

PERFIL

¿Quiénes son?	Corporación multinacional estadounidense de bienes de consumo fundada en Cincinnati, Ohio en 1837
Presencia	Operaciones en aprox. 70 países y productos vendidos en más de 180 países.
Propósito	“Proporcionaremos productos y servicios de marca de calidad y valor superiores que mejoren la vida de los consumidores, ahora y para las generaciones venideras. Como resultado, los consumidores nos recompensarán con ventas de liderazgo, ganancias y creación de valor, permitiendo que nuestra gente y las comunidades en las que vivimos y trabajemos prosperen”.
Modelo de negocios	Se basa en el continuo crecimiento y éxito de las marcas y productos existentes, y en la creación de nuevos productos innovadores.

OBJETIVOS

- Mantener liderazgo en ventas, ingresos y generación de valor.
- Contar con marcas y productos de calidad superior que generen valor para los consumidores.
- **Garantizar un suministro efectivo y en tiempo de productos para las diferentes regiones de Latinoamérica.**
- Lograr tener un impacto positivo en las comunidades de América Latina.
- Operar el 100% de las plantas en América Latina con energía 100% renovable.

RETOS

- Mercado:
- Incremento de productividad a través de la digitalización.
 - Presión constante para bajar los precios. Los clientes son más conscientes de los precios de la competencia.
- Canales:
- Transformación del canal minorista.
 - Apalancar el crecimiento de comercio electrónico.
 - Capitalizar canales emergentes (redes sociales).
- Competencia:
- Mercado altamente competitivo a nivel local y global.
 - Imitación de productos.
- Mercados internacionales:
- Devaluaciones de divisas.
 - Cambio de políticas gubernamentales / incertidumbres geopolíticas.
 - Cumplimiento de las leyes y regulaciones en cada país.
- Cadena de Suministro:
- **Complejidad de la cadena de suministro.**
 - Incremento en los robos de carga.

ESTRATEGIAS

- Enfoque al cliente: Entender las necesidades de los consumidores.
- Innovación: Traducir las preferencias de los consumidores en productos innovadores.
- Marcas: Desarrollar marcas con productos de alta calidad y enfocados en el beneficio del cliente.
- **Capacidad de distribución: Llegar a los consumidores y minoristas en el momento y lugar adecuados.**
- Escala: enfoque en la eficiencia y valor al consumidor.