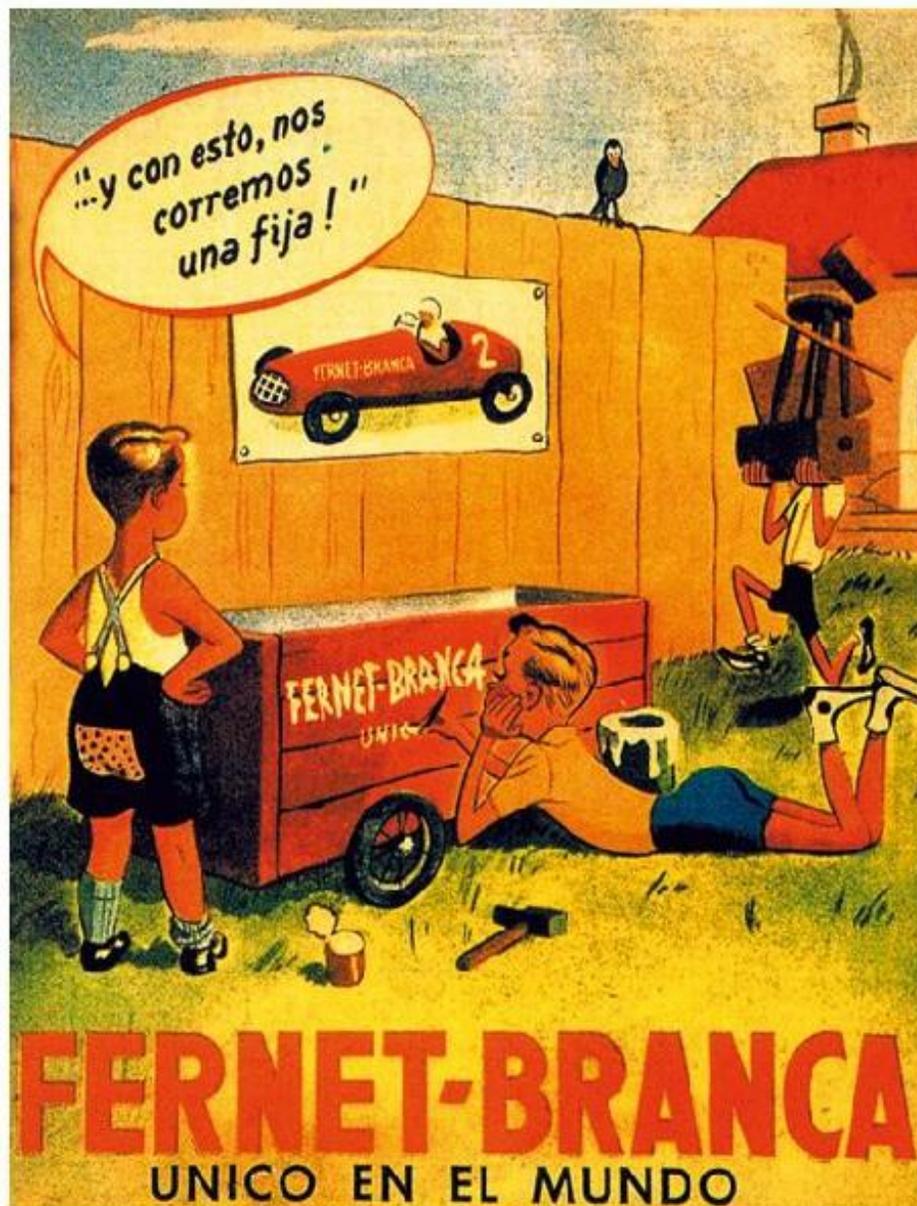
Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1861 Primer reconocimiento oficial a la calidad del Fernet con Medalla de oro y Gran diploma de honor en la Exposición de Firenze.

1862 Stefano Branca toma la dirección de la empresa. Fundación de Fratelli Branca e C. Primer reconocimiento internacional en Londres: Gran diploma, Medalla de oro.

1891 Al morir Stefano Branca, la empresa pasa a ser dirigida por su esposa Maria Scala hasta la mayoría de edad del joven Bernardino.

1893 Nace el "Mundo" Branca, obra de Leopoldo Metlicovitz.



Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1907 Dino Branca asume el control de la sociedad.

1925 La empresa Hofer & C. de Buenos Aires, concesionaria exclusiva para la venta del Fernet, es autorizada a fabricar el licor con el extracto enviado desde Italia.

1935 Nace Fratelli Branca en Buenos Aires. Inauguración del establecimiento Hofer & C.

1941 Inaugura en Argentina su planta en la calle Uspallata -Parque Patricios- en un predio de 11.000m².

1945 Fin del conflicto bélico mundial. Las empresas de Italia, Francia y Alemania están gravemente dañados, mientras que en Argentina y los Estados Unidos los establecimientos trabajan a todo ritmo.

1955 Dos años antes de morir, Dino Branca renuncia a la presidencia, que pasa a su hijo Pierluigi.

1965 En Milán se lanza al mercado un nuevo producto: Brancamenta.

1981 Nace el Centro Servizi Maria Branca para el control global de la calidad desde Milán.

1986 Fratelli Branca Destilerías construye su bodega subterránea en Tortuguitas, Pcia. de Buenos Aires.

1999 Fallece Pierluigi Branca. Su hermano Pino Branca es nombrado presidente de la sociedad.

2000 Fratelli Branca Destilerías S.A. construye e inaugura una nueva planta y oficinas administrativas en un predio de 30.500m² en Tortuguitas.

2001 Fratelli Branca Destilerías alcanza su venta record en Argentina.

2004 La familia Branca continúa con el control de la empresa en el mundo. Fratelli Branca en Argentina sigue incrementando sus volúmenes de ventas y realizando importantes inversiones.



Año de fundación: 1860

Fundador: Emilio Bieckert

1892 Cumplido su compromiso contractual de administrar por dos años la cervecería, asegurando una rentabilidad del 7% anual, viaja a Francia y se radica definitivamente en la ciudad de Niza.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1899 No pudiendo levantar los deventures emitidos para su compra, entra en cesación de pagos.

1900 Se crea en Londres una sociedad de saltavaje para evitar la quiebra. La firma pasa a ser Bieckert Brewing Co. (1900) Ltd. El Dr. Carlos Pellegrini pasa a formar parte de su directorio.

1908 Inaugura su nueva fábrica en Llavallol sobre un terreno de 100.000m2.

1913 Controla la Cervecería San Carlos, que pasa a ser The San Carlos Brewery Co. Ltd.

1853 El joven francés Emilio Bieckert arriba a Buenos Aires y de inmediato entra como cervecero en el establecimiento "Santa Rosa", de Juan Buheler.

1860 El 15 de febrero se instala en el tercer patio de una casa frente a la iglesia de Balvanera, y con la ayuda de un peón inicia la fabricación de su cerveza, empleando sólo dos pipas.

1861 El notable éxito de su producto lo obliga a mudarse a un local mayor en la calle Salta Nº 12. Se asocia con Emilio Hammer.

1866 Ante el aumento incesante de la demanda de su cerveza comienza la construcción de la nueva fábrica en Esmeralda y Juncal.



1871 Instala el primer patio cervecero en el "Bajo del Retiro". La chimenea de su fábrica figura en los mapas de acceso al Puerto de Buenos Aires como guía de orientación.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1880 Comienza la producción de hielo con maquinaria de última tecnología traída de Europa.

1889 Vende su planta de la calle Juncal a un consorcio inglés, Bieckert Brewing Company Limited, a un valor de entre 600.000 y 1.000.000 de Francos Oro.

1940 Como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial, cambia el nombre de su cerveza rubia "Pilsen" (nombre de la ciudad de Checoslovaquia donde se elaboraba) por "Prima". Los resultados son pésimos y antes del año retoma su antiguo nombre.

1960 Pasa a ser administrada por Molinos Río de la Plata.

1961-1962 Henninger, de Alemania, compra la mayoría de su paquete accionario.

1986 En estado de convocatoria de acreedores, es adquirida por Estrella de Galicia S.A., del grupo Ríos Seoane.

1996 Nuevamente con dificultades financieras, pasa a formar parte del grupo Vitivinícola Pulenta Hnos. S.A.

1997 Cervecería Quilmes compra la empresa, manteniendo un par de años la producción de cerveza para luego convertirla en maltería. Es explotada en esta condición hasta el año 2000 por Euromalt.

2008 La marca pasa a manos del grupo chileno Cicsa, por aproximadamente US\$ 90 millones



Año de fundación: 1866

Fundador: Henri Nestlé

1866 Henri Nestlé funda la compañía en base a un producto, la harina lacteada. Visualmente, la marca se identifica con un nido.

1913-1931 Se establece en Buenos Aires una sucursal de Nestlé and Anglo Swiss Condensed Milk Company. En el '30 se constituye Nestlé Argentina Sociedad Anónima de Productos Alimenticios, y en el '31 se inaugura la planta de Saavedra en la Capital Federal, comenzando la elaboración de chocolates y caramelos.

1941 Es lanzado a la venta Nescafé, el primer café soluble instantáneo

1961 Lanzamiento de la línea de productos Maggi.

1962 Se inaugura la Sede Central propia en el centro de la Ciudad de Buenos Aires.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1971 Se inaugura la fábrica de helados en El Talar, Provincia de Buenos Aires, y se lanza al mercado la línea de helados Frigor.

