

Tras leer al respecto, pienso ahora que son muchos los factores que podría considerar como puntos clave para el éxito de una organización tan grande como lo es Procter and Gamble. Comenzando desde su creación, creo que siempre hubo indicios de lo exitosa que la empresa podría llegar a ser, esto por el simple hecho de que sus creadores fueron visionarios extranjeros que ya contaban con una empresa propia, y es perceptible por lo menos para mí que tanto William Procter, como James Gamble, eran ambiciosos en un buen sentido que los llevó a ser líderes cada uno en su área.

Analizando su éxito en la actualidad, algunos de los aspectos más destacados que puedo rescatar como causas de tal grandeza, son primeramente sus ganas de seguir innovando, puesto que desde que las empresas de Procter y Gamble se aliaron, se buscó sobresalir a la competencia con una fábrica enorme digna de llamar la atención, y ni hablar de los productos, que independientemente de ser renovados por cuestiones mercadológicas, comenzaron a sufrir modificaciones con fundamentos científicos que permitieran mejorar su calidad, y en ese sentido apostar por intentar hacer las cosas mejor que la competencia debe ser elemental.

Creo que otro de los puntos que los han llevado a seguirse posicionando de tal manera, es la cantidad de productos con que cuenta su portafolio, y que a pesar de ser tan amplio, cada una de sus marcas es indudablemente destacada en su área. ¿Quién en los más de 80 países que abarca la distribución de productos P&G no ha escuchado hablar de Pampers, Pantene o Pringles?, por mencionar algunas de sus famosas marcas.

Hablando de tantas marcas, la especialización, según puedo pensar tras la lectura de algunos artículos, ha sido clave en el manejo de las mismas, pues al contar con departamentos especializados se puede dar la atención necesaria a cada producto para que llegue a satisfacer las necesidades de los clientes.

El apostar por brindar un buen servicio al cliente y tratar de comprender sus necesidades parece haber sido siempre parte de la filosofía de esta empresa, y creo que es una de los valores más importantes que se deben tener en cuenta si se quiere crecer como organización lucrativa, e incluso no lucrativa si lo que se desea es realizar cualquier tipo de venta claro, pero en este caso considero ha sido esencial.

Y ya que hablé de la especialización para la fabricación de productos, el hecho de que en la empresa de Procter y Gamble se descubrieran desde sus inicios los beneficios de contar con distribuidores propios, también influyó para lograr un crecimiento tan acelerado y considerable. En este preciso aspecto tampoco han dejado de innovar, porque valiéndose de la tecnología y la facilidad con que a través de un espacio virtual se puede tener contacto con casi cualquier parte del mundo, P&G ha buscado la forma de generar más y más ventas empleando sistemas como su *Global Business Services* (GBS) para reducir costos y acelerar las implicaciones de un proceso de venta y acercamiento a los clientes.

Por último, me resulta imposible pasar por alto la responsabilidad social que P&G ha ostentado durante la última década, porque es una constante el encontrar información casi en cada fuente consultada respecto a la importancia que la gigante empresa ha dado a las necesidades de la sociedad y el medio ambiente, llevando a cabo en el transcurso de los años múltiples programas que han permitido tener agua a personas que difícilmente gozaban de ella, o generando una cultura sustentable que les permitió

incluso generar ingresos mayores gracias al reciclaje de materiales y mejor aprovechamiento de recursos naturales.

No tengo al momento ninguna idea negativa respecto a los elementos que han hecho de Procter & Gamble una empresa multinacional tan importante. Puedo pensar que como en cualquier búsqueda de poder y/o riqueza, no todo en la historia de la empresa ha sido positivo, pero he de declararme admirador de quienes logran llegar lejos y ser tan grandes e importantes aún después de muchos años. Criticar el proceso que ha llevado a P&G al lugar donde hoy se encuentra, sería de mi parte sólo para reconocer que cuando se quiere lograr algo y se tienen las herramientas para hacerlo, no hay nada que lo impida.

Concluyo reconociendo el buen trabajo que esta organización ha llevado a cabo, porque como antes mencioné, es casi imposible no encontrar una de sus marcas en nuestro transitar cotidiano. Reafirmo la idea de que la diversificación de productos, la especialización en los mismos, una buena estructura organizacional con departamentos definidos, y una atención y servicio al cliente notables, son ingredientes esenciales para construir una organización exitosa.