

Las Reglas de oro de Douglas Daft



A poco de asumir, nuestro Presidente y CEO Doug Daft inició la construcción de la nueva Compañía Coca-Cola, definiendo la forma en que ella deberá enfocar sus negocios y su manera de relacionarse con los distintos públicos a futuro, objetivos que persiguen poner a Coca-Cola en concordancia con las exigencias del mercado del siglo XXI y con lo que serán las claves del éxito.

Su visión puede resumirse en las respuestas que la Compañía da a las preguntas siguientes:

¿Por qué existimos?

La Compañía Coca-Cola existe para beneficiar y refrescar a todo aquel que tiene contacto con nuestro negocio.

¿Cuáles son nuestros valores?

Integridad, calidad, comunidad, diversidad, medio ambiente, innovación, adaptabilidad, disponibilidad, sustentabilidad, servicio, ciudadanía, frescos, éxito y respeto mutuo.

¿Cómo nos relacionamos con nuestros públicos?

Consumidores. Las personas privilegian y desean el contacto duradero, emocional y refrescante con nuestra Compañía y con nuestras marcas, el que nace de la convicción de que nuestra Compañía y nuestras marcas tienen una importancia única y fuerte en sus vidas.

Embotelladores. La Compañía Coca-Cola y sus socios embotelladores se ven a sí mismos como un sistema de líderes empresariales que generan riqueza y negocios grandes y productivos.

Gobierno. Coca-Cola es un ciudadano respetado y confiable

Cientes. Para cualquier cliente, pequeño o grande, nuestra Compañía es el proveedor y socio que entrega el mejor producto porque Coca-Cola tiene el margen y la escala de negocios que permiten la mejor combinación de marcas, servicios, innovación y valor en respuesta a sus demandas, en cualquier lugar del mundo donde se hagan negocios.

Comunidad. Coca-Cola es un ciudadano comprometido con las comunidades locales donde tiene presencia, ayudando a sus habitantes a mejorar el entorno donde habitan.

debido a sus inversiones, a su compromiso permanente con el

bienestar de la comunidad y al respeto que manifiesta por las “reglas locales”.

Empleador. Coca-Cola es un lugar privilegiado para trabajar y hacer carrera. Nuestra gente sabe que puede crecer profesionalmente, tomando riesgos y desafiando las ideas convencionales, y luego ser reconocida y recompensada por sus contribuciones.

Hay otras dos relaciones claves que Doug Daft señala como especialmente importantes y que debieran ser incorporadas a nuestras

metas a medida que vayamos asumiendo las anteriores:

Proveedores. Coca-Cola es un socio valioso en el éxito de nuestros proveedores por su colaboración, innovación y alianza estratégica.

Accionistas. La Compañía Coca-Cola es un sobresaliente protagonista en el mercado y sus acciones son las más codiciadas, porque mantiene siempre un comportamiento corporativo y de alta responsabilidad social

Finalmente, Doug enfatiza el valor permanente de nuestra marca en el futuro de la Compañía. ***“La marca Coca-Cola ha sido y será siempre el corazón de nuestro dinámico negocio. La magia de Coca-Cola es la que nos da el enorme potencial de crecimiento. Sin embargo, la diversificación y expansión de nuestro amplio portafolio de bebidas no alcohólicas y el continuo crecimiento de nuestra marca Coca-Cola no debieran ser vistos como mutuamente excluyentes. Debemos continuar fortaleciendo el poder y éxito del legado de la marca Coca-Cola mientras hacemos crecer nuestras otras marcas y las nuevas que desarrollaremos a futuro”.***

The image shows the classic Coca-Cola logo in its signature red script font, centered on the page.