1985 Adquisición del negocio y de la marca de helados Noel.

1989 Adquisición de la empresa Osvaldo L. Mendizábal Productos Lácteos y sus marcas Mendicrim, Mendirela y Shimmy, entre otras. También se incorpora la comercialización de las pastas Buitoni.

1992 Se lanza al mercado la línea de Baby Food.

1996 Lanzamiento de la línea de Cereales para el Desayuno y de la línea de Pet Foods.

2000 Lanzamiento de la línea Aguas bajo la marca Nestlé Pureza Vital y adquisición del negocio de Alimentos para Mascotas de la firma Cargill y sus marcas Dogui, Gati y Excel.

2003 Se decide incorporar la dimensión de nutrición, salud y bienestar, para lo cual se selecciona un slogan corporativo común para todos los mercados, "Nestlé Good Food, Good Life", que es utilizado en todos los países en inglés y sin traducciones.



Año de Fundación: 1875
Fundador: José Canale

1875 José Canale establece una panadería en la esquina de las calles Defensa y Cochabamba. En 1885 fallece; su esposa primero y sus hijos después se hacen cargo de la compañía.

1901 Se presenta la alternativa de lanzar un producto nuevo: los bizcochos Canale, que por sus excelentes cualidades se extienden en nuestra sociedad y se convierten en competencia de las galletitas importadas inglesas y francesas.

1910 La demanda hace necesaria la apertura de una fábrica, que se ubicará en la actual calle Patagones 123 y luego en la calle Martín García 320 al 364. Esta planta es en gran parte planeada y dirigida por Amadeo, Julio y Humberto Canale, miembros de la familia. Cuenta con todos los avances técnicos existentes hasta ese momento, como la máquina cortadora de bizcochos.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1904-1911 Los productos Canale ganan importantes premios en exposiciones en el exterior.

1994-2004 Es adquirida por SOCMA, uno de los principales grupos industriales de nuestro país, que tiende a convertir a Canale en uno de los referentes del Mercosur.

En la actualidad, tiene tres principales áreas de negocios: la División Harinas (integrada por galletitas, bizcochos, pan dulce, etc), la División Envasados (conservas) y la División Envases. Está enfrentando los desafíos del nuevo escenario competitivo y mantiene su slogan: Canale, productos de calidad.



Año de Fundación: 1880

Fundador: Abel Saint

1880 Abel Saint abre un comercio de tostado de café sobre la actual calle Carlos Pellegrini.

1890 La demanda creciente lo obliga a abrir una fábrica, que se ubica

sobre la calle Herrera: allí se instalan los talleres de chocolatería, tostado de café, embalaje y expedición de productos (predio que aún conserva). Al poco tiempo Abel Saint fallece, y su viuda e hijos quedan a cargo de la empresa.

1905 Extienden su actividad a Uruguay.

1923 La sociedad Colectiva se transforma en Sociedad Anónima bajo el rubro de "Cafés Chocolates Aguila y Productos Saint Hnos. S.A."

1930 Inician la fabricación de helados Laponia.

1931-1970 Ampliación de las líneas de productos agregando caramelo, golosinas, maníes con chocolate y bombones, contando hasta 100 productos distintos. La infraestructura les permite el autoabastecimiento de material de envasamiento, con una imprenta que imprime los envases y una sastrería que confecciona la ropa del personal. En esos años llega a contar con 1.800 empleados en forma permanente y con 100 sucursales en todo el país. La tradición es una parte importante de su capital de trabajo.

1998 Actualmente comercializa más de 80 productos distintos y está organizada en tres divisiones: División Industrial, División Hogar y División Golosinas.



Año de fundación: 1882

Fundador: John D. Rockefeller

1882 John D. Rockefeller organiza bajo el nombre de Standard Oil Trust la gran diversidad de sus intereses

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

en petróleo. Se fundan dos organizaciones, una de refinación y otra de comercialización: la Standard Oil Co. de New Jersey y la Standard Oil Co. de New York. Conocidas como "Jersey Standard" y "Socony", son las compañías predecesoras de Exxon y Mobil respectivamente.

1911 La Corte Suprema de EE.UU. ordena la disolución de la Standard Oil Trust en 34 compañías, incluyendo Jersey Standard y Socony. La producción de kerosene es eclipsada por primera vez por un producto hasta entonces descartado: la gasolina. Tras la división, Jersey Standard y Socony enfrentan por separado la creciente competencia. Durante las dos décadas siguientes se dedican a desarrollar intensivamente cada segmento de sus negocios y se expanden al extranjero. Sucesivas adquisiciones y fusiones contribuyen con este proceso.

1939-1945 La expansión se interrumpe por la Segunda Guerra Mundial y es retomada luego. Las nuevas tecnologías y el crecimiento de los mercados estimulan el desarrollo petroquímico y de otros productos derivados; ambas compañías amplían tecnologías, líneas de productos y mercados a más de 100 países.

1960 Se crea la división Químicos de Mobil.

1965 Se integra Exxon Chemical.

1966 Socony-Vacuum evoluciona hasta convertirse en Mobil Oil Co.

1972 Jersey Standard cambia su nombre por Exxon Corporation y establece a Exxon como marca indiscutida en los Estados Unidos. En otras partes del mundo, Exxon y sus afiliadas continúan utilizando la reconocida "Esso" tanto para sus productos como para denominar a sus afiliadas.

1998 Exxon y Mobil firman un acuerdo con el fin de fusionarse y formar una nueva compañía denominada Exxon Mobil Corporation. Luego de la aprobación de los accionistas y de los entes de control, la fusión se concreta el 30 de noviembre de 1999.

Es ser líder de tu vida

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>



Cordialidad y experiencia

*C*ada una de las Agencias ESSO de todo el país tiene un denominador común, por encima de la calidad de los productos de petróleo que expende y de la idoneidad de su personal. Es la característica sincera cordial de los Agentes ESSO, que con total comprensión de los problemas de sus clientes, procuran solucionarlos, poniendo en ello toda su capacidad, gentileza y experiencia.



Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>



Año de fundación: 1883

Fundadores: Juan Echegaray y Roberto Fraser

1883 Juan Echegaray, fabricante de calzado de lona con suela de yute, se asocia con Roberto Fraser, productor de máquinas y telas, y juntos empiezan a fabricar alpargatas.

1885 Se constituye la sociedad anónima Fábrica Argentina de Alpargatas, que en poco tiempo se expande a Uruguay y Brasil. Se diseña la maquinaria apropiada para producir alpargatas industrialmente (hasta entonces su fabricación era manual). Se instala una planta en la calle Patricios que asombra a los porteños por su tecnología y tamaño.

1928 Se construye la actual fábrica, de 70.000 m².

1930 El artista plástico Florencio de los Angeles Molina Campos pinta 12 obras destinadas al almanaque que se editaría al año siguiente. 1937-1939 Ante la interrupción del contrato de Molina Campos, los almanaques los realiza Mario Zavattaro, tomando como tema principal los cantos del Martín Fierro.

1940-1945 Los almanaques vuelven a ser de Molina Campos, siendo los derechos de sus obras propiedad de la empresa.

1946-1947 Luis J. Medrano ilustra los almanaques de Alpargatas. Sus dibujos son más urbanos, pero la empresa exige motivos gauchescos.

1970-1980 Se inauguran nuevas plantas en el interior del país y se produce el lanzamiento de Topper (1975) y Palette (1978). Ingresan en nuevos negocios: petróleo, pesca, azúcar, bancos (Banco Francés) y seguros (La Buenos Aires).

1980-1990 En 1980 se constituye Altécnica, empresa que construye plantas industriales. La firma sale del negocio del azúcar y el petróleo. En 1987 obtiene la licencia Nike para Argentina y Uruguay.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1990-2004 Se focaliza en calzado y textiles. Lanza nuevas marcas: Bull, Fearless, Clarks y otras. En 1994 conforma un joint venture con Nike, y nace Nike Argentina. La firma queda organizada en Alpargatas Calzado y Alpargatas Textil.

2006 Alpargatas Textil cuenta con tres plantas productivas y representantes en Uruguay, Chile, Paraguay, Bolivia y España.

Últimos días
de la gran venta
de Camisas blancas
y Cuellos finos
para hombres, a
precios reducidos.

CAMISAS blancas, vistas de hilo, cuerpo de bramante especial, pechera a tablas, medidas del 34 al 44; con puños, \$ 2.60, sin puños... \$ **2.40**

CAMISAS blancas, vistas de hilo, cuerpo de madapolán, pechera a tablas, especiales para trajes de fric, medidas del 35 al 46, con puños, \$ **4.50**

CAMISAS blancas, vistas de hilo, cuerpo de madapolán, pechera a tablas, medidas del 34 al 47; con puños, \$ 2.80, sin puños... \$ **3.20**

CAMISAS blancas, vistas de hilo, cuerpo de madapolán, pechera a tablas, medidas del 35 al 46; con puños, \$ 2.70, sin puños... \$ **3.70**

CUELLOS de puro hilo, gran surtido de formas de última moda, medidas del 34 al 48, cada uno... \$ **0.60**

PUÑOS de papel, la docena... \$ **0.50**

CUELLOS negligé blancos, cada uno... \$ **0.50**

THE SOUTH AMERICAN STORES BUENOS AIRES LONDRES, PARIS.
GATH & CHAVES
CASA CENTRAL: Cangallo y Florida

Año de Fundación: 1883

Fundadores: Alfredo Gath (británico) y Lorenzo Chaves (argentino)

1883 Hasta mediados de año, ambos fundadores son empleados de la tienda Burgos de Buenos Aires, en la calle Florida. Hacía dos años que Gath había llegado a esta ciudad. Su primer local de camisas, iluminado a gas, se sitúa en la calle San Martín.

