

P&G

Primero que nada su mayor y más grande aspecto, fue la capacidad de análisis, y su manera de arriesgarse a tomar por ellos mismos un nuevo negocio, segundo que me pareció importante es, que vieron que todo era importado, que se utilizaban mayoristas intermediarios, y apostaron por más de un negocio después llevando su talento también a la producción de telenovelas.

Tuvieron una visión que creo que hace falta no solo en México, sino en varios países del mundo, que es el iniciar un negocio en tu propio país sin tener que importar productos, hacerlos por ti mismo, y apostar a la competencia con esos mismos importadores extranjeros.

Su creatividad también fue importante desde el principio en su negocio, pues notaron una posible necesidad de las personas que fue en este caso la de mantener perfumada la piel, al observar eso se da la pauta para que creen un producto llamado Ivory, no solo de calidad de competencia con los mejores y ya reconocidos, sino también fue un producto innovador que ofrecía no solo la limpieza, sino también un aroma, conjuntando en su 2 en 1 un producto que no solo las mujeres consumirían, sino familias completas, volviéndose así una marca reconocida. Esta creatividad no solo fue utilizada en esto producto, sino que han innovado cientos de productos, lo cual es una de las claves de su éxito.

P&G es famosa por ser pionera en la investigación de mercados y en la técnica de introducir segundas marcas que compiten con las suyas principales. La compra de varias marcas que podrían considerarse competencia, se vuelven aliadas al ser distribuidas, y adquiridas de la misma manera por una sola empresa, por lo que comprobamos que a la competencia que verla como una aliada y no como un enemigo. Esta parte es importante, pues no solo es una organización que tiene varias organizaciones a su cargo sino que de ellas, tiene diferentes campos, como lo es la higiene personal, la salud y limpieza del hogar, belleza y más, lo que nos reitera que no solo apostó a un jabón sino que apostó a un negocio de varios campos de necesidad de producción haciéndolos uno mismo, y dentro de cada campo los convirtió en aliados.

Creo que es importante observar que la empresa no solo es innovadora, competente y audaz, sino que también es ambiciosa, pues no deja de crecer, arriesga su capital por la adquisición de nuevas marcas sabiendo que con sus cualidades ya internas, como lo es la innovación de productos puede no solo hacer crecer la marca, sino la empresa y conjuntar a los que nosotros llamaríamos como enemigos, como la competencia directa, además de invertir en productos de su propio país mayoritariamente, es un ejemplo claro de muchas carencias en otras empresas, de muchas carencias en los propios países, y que la perseverancia, audacia y análisis son la mejor herramienta, una clara demostración de que apostar no es malo, de no encasillarse en una sola idea o solo producto, de que se puede llevar en conjunto a más de 300 marcas al éxito, y también de crecimiento constante durante más de medio siglo.