

Experiencia profesional:

V. Kimberly Clark (Septiembre 1990 - Noviembre 1996).

A. Gerente de grupo/marketing para las marcas Kleenex, LYS, Regio y Vogue.
Una división de negocio con ventas anuales de \$450 millones de US.

-Misión: Desarrollo de todas las actividades de marketing para promover y desarrollar las marcas a mi cargo.

-Funciones del puesto:

- ▶ El presupuesto de ventas y gastos de mercadotecnia anual.
- ▶ Pronósticos de ventas.
- ▶ Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos.
- ▶ Diseño de empaques.
- ▶ Posicionamiento publicitario de marcas.
- ▶ Publicidad en TV.
- ▶ Manejo de agencias de publicidad.
- ▶ Programas de incentivos con mayoristas.
- ▶ Presentaciones en convenciones de ventas.
- ▶ Promociones al comercio y al consumidor.
- ▶ Investigación de mercados.

-Principales logros:

- ▶ Lanzamiento de papel higiénico Delsey. Propuesta que realice para contra atacar a la marca Vander de Maldonado quien nos quitaba participación de mercado en el norte del país con una estrategia de precios bajos. Para evitar entrar en una guerra de precios que erosionara la rentabilidad, propuse lanzar esta nueva marca que resolvió el problema competitivo y se convirtió en una de las marcas estrella de KIMBERLY.
- ▶ Primero en introducir al mercado papel higiénico en empaques de 6, 12 y 24 rollos. Quitándole mercado al líder Pétalo.
- ▶ Lanzamiento de un programa continuo de lealtad (incentivos) entre mayoristas logrando incrementar ventas en 35% en este canal.
- ▶ Implementación de un seminario de posicionamiento publicitario para todo el grupo de marketing de KIMBERLY CLARK.
- ▶ Desarrollo del nuevo posicionamiento de las marcas KLEENEX, REGIO, VOGUE y LYS.
- ▶ Elegido como líder del proyecto SAMS CLUB. Coordinando todos los departamentos de KIMBERLY para adecuar empaques y tarimas a las especificaciones del nuevo cliente.
- ▶ Mantuvimos un crecimiento promedio del 15% en ventas anuales durante mi gestión. El mercado crecía al 6% anual.
- ▶ Ganamos 3 puntos de participación de mercado.
- ▶ Incrementamos el margen bruto de 39% a 42%

-Reportando a: Sub director de mercadotecnia, Manuel Arvide

-Personal a mi cargo: 2 gerentes de marca.