1885 Trasladan el local a La Piedad 569 y se amplían con la "Sección Señoras".

1901 Se inaugura el tercer edificio, magnífica obra - hoy desaparecida- de tres pisos altos, en la esquina de Florida y Bme. Mitre.

1908 El 31 de marzo la compañía se convierte en Sociedad Anónima, con un capital de 6.000.000 pesos oro. Los fundadores les entregan a los 800 empleados

más antiguos acciones de la empresa por valor de 1.800.000 pesos oro. Comienza a trabajar la fábrica de muebles en la calle Agrelo, se agregan los depósitos de la calle Venezuela y se trabaja intensamente en el Taller de Vestimentas de la calle Pueyrredón, donde 6.000 personas confeccionan trajes y vestidos por un valor de 10.000.000 pesos oro.

1914 Se inauguraba la nueva Casa Central de Gath & Chaves en Florida y Cangallo.

1930-1956 Continúa con la política de expansión y se construyen sucursales en Bahía Blanca, La Plata, Tres Arroyos, Tucumán, Río Cuarto, San Juan y Mendoza. En 1945 cuenta con 19 sucursales.

1974 En febrero, después de 91 años de progreso y gloria, la más famosa de las grandes tiendas de la Argentina desaparece.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

Decíamos en 1951

¡Y es de Gath & Chaves!

Tal vez pudo parecer un poco presuntuoso el orgullo que esa afirmación trasunta. Admitimos si se quiere el reproche, que merecemos en 1954 tanto como en 1951. Porque seguimos orgullosos de la calidad que GATH & CHAVES ofrece.



Por algo exigimos que nuestros proveedores garanticen las telas que nos venden.

Por algo exigimos que siempre mercaderías de  se nos entreguen primera selección.

Por algo examinamos cada prenda que vendemos  y revisamos ojales, costuras y dobladillos.



Cuesta un poco de trabajo, pero sólo así podemos decir

¡Y ES DE GATH & CHAVES!

...su casa amiga

Buenos Aires y 19 Ciudades del Interior de la República

Coca-Cola®

Año de fundación: 1886

Fundador: John Pemberton

1886 John Pemberton, farmacéutico norteamericano, crea la Coca-Cola para curar el dolor de cabeza. Al poco tiempo sale a la venta, a 5 centavos el vaso. Su contador, Frank Robinson, la bautiza como Coca-Cola®, con la tipografía que tiene hasta hoy.

1891 Por sólo US\$ 2.300, se vende la compañía a Asa Griggs Candler, que la transforma en un importante negocio: reparte cupones de cortesía para degustaciones y entrega relojes, almanaques y balanzas con el logo de la bebida.

1899 Dos abogados de Chattanooga, Benjamin Thomas y Joseph Whitehead, se aseguran los derechos exclusivos para embotellar y comercializar la bebida a US\$ 1.

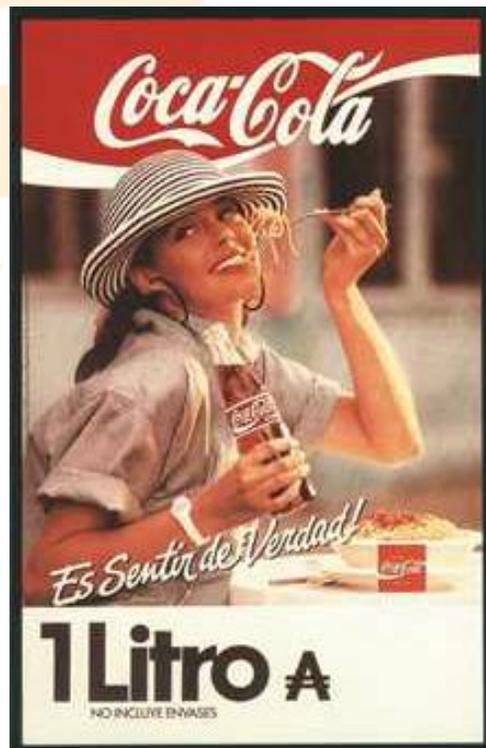
1905 Ante la cantidad de competidores que quieren sacar provecho de su éxito, se decide lanzar una campaña de publicidad resaltando la autenticidad de la bebida.

1918-1940 Ernest Woodruff compra Coca-Cola®; con el tiempo su hijo Robert asume la presidencia y busca expandirse más allá de Estados Unidos.

1942 El 3 de agosto inicia la comercialización en Buenos Aires y el 1º de diciembre se habilita el primer establecimiento de la empresa en Argentina, en Av. Córdoba 3162.

1961-1966 Aparecen nuevos sabores: Sprite® en 1961, TAB® en 1963 y Fresca® en 1966.

1971 El 30º aniversario en la Argentina es



Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

acompañado por un cambio de imagen: la onda dinámica debajo de la marca registrada realiza la tradicional caligrafía.

1978 Es la gaseosa Oficial del Mundial de Fútbol 1978, y sigue vinculada a la Selección Argentina de fútbol desde entonces. Cuando ATC (Argentina Televisora Color) inaugura la señal de color, Coca-Cola® está presente como el primer anunciante.

1982-1989 Con Roberto Goizueta como presidente, se lanza Coca-Cola® Diet. En 1985, Coca-Cola® es la primera y única bebida sin alcohol que llega al espacio.

2000 Doug Daft es nombrado presidente y estudia las preferencias de la gente de diferentes culturas en materia de bebidas.

2004 Neville Isdell asume como presidente. La marca se convierte en el patrocinador oficial del Seleccionado Nacional Femenino Mayor "Las Leonas" y del Seleccionado Nacional Femenino Juvenil hasta fines de 2007.

2006 Se festeja el 120° Aniversario de Coca Cola en todo el mundo. **Coca-Cola®, en todas partes**

Año de fundación: 1888

Fundador: Otto Bemberg

1888 Otto Bemberg funda en París la "Brasserie Argentine" Societe Anonyme. Pocos años después incorpora la palabra "Quilmes", rescatando el antiguo nombre indígena de la localidad.

1890 El 31 de octubre se tira el primer chopp y se empiezan a producir 1.000 hectolitros diarios.

1910 Por la celebración del Centenario de la Revolución de Mayo, se lanza la cerveza "Centenario".

1912-1916 Compra varias cervecerías del interior del país y funda otras, como la Cervecería del Norte, en San Miguel de Tucumán (1913).

1918 Adquiere el paquete accionario de la Cervecería Palermo.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>



1920 Bemberg compra al gobierno francés alrededor del 25% de las acciones de la "Brasserie Argentine Quilmes" que se le habían incautado a los accionistas alemanes con motivo de la Primera Guerra Mundial (expropiación de la propiedad del enemigo).

1925 Se convierte en Sociedad Anónima Argentina.

1948 El Gobierno Nacional interviene todas las empresas del Grupo Bemberg.

1953 Se lanza la "Quilmes Imperial", cerveza especial con gran aceptación.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1958-1960 Durante los gobiernos de Arturo Frondizi y José María Guido se le reintegra a la familia Bemberg todas sus empresas. Aprovechando las nuevas oportunidades que ofrece la TV, se lanzan publicidades para los jóvenes, con ritmo y personajes propios.

1992 Se abre la Planta Zárate, de 40.000 m² y con una capacidad de producción 4.200.000 hectolitros por año. La nueva planta y la de Quilmes (luego de sus ampliación) pasan a ser los mayores establecimientos productores de cerveza de la Argentina.

1993 Aparece en el mercado Liberty, cerveza sin alcohol.

1997 Adquiere la Cervecería Bieckert S.A. de Llavallol, manteniendo el 80% del mercado que detenta desde hace varias décadas. En la actualidad ese porcentaje ha disminuído, pese a su asociación estratégica con An-Bev (Brahma-Antarctica). Nace Quilmes Light.

1998 Unida a la otra pasión nacional **-el fútbol-** como sponsor oficial de la Selección Argentina, Quilmes se empieza a exportar a los Estados Unidos y Europa.

LA MARTONA



Año de fundación: 1889

Fundador: Vicente L. Casares

1889 Se funda y organiza la industria lechera "La Martona", de leche higienizada, filtrada, controlada y clasificada, y de dulce de leche, con cocción controlada y proceso mecánico. La empresa cuenta con 350 personas para repartir 20.000 litros diarios de leche y entre 4 y 5 toneladas de manteca, cifras que la ubicaban entre las mayores plantas del mundo en su especialidad.

1899-1910 Se desarrollan procesos revolucionarios para la época: leche maternizada (1899) y leche homogeneizada (1900). En 1908, Argentina se convierte en el segundo productor industrial de yogurt gracias a La Martona.

1923 Introduce las primeras máquinas automáticas suizas para fragmentar y empaquetar manteca.

1935-1941 Se emplean vagones térmicos en FFCC en lugar de tarros (1935) y camiones térmicos

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

para acopio de leche en tambos (1941, antes que en EE.UU.). Durante esos años se extienden las lecherías, tradicionalmente blancas e impecables, centradas sobre productos lácteos.

