

Experiencia profesional:

VI. Moulinex Group (Enero 1997- Noviembre 2003).

A. Director General de la unidad comercial México y Centro América, reportando al CEO de NAFTA ubicado en New Jersey USA. Dirigiendo un equipo de 50 personas. Reportándome el director de ventas, director de Operaciones, 2 gerentes de mercadotecnia, gerente de control de gestión y un gerente de trade marketing.

-Misión: Crear el mejor equipo comercial de la industria y desarrollar el negocio a todo su potencial.

-Funciones del puesto:

- ▶ Definir e implementar la estrategia de crecimiento del negocio.
- ▶ Asegurar la máxima rentabilidad posible producto por producto.
- ▶ Dirigir el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos.
- ▶ Dirigir el desarrollo de clientes y canales de distribución.
- ▶ Optimizar todos los recursos materiales y humanos.
- ▶ Desarrollar y capacitar a mi equipo de trabajo para lograr ser el mejor equipo de la industria.

-Principales logros:

- ▶ Crecimos las ventas de \$14 millones (US) en 1997 a \$35 millones (US) en el año 2001
- ▶ Crecimos la participación de mercado de 10% a 18% en mi periodo de gestión.
- ▶ La utilidad operativa creció de \$250k (US) a \$5.5 millones (US).
- ▶ Nos convertimos en la subsidiaria # 7 en ventas dentro del ranking de países de Moulinex.
- ▶ Nos convertimos en la subsidiaria # 3 en utilidad operativa (cifras absolutas) dentro del ranking de países de Moulinex.
- ▶ Nos convertimos en la subsidiaria # 1 en margen (%) de utilidad operativa.
- ▶ Recuperamos clientes claves como Electra y Viana.
- ▶ Desarrollamos 2 canales nuevos de distribución: mayoreo e institucionales.
- ▶ Lanzamiento de 30 productos nuevos por año.
- ▶ Crecimientos anuales del orden del 35%.
- ▶ Nos convertimos líderes en todas las categorías de electro domésticos con excepción de licuadoras y planchas.
- ▶ Nos convertimos en líderes absolutos en tiendas departamentales.
- ▶ Logramos empatar a Philips, Oster y Black & Decker en recordación general de marca.
- ▶ Logramos ser # 1 en "topo of mind" (recordación espontánea de marca).
- ▶ Logramos reconocimientos importantes de clientes como Coppel que nos premió como el mejor proveedor de la industria por nuestro servicio y logística. Soriana nos seleccionó como "socio" en el manejo y desarrollo de la categoría en sus tiendas. Esto en conjunción con "The partnership group"
- ▶ La implementación de un sistema de prospectación de nuevos clientes.
- ▶ La implementación de un sistema de catalogación de nuevos productos en clientes actuales.
- ▶ La implementación de un sistema de pronósticos de ventas que ayudo a tener la mezcla perfecta de producto en el almacén optimizando el servicio al cliente.
- ▶ Implementación de un sistema de remuneración para ventas; 60% salario fijo y 40% variable por cubrimiento de cuotas por categoría y total. Esto ayudo a mejorar el

desarrollo de todas las categorías, un mejor pronóstico de ventas y una mejor planeación de producción.

- ▶ Implementación de una serie de reportes de ventas, e indicadores de desempeño.
- ▶ La implementación de un reporte de participación de mercados por categoría y canal. Esto a través de convencer a mis competidores miembros de la asociación ANFAD.
- ▶ La implementación de una EXPO nacional de línea blanca y electro domésticos. Esto a través de la Asociación ANFAD.

-Reportando a: CEO de NAFTA, Mark Navarre

-Personal a mi cargo: 50 personas dentro de nuestra nómina y 200 promotores y demostradoras por agencia.