

## TRABAJO DE ELABORACION DOS ORGANIZACIONES

Identificar misión, visión, valores, estrategias y objetivos estratégicos de dos organizaciones. Tener en cuenta tanto lo explícito como lo probablemente implícito y secreto. Establecer semejanzas y diferencias entre las dos organizaciones.

### BIENVENIDOS A KRAFT FOODS

Nuestra Visión. “Ayudar a la gente de todo el mundo a alimentarse y vivir mejor”

#### KRAFT FOODS EN ARGENTINA

Kraft Foods Argentina se especializa en la elaboración de bebidas en polvo, galletitas, chocolates, premezclas, pastas y quesos. Estas seis categorías de productos conforman el core business de la empresa.

La compañía cuenta con más de 3.500 empleados y con tres plantas industriales, dos de ellas en la provincia de Buenos Aires, en Pacheco y en Tres Arroyos, y la tercera en Villa Mercedes, provincia de San Luis.

Actualmente en Argentina, Kraft Foods participa en el mercado local con cerca de 400 productos, distribuidos entre las diferentes categorías.

Kraft Foods Argentina pertenece al área Cono Sur, región que abarca Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay.

#### KRAFT FOODS EN EL MUNDO

Kraft Foods Inc. es una de las compañías de alimentos y bebidas más grandes del mundo. La empresa cuenta con 230 años de antigüedad, 159 plantas, más de 90.000 empleados, durante el 2007 obtuvo una facturación de 37.000 millones de dólares y 40 de sus marcas tienen más de 100 años de existencia. Millones de veces en un día, en más de 150 países, los consumidores eligen sus marcas favoritas de Kraft Foods.

El éxito de Kraft Foods es el resultado de una tradición de calidad y sabor, fruto de una vasta experiencia en la cuidadosa elaboración de los mejores productos. Su pasado cuenta con imaginativos pioneros que dieron origen a marcas como Suchard, Jacobs, Milka, Royal, Philadelphia, Tang, Oreo, Ritz, Club Social y Chips Ahoy, entre otras.

Muchas de las marcas que comercializa Kraft Foods son líderes mundiales. Siete de ellas - Tang, Clight, Oreo, Club Social, Philadelphia, Milka y Toblerone - superan los 1.000 millones de dólares de facturación anual y más de 50 de sus marcas facturan anualmente 100 millones de dólares.

Los productos de Kraft Foods están en más del 99% de los hogares de Estados Unidos. Kraft Foods está también presente en 18 países de Latinoamérica, donde es líder absoluto en 21 categorías de productos.

#### RESPONSABILIDAD SOCIAL

Para Kraft Foods, la Responsabilidad Social Corporativa es un compromiso sostenible y a largo plazo, unido inseparablemente a su objetivo de éxito en el negocio. Para Kraft es esencial el respeto por sus empleados, clientes y consumidores, como así también su preocupación por el medio ambiente y las comunidades en las que tiene presencia.

A lo largo de toda su trayectoria, Kraft se ha ocupado de construir confianza cada día, tanto en sus productos como así también en su condición de empresa, empleador, contribuyente y actor social.

Para Kraft, la Responsabilidad Social no solamente se manifiesta a través de los programas con los que interactúa con las distintas comunidades, sino también en su constante preocupación por el bienestar de sus empleados, a los que en forma permanente ayuda a capacitarse profesionalmente, además de procurarles un adecuado balance entre su vida laboral y su vida personal.

Siendo uno de los principales empleadores industriales del país, Kraft Foods Argentina impulsa la capacitación de su personal en forma integral, tanto desde el punto de vista profesional y técnico como en la promoción de una vida saludable. También financia programas de educación nutricional y actividad física, cuya misión es promover conductas saludables en las comunidades de bajos recursos y trabaja a lo largo de todo el país con organizaciones no gubernamentales para el alivio del hambre y la desnutrición.