1961 Se introduce el envase Perga.

1962 Se instala la primera embotelladora (12.000 botellas/h) y se elabora el primer queso Gouda sin cáscara argentino.



Año de fundación: 1889

Fundador: Edouard y André Michelin

1889 Se crea la sociedad Michelin y Cia. en Clermont-Ferrand, con Edouard Michelin como primer gerente, secundado por su hermano André.

1891 La patente del neumático desmontable marca el inicio de la era industrial del neumático y el primer éxito de Edouard Michelin, que logra la hazaña de depositar la patente ¡un mes después de haber visto su primer neumático! Un año más tarde, más de 10.000 ciclistas ruedan con neumáticos Michelin.

1894 Primer neumático para coche de caballos, apreciado por los parisinos por su silencio y confort, comparado con la rueda tradicional, con un aro metálico.

1913 Michelin y Cia. inicia actividades en la Argentina como importador.

1923 Inicia una gran marcha publicitaria en el centro de Buenos Aires.

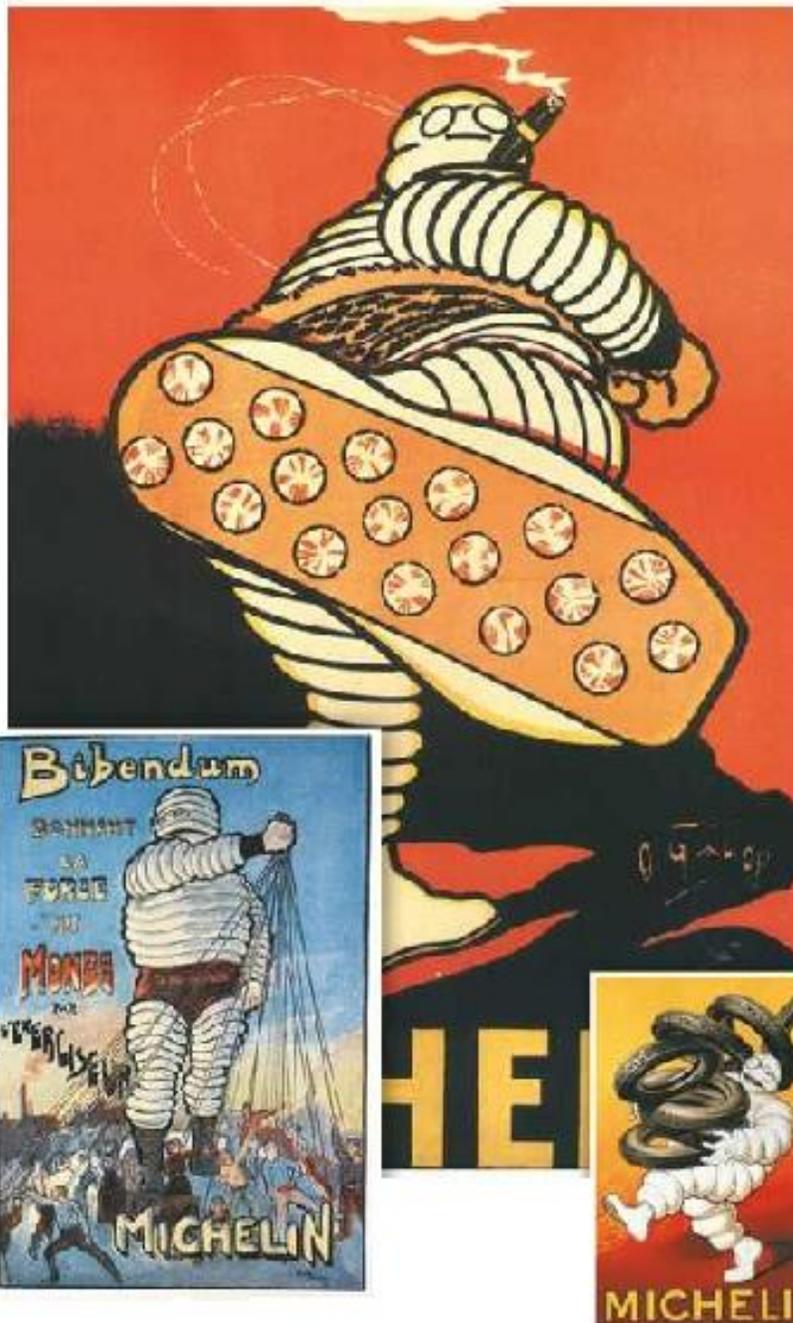
1930 Comienza la construcción de su fábrica en la localidad de Bella Vista, la que comienza a producir neumáticos 4 años más tarde. Esta fábrica cierra en el año 1955.

1949 Michelin patenta la carcasa radial para neumáticos, una ventaja decisiva frente a sus competidores en los 30 años siguientes.

1955–2000 La presencia administrativa y la comercialización de productos continúa hasta la actualidad, con una agencia afianzada en el país, y con más de 90 años de presencia en Argentina.

2003 La agencia de Michelin en Argentina se encuentra emplazada en Villa Devoto, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, desde donde se realizan todas las tareas que permiten satisfacer a nivel nacional los requerimientos de los usuarios.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>



Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

OSRAM



Año de fundación: 1896

Fundación: Karl Auer von Welsbach

1858 En los Estados Unidos, un inmigrante alemán llamado Goebel introduce en un tubo para barómetros un fino alambre que produce la incandescencia por medio de una corriente galvánica.



1879 Thomas Alva Edison se lleva todo el crédito cuando invita a la prensa de su país a contemplar su novedoso invento: la lámpara incandescente práctica, un filamento de bambú carbonizado que ilumina y es muy fácil de usar.

1896 Karl Auer von Welsbach, químico vienés, inventa una lámpara de gas consistente en un tejido de algodón que se coloca sobre un mechero Bunsen. Su empresa, Auer, durante las dos décadas siguientes experimenta en el campo de los bulbos incandescentes en base a filamentos de Osmio tratando de encontrar un buen sustituto del filamento de carbón, y lanza al mercado una lámpara eléctrica con un filamento de hilo estirado de Wolfram. Fabricado en base al procedimiento

que la empresa había utilizado anteriormente para las lámparas con filamento de Osmio, la lámpara en cuestión se denominó Osram (de Os-mio y Wolf-Ram).

1906 Es registrada la marca Osram.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1919 Las tres firmas AEG, Siemens & Halske y Deutsche Gasgluehlicht AG (Auer Gesellschaft), fusionan su producción de lámparas eléctricas y nace "OSRAM GmbH". Actualmente Siemens AG es el único socio de OSRAM GmbH.

1921 Se funda la filial en la Argentina para la distribución de productos, llamada "OSRAM Limitada Cia Sudamericana".

1935 Para empezar a producir en Argentina, se instala una fábrica en Capital Federal, en la calle Luca, a metros de Av. Caseros.

1980-2004 Se inaugura una nueva planta en Beccar, que alberga un complejo con las oficinas de administración y el Luminario (un novedoso centro de capacitación y de demostración de la buena iluminación).

2006 La empresa cumple su centenario.



Año de fundación: 1897

Fundador: Ernesto Tornquist

1897 En el mes de febrero se constituye la Cervecería Palermo S.A. por iniciativa de Ernesto Tornquist.

1898 Inicia la producción de Cerveza con las marcas "Salvator" (negra) y "Victoria" (blanca) y hielo.

1898 Diploma de Honor y Medalla de Oro en Hamburgo (Alemania) y Gran Diploma de Honor en la Exposición Nacional de Buenos Aires.

1900 Se aumenta el capital inicial para realizar una importante ampliación. Duplica la producción incorporando nueva maquinaria, ampliando depósitos, sótanos y administración.

1900/02 Se establecen sucursales con instalaciones frigoríficas en Córdoba, La Plata y Rosario.

1907 Se lanza la Cerveza Palermo.

1918-1948 Forma parte del Grupo Bemberg.

1928 Reemplaza sus tradicionales marcas Salvator y Victoria por Palermo Estrasburgo, Negra y Blanca.

1949 Es nacionalizada.

Pasa a ser Cervecería Palermo Empresa Nacional.

1959 Por la Ley de Restitución Patrimonial es devuelta al Grupo Bemberg como Cervecería Palermo S.A.I.C.

1961 Incorpora las marcas Buenos Aires, Viena y Malta Uemes que fabricaba la Cervecería Buenos Aires por el cierre de la misma.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1962 Cesa en la producción de las marcas de la ex Cervecería Buenos Aires.
1977 Cierra definitivamente su planta de Av. Santa Fe y Av. Coronel Díaz. Continúa su elaboración en Cervecería Quilmes hasta la fecha.

CARAS Y CARETAS

Año de fundación: 1898

Fundador: José Sixto Alvarez (escritor y periodista).

Año de refundación: 2005

Directores: Felipe Pigna (historiador) y María Seoane (periodista y escritora).

1898 Caras y Caretas aparece en Buenos Aires el sábado 8 de octubre. Los canillitas la llaman "El Caricareta". Los primeros números constan de 24 páginas y el 25% está ocupado por publicidad.

1910 La revista se estructura de la siguiente manera: el 3% se dedica a la política nacional; la vida cotidiana concentra el 22%; y la cultura, un 13%. La publicidad ocupa un 38%, lo que demuestra que la revista es un negocio próspero en la Argentina del Bicentenario.

1924 El semanario incluye novelas cortas de autores nacionales. Los lectores encuentran textos de Payró, Capdevilla, Carrizo y Gálvez, entre otros.

1941 Deja de publicarse Caras y Caretas para tener dos breves reapariciones en 1953 y 1982.

2005 El 9 de julio vuelve a los kioscos Caras y Caretas. El desafío resulta doble: presentar un producto que respetase su historia, y reflejar modernidad. En su primera edición agota los 50.000 ejemplares. Su venta promedio, auditada por el IVC, es de 29.000 ejemplares. En diciembre de este año se edita un DVD musical de Los Gatos Salvajes, y el libro "Argentina: Construir Bicentenarios en sociedad" con The New School University y el Observatorio Argentino en Nueva York.

2006 El 24 de marzo aparece, bajo el logo de Caras y Caretas, el libro de Felipe Pigna y María Seoane "La Noche de la Dictadura" que agota 30.000 ejemplares en una semana. En julio aparecen otros dos productos: un documental titulado "Gelbard, la historia del último burgués nacional", de María Seoane y Carlos Castro; y el libro "La Noche de los Bastones Largos" de Felipe Pigna y María Seoane. Caras y Caretas vende hoy 28.000 ejemplares promedio en kioscos y 6.000 ejemplares en bloque.

El 8 de octubre de 2008 se inaugurará el Centro Cultural Caras y Caretas, un espacio para el encuentro y el debate de ideas

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>



CA

TE

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>



Año de Fundación: 1898

Fundador: Caleb Johnson

1806 William Colgate inicia la actividad de su fábrica de velas y jabones en la ciudad de Nueva York. El jabón de Colgate cambia costumbres cotidianas, ya que hasta entonces se fabricaba domésticamente. La calidad se impone y se extienden los jabones perfumados a todos los hogares.

1898 En Milwaukee, Wisconsin, Caleb Johnson concibe un jabón de tocador que dejaría una marca indeleble en la historia de los productos de tocador, Palmolive. El nombre se debe a su composición a base de los suavizantes aceites de oliva y palma.

1927 El 24 de mayo llega a la Argentina con el nombre Palmolive Ltd. Saic., y comienza a funcionar en dos escritorios que alquila en el edificio del Banco de Boston.

1929 En marzo se traslada a la calle Santiago del Estero, en el barrio de Constitución, y ese mismo año toma el nombre de Colgate - Palmolive - Peet Ltda.

1953 Adopta el actual nombre de Colgate Palmolive Saic.

1960 Se afianza definitivamente en el predio que ahora ocupa, una planta sobre un terreno de 80.000m² en Av. Antártida Argentina 2269, de Lavallol (Lomas de Zamora, Pcia. de Buenos Aires).

1970-1998 La compañía realiza fuertes inversiones en la compra de otras empresas para extender su línea de productos, todas ellas dentro del negocio de la higiene. Algunos ejemplos son la compra de Kolynos y Odol.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>



Año de fundación: 1898

Fundador: Caleb Davis Bradham

1898 Caleb Bradham inventa Pepsi-Cola. Al mismo tiempo funda la compañía.

1907 La compañía comienza a realizar avisos en los medios. Pintan muros con el logo.

1909 Por primera vez en la historia se incluye a una celebridad en una campaña publicitaria: el corredor de autos Barney Oldfield es la cara de Pepsi.

1910-1915 La publicidad de Pepsi se instala en los medios y en el mercado.

1929 Se introduce en el mercado la botella oficial de la compañía, con tapa verde y blanca.

1934 La empresa lanza una nueva versión de Pepsi-Cola de 375 cm³, a sólo 5 centavos; logra salvar a la compañía de una crisis económica.

1940 Pepsi hace historia al transmitir el primer jingle de publicidad.

1953 La marca lanza 7 UP, líder en sabor lima-limón.

1955 Llega una segunda incorporación a la línea Pepsi: la bebida tónica Paso de los Toros. Cuarenta años más tarde se introduce la variedad sabor pomelo.

1963 Para modernizar la imagen de la compañía, se crea un nuevo logo.

1964 La empresa lanza el primer refresco dietético del mercado: Pepsi Diet.

1965 Las empresas Pepsi-Cola y Frito-Lay se fusionan para crear Pepsico, una compañía que se convierte en una de las corporaciones más grandes del mundo.

1976 Aparece Pepsi Light, una novedosa bebida cola de bajas calorías.

1980-1990 La compañía realiza espectaculares comerciales con figuras internacionales: Michael Jackson, Madonna, Tina Turner, Lionel Richie, Michael Fox y Ray Charles, entre otros.

1990 Luego de casi 20 años, la compañía adopta un nuevo logo.

2002 "Animarse a más" es el nuevo lema de Pepsi, que la postula como la abanderada de los que saben elegir y se animan al cambio.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

Gillette®

Año de Fundación: 1901

Fundador: King C. Gillette

1901 King C. Gillette funda la Razor Safety Razor Company. La primera oficina se encuentra en Avenida Atlántica 424, en la ciudad de Boston, Massachusetts, Estados Unidos.

1903 El técnico experto William E. Nickerson completa la creación de King Gillette, la máquina de afeitar con dos hojas, y comienza la producción.

1936 La compañía introduce en el mercado la crema de afeitar Gillette.

¡No esconda su juventud tras su barba de ayer!

¡Ráquese esa "persona" de la cara! Deje, esta mañana, una buena afeitada con la Hoja Gillette-Azul. En esta ráquica pasaca, Gillette-Azul dejará su cara fresca y limpia. ¡Y se conquistadora juventud le ganará afectos y amigos!



Gillette
AZUL

La hoja preferida de los hombres que exigen lo mejor

Para un afeitado todoterreno, Gillette-Azul es la solución. Cuenta con el doble, con un sistema especial. Este tipo de sistema asegura a sus usuarios un afeitado suave, otra razón más para que los hombres se afeiten con Gillette.

Use la hoja azul para la afeitada ideal!

1952 La empresa pasa a llamarse Gillette Company.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

- 1953** Se introduce Foam, una crema de afeitar en aerosol.
- 1963** La empresa incorpora la nueva hoja de afeitar de acero inoxidable. La nueva Lady Gillette Razor sorprende al mercado internacional.
- 1967** Gillette Company adquiere el grupo Braun. Con esta compra la compañía se introduce en el mercado de las afeitadoras eléctricas.
- 1974** Braun llega a la Argentina.
- 1984** La compañía adquiere Oral-B.
- 1993** Gillette incorpora la compañía Parker Pen.
- 1996** La firma adquiere a Duracell Internacional.
- 2003** Gillette lanza la Mach 3 Razor Blue, una nueva máquina de afeitar con tres hojas.



Año de fundación: 1903
Fundador: Henry Ford

- 1913** Ford Motor Company instala en Buenos Aires la primera sucursal latinoamericana y la segunda en el mundo.
- 1916** Comienza a funcionar la primera planta de Ford en el barrio de Barracas.
- 1917** Tras una comercialización de más de 3.500 vehículos, comienza la importación de autos desarmados para ser montados en Buenos Aires.
- 1922** Con la producción del famoso modelo "T" se inaugura una planta Ford en el barrio de La Boca.
- 1927** A fines de ese año se presenta el Ford "A", sucesor del modelo "T".
- 1939** Con el estallido de la Segunda Guerra Mundial, se cierra la importación de vehículos y componentes. La producción se limita a completar las unidades con el material disponible.
- 1957** Se arman los primeros vehículos comerciales de la línea "F". En 1959 se produce la Pick Up F-100, los camiones F-600 y el chasis para colectivos B-600.
- 1960/61** Se inaugura la planta de Pacheco.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

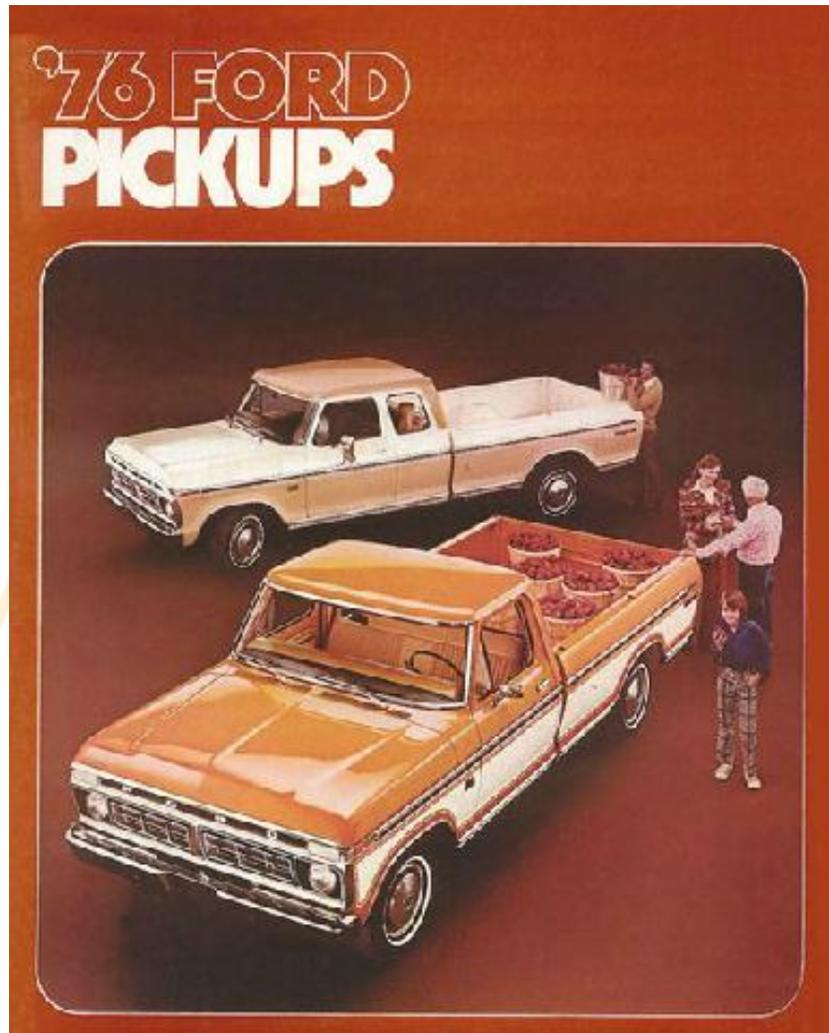
1962 Se produce el primer Falcon, un modelo que continuó fabricándose hasta el año 1991. En 1969 se lanza la línea Fairlane, un vehículo lujoso y de gran porte.

1965 Se establece la Escuela Técnica Henry Ford.

1974 Se lanza el Taunus: primer Ford argentino compacto y de diseño europeo. 1984 Con una inversión de 80.000.000 dólares, aparece la línea Sierra.

1987 Se lanza el Ford Escort.

1996 Comienza la producción de la Pick Up Ranger.



1999 El Ford Focus es la novedad de fin de Siglo. La producción argentina se complementa con la importación de los modelos Ka, Fiesta, Mondeo, Transit y F-100.

2000 El **Ford Focus** es elegido el "Mejor Auto del MERCOSUR 2001". Se produce la unidad Escort 350.000.

2001 Se celebra el 40° Aniversario de la Planta Pacheco y se inaugura una nueva Planta de Pintura.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

2002 Se presenta al mercado el nuevo Ford Fiesta, que junto con los modelos Ranger y Transit son elegidos como "El mejor automóvil del MERCOSUR 2003", "La mejor Pick Up de 2003" y "El mejor utilitario de 2003", respectivamente.

2003 Se presenta al mercado la EcoSport con gran éxito. Se celebran el 90° aniversario de Ford Argentina y el centenario de Ford Motor Company.

2004 Es la empresa que más unidades produce y exporta durante el año. La Ranger es elegida por tercer año consecutivo por el Consejo de Periodistas del Automóvil como la mejor Pick Up del año.



Año de fundación: 1904

Fundador: Luis Funes y Enrique Suárez

1400 Villavicencio se encuentra en una ruta transversal del conocido "Camino del Inca", señal de que ya entonces se conocía su existencia.

1561 El paso de Villavicencio es la ruta principal entre Buenos Aires y Santiago de Chile. Los viajantes pernoctan en la zona, aprovechando para descansar y bañarse en las aguas termales.

1817 El Libertador General Don José de San Martín, Gobernador Intendente de Cuyo, inicia el cruce de los Andes por la ruta de Villavicencio.

1904 El agua comienza a ser embotellada. No es considerada aún como un producto de consumo masivo, sino que se asocia con lo medicinal y se vende en farmacias. Sus características únicas la convierten en el agua preferida por la gente, motivo que agiliza su crecimiento.

1940 En un angosto y profundo valle delimitado por imponentes montañas, se construye el conocido hotel Villavicencio, funcionando hasta 1978.

2000 Nace la Reserva Natural Villavicencio con el propósito de preservar y proteger el patrimonio natural de la región.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

2004 Festeja sus 100 años a lo grande con una edición limitada y con dos festivales gratuitos, uno en el Estadio Vélez Sársfield, y otro en el anfiteatro de Mendoza.

2005 Renueva su botella, aportándole más modernidad a la marca y manteniendo la misma calidad y el excelente sabor de siempre.

2006 Se presenta oficialmente el proyecto de refuncionalización del Hotel Villavicencio, con el objetivo de reabrir este emblemático hotel y fomentar el turismo en la Reserva Natural. Además, la empresa lanza un nuevo producto: Villavicencio Sport de 750 cc., que toma como referente al tenista David Nalbandian y promueve la práctica deportiva.

Año de fundación: 1906

Fundador: Lever Brothers S.A.

1930 El Jabón Lux llega a nuestro país.

1934 Desde su lanzamiento la marca ancló su comunicación en el glamour y la belleza de las mujeres, utilizando el eslogan "9 de cada 10 estrellas usan Lux" en publicidades y en el famoso Radio Teatro de Lux.

1940-1950 La marca pasa a ser conocida como el "Jabón de las Estrellas". Este mensaje se basa en el deseo de cada mujer de ser bella, con el fin de ser amada y adorada, ideal que se concreta en el glamour y el lujo de las estrellas de Hollywood.

1960-1970 En esta década de grandes cambios socioculturales, Lux evoluciona junto a sus consumidoras convirtiéndose en una marca de apariencia más natural, respondiendo a las aspiraciones femeninas de la época.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>



1980 Con el auge de la televisión como medio masivo de comunicación, las mujeres comienzan a identificarse con las actrices televisivas nacionales, más cercanas y tangibles que las del cine internacional. Lux realiza publicidades con estrellas televisivas de nuestro país.

2000 Investigaciones de mercado muestran que cuando las mujeres se sienten bellas, se sienten mucho más seguras de sí mismas y por ende todo les resulta más simple. En base a esto, Lux desarrolla una nueva comunicación alentando a las mujeres a sentirse

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

especiales, únicas: "Sentite Lux". Una nueva campaña desafía a cada mujer: "Mostrá la estrella que hay en vos".

2006 "Jugá con tu belleza" es la campaña más reciente.



Año de fundación: 1907 (en Holanda)

Fundador: Marcus Samuel

1914 El 10 de septiembre se inician las actividades del Grupo Royal Dutch Shell en la Argentina con la llegada al puerto de Buenos Aires del buque "San Melito", con un cargamento de petróleo crudo y asfalto procedente de México.

1916 Shell comienza a estudiar la posibilidad de producir petróleo en el país, en la zona de Comodoro Rivadavia, sobre una extensión de 9.000 hectáreas.

1929 En Olivos, provincia de Buenos Aires, construye su primera estación de servicio (en Libertador casi esquina Corrientes). Contemporáneamente se construyen otras seis estaciones.

1957 Con su Agro-Cine Rodante, recorre el interior del país exhibiendo películas didácticas para el productor agropecuario.

1958 Se inicia la venta de aceites Shell X-100 Motor Oil.

1965 Como apoyo al Cuerpo de Tránsito de la Policía Federal, se instala el "Parque Infantil Shell de Seguridad en el Tránsito", una ciudad en miniatura con pequeños autos manejados por chicos y evaluados por policías.

1968 Se corre por primera vez en el país el circuito "24 horas Shell".

1969 Se inaugura el primer "minimercado" de las estaciones de servicio de la firma, para brindar una prestación integral de servicios al público consumidor.

1978 Se lanza el lubricante multigrado Shell Superplus. Carlos Reutemann protagoniza la campaña publicitaria.

1990 Shell, YPF y Esso firman el Convenio de Cooperación Interempresaria, que coordina acciones para afrontar con rapidez y eficacia los derrames de hidrocarburos en aguas argentinas.

1997 Se concreta la adquisición de Aut-o-Gas, en \$73,5 millones, formándose Shell Gas, una subsidiaria 100% Shell, con 19 plantas y 13 depósitos en todo el país.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1998 Se lanza al mercado el Rotella GNC, lubricante multigrado específico para automóviles con motores GNC.



Año de fundación: 1908

Fundador: Ing. Enrique Wollmann

1908 Se funda la "Compañía Azucarera Ledesma".

1911 Enrique Wollmann y Carlos Delcassé adquieren el total de las acciones de la "Compañía Azucarera Ledesma".

1927 Muere el Ing. Enrique Wollmann y asume la presidencia el Ing. Herminio Arrieta. Se producen 28.916 toneladas de azúcar.

1964 Se crea la Fundación Ingenio Ledesma para promover "iniciativas, obras y empresas de carácter educacional, social y/o benéfico".

1967 Se concluye la fábrica de papel que utiliza la fibra de caña como insumo. Se producen 21.700 toneladas de papel y 178.458 toneladas de azúcar.



Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1970 Muere el Ing. Arrieta; tras 18 años en funciones ejecutivas, asume la presidencia el Dr. Carlos Pedro Blaquier.

1974 Ledesma dona 75.000 hectáreas para la creación del Parque Nacional Calilegua.

1982 Ledesma incursiona en la molienda húmeda de maíz.

1990-1999 La fábrica de papel y la producción de frutas, jugos concentrados y aceites esenciales obtienen la certificación ISO 9001: 2000.

2003-2006 Ledesma dona 1.000.000 kilogramos de azúcar que es distribuida por Cáritas, continúa con el apoyo a escuelas y clubes de Jujuy, crea seis Centros de Inclusión Digital que ya capacitaron a más de 3.000 personas y su Programa de Desarrollo de Proveedores. Ledesma emplea a más de 5.400 personas y fabrica más de 379.000 toneladas de azúcar, 106.000 toneladas de papel, 48.000 toneladas de frutas y 147.000 toneladas de granos.

La productividad de la caña de azúcar



Año de fundación: 1911

Fundador: Laboratorio Bayer

1901 Los productos de Laboratorio Bayer empiezan a comercializarse en la Argentina.

1911 Bayer inaugura una filial en Buenos Aires.

1927 Cafiaspirina publica su primer aviso gráfico, reconociendo los atributos de la marca como el medicamento que brinda energía y alivia los dolores corporales. Algunos años más tarde surgen las caricaturas de Don Pancho, que relatan la vida de un personaje de campo que sufre un dolor de cabeza y que, gracias a Cafiaspirina, logra aliviarlo.

1933 Se publican las historietas de la familia Pérez Gil, apelando al humor y demostrando el apego de la marca a la típica familia argentina.

El reconocido caricaturista italiano Lucien Achille Mauzan (1883-1952), durante su breve estadía en el país, confecciona las mejores caricaturas de la marca.

1970 En esta década, el laboratorio publica un nuevo aviso en el que se presenta a Cafiaspirina como el acompañante ideal para una vida en movimiento.

2001 Bayer lanza Cafiaspirina Plus, con un 30% más de aspirina y 60% más de cafeína, enfocada a un público con dolores de cabeza que necesitan un plus.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

2003 Se lanza la página web: www.cafiaspirina.com.ar

2006 La frase propia de sus avisos publicitarios "Que nada, ni un dolor de cabeza, te impida salir" es la locución gracias a la cual hoy la sociedad identifica a este producto.



Año de Fundación: 1914
Fundador: Gerard Philips

1914 Es fundada en Eindhoven, Países Bajos.

1935 Nace en Argentina como fábrica de lámparas, para luego ampliar sus actividades fabriles y comerciales.

1938 Se expande hacia el interior del país e incluso a Paraguay. Aparecen las primeras instalaciones en Capital Federal y Gran Buenos Aires. Nace la Fábrica Argentina de Productos Eléctricos (FAPESA), para canalizar la actividad fabril mientras Philips concentra la comercialización.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1939-1945 Durante la Segunda Guerra Mundial, la dirección de Philips Mundial se traslada de Holanda a Nueva York.

1946 Philips Argentina pierde todo contacto con Holanda. Primero se recurre a la importación de material; luego hay que improvisar válvulas de radio o recuperar casquillos para seguir fabricando lámparas incandescentes. La consigna es "no parar", mantener la producción a "cualquier costo".

1951 Llega la televisión, y se importan los primeros 4.000 aparatos desde Holanda.

1955 Se comienzan a producir los televisores localmente.

1958 Se incorpora un nuevo producto: la afeitadora.

1980-1990 Etapa de crecimiento de la línea de productos comercializados. A nivel mundial, la empresa vende los negocios de la Línea Blanca (lavarropas, heladeras, microondas) a la empresa Whirlpool.

1992 Bajo el nombre de "Centurión", la casa matriz -en Holanda- gesta un gran cambio cultural en la compañía. En Argentina, la empresa alcanza el record en las ventas en todas las líneas. Paradójicamente, Philips a nivel mundial está al borde de la bancarrota.

1995 Se inicia un proceso de regionalización que involucra a Philips Argentina, Uruguay y Paraguay, con cabecera en Argentina.

1999 Inicia sus actividades el Camión Tomógrafo, que recorre el país realizando tomografías computadas gratuitamente.

Año de fundación: 1919

Fundador: Constancio C. Vigil

1919 El 17 de noviembre aparece Billiken, la revista de los niños, creada por Constancio C. Vigil. Es la primera en su tipo en el país y en el mundo.

1930-1940 Se consolida y empieza a tener trascendencia nacional e internacional.

1950-1960 Cobran importancia tapas, láminas y figuritas para recortar. Desde la revista se organizan con éxito campeonatos deportivos. El vínculo con los niños y la educación crece y se potencia.

1970-1980 Se van haciendo más notorios los cambios en la forma de comunicar de acuerdo



Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

a conceptos más modernos. Se modifican el diseño, las tipografías, el contenido, y se agregan suplementos escolares.

1990-2004 Además de los suplementos, se incorporan diskettes, libros, fichas y otros elementos adicionales que complementan su contenido y le aportan cultura universal.

2007 La Editorial Atlántida, responsable de la edición de la revista, es adquirida en un 99% por el holding mexicano Televisa.



Año de Fundación: 1922

Fundador: Enrique Mosconi

1865 La historia del petróleo en Argentina comienza cuando un grupo de jujeños forma la Compañía Jujeña de Kerosén S.A.

1907 Se impulsa desde el gobierno una política petrolera.

1910 Bajo la presidencia de Roque Sáenz Peña, se crea la Dirección General de Explotación del Petróleo, en Comodoro Rivadavia, formada por una comisión presidida por el Ing. Luis Huergo.

1915 El Ing. Enrique Cánepa llega al paraje de Plaza Huincul con equipos de perforación, descubriendo las primeras apariciones de gas dos años más tarde.

1922 Debido a rumores de irregularidades en la venta de petróleo, y a la baja producción de los pozos, se decide reestructurar la administración, reemplazándola por la Dirección General de Yacimientos Petrolíferos Fiscales. Ese mismo año, el entonces coronel Enrique Mosconi asume la dirección general de YPF.

1925 La construcción de la destilería de La Plata llega a ser una de las más grandes del mundo en términos de capacidad.

1929 Es inaugurada la sede central, en Paseo Colón al 900, despacho que abandonaría al año siguiente al producirse la revolución.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

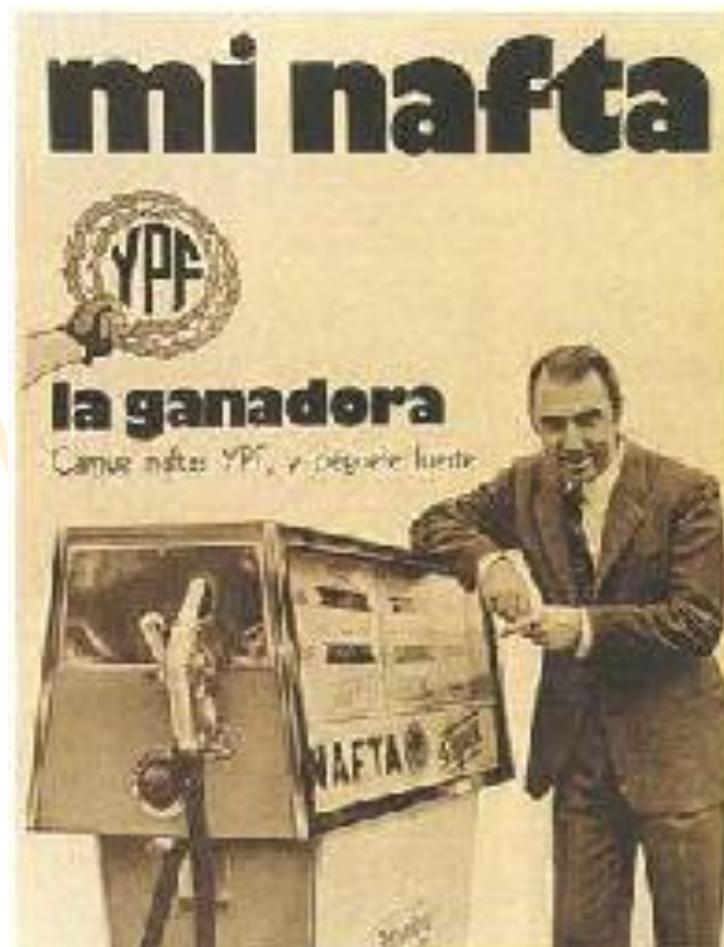
1944 El descubrimiento de petróleo promueve los asentamientos de YPF y por consiguiente el aumento de la población, modificando la vida en la zona.

1970-1990 La compañía llega a tener 50.000 empleados representados por uno de los sindicatos mas fuertes de entonces, SUPE, y pierde U\$S6.000 millones durante la década del '80.

1996 Se crea la Fundación YPF, una entidad donante y sin fines de lucro.

1999 Repsol se hace cargo de YPF: la empresa ya era privada y funcionaba bajo el formato de una sociedad anónima. La compañía española invierte U\$S15.000 millones para comprar acciones.

2000 Emplea a 5.500 personas y gana U\$S500 millones por año. Posee el 46% del market share de combustibles.



Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>



Año de fundación: 1927

Fundadores: Suárez Zabala, farmacéutico, y Dubarry, perfumista.

1927-1945 Laboratorios Suarry comienza a funcionar en la calle Francisco Acuña de Figueroa, en el barrio de Almagro. Luego se traslada a un edificio propio -en Avenida Libertador, frente a las escuelas ORT- que remataba en una torre piramidal. En la base de la misma, sobre las cuatro caras, se había instalado el logotipo de Geniol en neón verde. Estos carteles luminosos fueron emblemáticos, se leían desde lejos y hasta los aviones de aeroparque los utilizaban como referencia.

El Sr. Suárez Zabala tenía una gran intuición del manejo publicitario y fue un entusiasta desarrollador de ese área en su empresa. Cuenta la leyenda que contrató al célebre dibujante y publicista Mauzan y que éste le

presentó una serie de bocetos para el producto sin que ninguno fuera aprobado por el exigente cliente. El creativo de la agencia Exitus, fastidiado, en un momento de descanso realizó una caricatura del Sr. Suárez Zabala y comenzó a colocarle tornillos, clavos y alfileres. De pronto, por encima de su hombro sintió una voz que exclamaba: "¡Ese me gusta mucho! ¡Ha dado usted en el clavo!".

1945 Durante la Segunda Guerra Mundial su carácter nacional lo lleva a ser líder en el mercado de las aspirinas. La empresa norteamericana Sidney-Ross intenta competir con Mejoral sin conseguirlo. Esta firma se funde con Sterling, y deciden comprar la empresa argentina en el año 1950.

1955 Adquiere la empresa la actual firma Smith Kline y Beechman. Los laboratorios están instalados en San Fernando, Provincia de Buenos Aires, y continúan desarrollando el producto e incorporando la más alta tecnología para apoyar a esta prestigiosa marca en nuestro medio.

1994 Cuando comienza Publicitaria '94, el motivo del afiche es la cabeza de Geniol. Durante el transcurso de la muestra, viene de visita el hijo del Sr. Suárez Zabala y, sin darse a conocer, pregunta cuál era la historia del famoso afiche. Le cuentan esta versión y él confirma que así fue.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>



Año de fundación: 1928

Fundador: Pedro Santiago

1928 Pedro Santiago, un puertorriqueño muy audaz en los negocios, obtiene los derechos de la marca para usarla en Sudamérica. Viaja a la Argentina, donde instala la primera fábrica en la calle Moreno 1249.

1932 Los primeros avisos publicitarios la presentan como una bebida con propiedades medicinales. La revista Caras y Caretas sale con un cupón que certifica a Toddy con garantía de un alimento integral para el comienzo de las clases de los niños.

1934 La empresa lanza el "Concurso de Colorido Toddy" en la revista Billiken, publicando sorteos para chicos y padres. En noviembre empieza una importante campaña en "La novela semanal", la revista más completa para la mujer y la casa.

1938 La radio está en pleno auge. La firma anuncia su presencia en Radio Belgrano, inaugurando una estrategia multimedia: Gráfica - Radio. También comienza a pautar en Patoruzú.

1946-1947 Comienza en radio Splendid un programa llamado "La escuela humorística Toddy" con Julio Porter y Pepe Arias, donde Tato Bores debuta como el alumno Igor.

1948 Durante todo el año publicita en Billiken el slogan "El que estudia necesita Toddy". En paralelo inicia en radio Belgrano "Familia Humorística Toddy".

1949 Copa las radios con una nueva estrategia: el slogan "Toddy: Desayuno para toda la familia".

1950 Auspicia "Tarzán el rey de la selva", que se emite por radio Splendid, en paralelo mantiene sus avisos en Billiken y publica en La voz de Tarzán, "Toddy noticias para todos los niños".

1954 El programa de Tarzán es un verdadero éxito, se forman clubes y campeonatos. Se logra una completa asociación entre Toddy y Tarzán, un superhéroe creíble que no recurre a ningún artificio para tener valentía y fuerza.

1956 La bebida se vende en botellas: practicidad con nueva fórmula del producto. El slogan, "Toddy está listo en un minuto y 30 centavos".

1965 Cambia su posicionamiento, además de fuerza ofrece sabor.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>

1970 Llega la moda psicodélica y Toddy, siguiendo la tendencia, cambia su logo rojo por uno bicolor azul y rojo, le pone tapa amarilla al frasco y lanza una presentación en cartón.

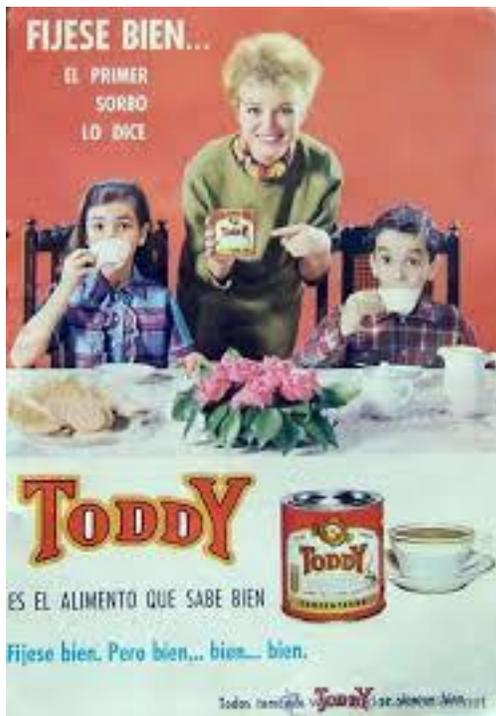
1971 La firma adopta un lenguaje más coloquial. En sus avisos aparece una niña que dice "Tomá Toddy y apiolate". Este mismo año hay otras novedades: Toddy es instantáneo, se presenta en frasco y en cuatro sabores: banana con etiqueta amarilla, vainilla con etiqueta azul, frutilla con etiqueta rosa y coco con etiqueta blanca.

1980 Lanza para sus cajas dos tamaños distintos. La figura del personaje es más grande y delgada, tal como imponen las nuevas tendencias de la época.

1988 Corporación General de Alimentos compra Toddy.

1991 Después de un período de silencio, se relanza la marca.

1992 Nuevo packaging, consistente en un pote plástico de color marrón, con dos personajes por presentación.



Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>



Año de fundación: 1929

Fundador: Don Antonino Mastellone

1929 Se funda **La Serenísima** tras el enlace de don Antonino Mastellone y doña Teresa Aiello. La marca toma el nombre de la escuadrilla de aviones que comandara el poeta italiano Gabriele D'Annunzio, quien al sobrevolar Viena, capital del entonces Imperio Austro-Húngaro, con la misión de bombardearla, lanzara en su lugar sobre la ciudad panfletos a favor de la paz.

1960 La empresa da un giro fundamental al iniciarse en la producción de leche pasteurizada.

1961 Las botellas de leche pasteurizada "La Serenísima" hacen su primera aparición en los barrios de Buenos Aires el 1° de enero.

1970 Mastellone Hnos. S.A impulsa el primer "Programa Privado de Promoción de la Actividad Lechera", lo que permite triplicar en ocho años la productividad de los tambos remitentes, a fin de contar con un adecuado aprovisionamiento de materia prima a lo largo del año, especialmente durante aquellos meses de invierno de baja producción.

1980 Se impulsa la creación de la categoría de leche seleccionada en el Código Alimentario Argentino. Se impone el sello de calidad LS con el que se distingue a un grupo de productores de avanzada que cumplen con exigencias de calidad internacional. **Es la primera empresa de la Argentina que informa a los productores sobre los sólidos no grasos de la leche. Hacia finales de la década introduce la tecnología de los probióticos en forma masiva.**

1990 Agrega a la leche fluida, leche en polvo y otros subproductos el sulfato ferroso en forma micro encapsulada, un desarrollo exclusivo de la empresa, sin alterar las características propias de cada producto, a fin de paliar la deficiencia nutricional de este elemento. Calidad día a día

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>



Año de fundación: 1945

Fundador: Roberto J. Noble

1945 El periodista, abogado y legislador, **Roberto Noble**, funda Clarín el 28 de agosto. Gracias al estilo ágil y directo del diario, y a su novedoso estilo tabloide, gana rápidamente la adhesión de sus lectores.

1963 Se convierte en el diario de mayor circulación de la Ciudad de Buenos Aires

1967 Es el primer diario argentino en lanzar una revista semanal

1969 Fallece Roberto Noble, y su esposa, **Ernestina Herrera de Noble**, asume la dirección. Comienza a incorporar suplementos de aparición diaria.

1994 Realiza el primer rediseño del cuerpo principal, acompañado por el lanzamiento de la Revista VIVA.

1996 Incorpora el color al diario y lanza múltiples suplementos, coleccionables educativos y productos opcionales de alta calidad. Además inicia su sitio de Internet, el cual se convierte en el líder del país y el más consultado por los compatriotas residentes en el exterior.

1998 Conformar su equipo de investigación periodística.

2006 Es galardonado con 22 premios como reconocimiento a la excelencia por su diseño.

2008 Circula un 80% en la Capital Federal y el Gran Buenos Aires, y un 20% en el resto del país. De lunes a sábado, su planta de la calle Zepita expide un promedio de 400.000 ejemplares. Los domingos la cifra asciende a más de 800.000.

Desde hace más de 60 años, acompaña a sus lectores reflejando e interpretando en sus páginas los intereses, inquietudes y necesidades de la sociedad. Clarín es un diario en constante evolución: en forma permanente, explora nuevas formas para acercarse más a sus lectores y llegar a nuevos públicos. Ha sabido desde sus comienzos establecer una relación de confiabilidad con la gente, la cual hoy mantiene a partir de recursos multimedia y actualización constante de su versión digital, creando vínculos de interacción con sus lectores y promoviendo su participación.

Independencia editorial, compromiso social, interés del público, innovación y rigor profesional. Estos valores se encuentran arraigados en la base del liderazgo que Clarín ha logrado construir y mantener a lo largo de las últimas seis décadas.

Fuente: <http://www.marcasconhistoria.com.ar/index.php>