## NUESTRA HISTORIA

Kraft Foods Inc., actualmente una de las empresas de alimentos más grandes del mundo, fue erigida sobre la iniciativa y creatividad de cuatro pioneros en el arte de satisfacer los gustos de la vida. Su historia se inicia en 1767, cuando Joseph Terry comienza a vender frutas confitadas en una pequeña confitería de York, Inglaterra. En 1825 Philippe Suchard abre una pequeña confitería en Neuchatel, Suiza y, en 1895, el empresario alemán Johann Jacobs funda Jacobs Kaffee en la ciudad de Bremen, Alemania. El cuarto pionero es James L. Kraft, quien en 1903 abre una importante empresa de quesos en Chicago, Illinois, Estados Unidos. Cada uno de ellos fue exitoso e innovador en su negocio, creando algunas de las marcas que hoy son verdaderos mitos del marketing, como los chocolates Suchard, Toblerone y Milka, el café Jacobs, las bebidas Tang y los quesos Philadelphia.

A este selecto club de creadores de reconocidos alimentos se sumó en nuestro país el aporte de familias pioneras e innovadoras, que levantaron empresas como Terrabusi, Canale, Mayco, Capri y Vizzolini. Estas compañías popularizaron marcas como Tita, Rhodesia, Express, Cerealitas, Melba, Duquesa, Manón y Variedad, todas ellas asociadas a imágenes que forman parte de la memoria colectiva del ser argentino.

La empresa Nabisco llega a Argentina en 1981 y Kraft Foods en el año 1990. Durante la década de 1990 ambas empresas comienzan, cada una por su lado, un proceso de adquisición de empresas argentinas que culmina en el año 2000, cuando Kraft Foods adquiere Nabisco a nivel mundial, naciendo de esa forma a nivel local la empresa Kraft Foods Argentina.

## TODO SOBRE ARCOR

Arcor fue fundada en 1951 en la ciudad de Arroyito, Córdoba (Argentina) con el objetivo de elaborar alimentos de calidad a un precio justo para consumidores de todo el mundo.

Con un crecimiento sostenido, la empresa se consolidó en un grupo industrial que se especializa en la elaboración de golosinas, galletas, chocolates, helados y productos alimenticios.

En cada uno de los negocios en los que participa, desarrolla marcas líderes que son preferidas por consumidores de los cinco continentes. Su amplia gama de productos es de alta calidad y diferencial. Desarrolla productos que contienen ingredientes funcionales y promueven un estilo de vida saludable.

La temprana vocación internacional del Grupo Arcor lo llevó a convertirse en el primer productor mundial de caramelos y el principal exportador de golosinas de Argentina, Brasil, Chile y Perú. Y a través de Bagley Latinoamérica S.A. es la mayor empresa de galletas de América del Sur.

Su liderazgo se construye a partir de un conjunto de pilares que caracterizan su gestión.

Una consistente política de exportación y de reinversión permanente de utilidades en desarrollos industriales, tecnológicos y comerciales. La construcción de un modelo de distribución exitoso que

se replica en la región. La integración vertical de sus insumos estratégicos en la Argentina, la expansión de su importante patrimonio marcario, como así también, el desarrollo de una gestión socialmente responsable. Arcor busca crear valor económico, social y ambiental en toda su gestión.

Con esta breve introducción, le damos la bienvenida a nuestro sitio corporativo donde podrá conocer todo sobre Arcor. Encontrará información acerca de nuestra historia y filosofía corporativa, de nuestro portfolío de marcas y mucho más.

¡Bienvenido!

## NUESTRA FILOSOFIA

Desde sus inicios, el grupo de pioneros que fundó Arcor tenía una ideología central. Una premisa que nutre el accionar de la empresa conforme a los valores que guían su conducta, desarrollando una verdadera "Cultura Arcor". Una cultura que define su dinámica organizacional en la consolidación de un proyecto empresario compartido, que se expresa en su vocación de "darle sabor al mundo".

Los modos de ser y hacer de Arcor se encuentran expresados en la visión y misión de la empresa.

### VISION

Ser la empresa N° 1 de golosinas y galletas de Latinoamérica y consolidar nuestra participación en el mercado internacional.

### MISION

Dar a las personas de todo el mundo la oportunidad de gratificarse con productos de calidad a un precio justo creando valor para nuestros accionistas, colaboradores, clientes, comunidad, proveedores y medio ambiente a través de una gestión basada en procesos sostenibles.

### FORTALEZAS

El desarrollo de diversas disciplinas, su conjugación y dominio, es lo que hace que una empresa sea líder.

Estas son las ventajas competitivas que ha desarrollado el Grupo Arcor y en las que se sustenta su trayectoria:

*La mayor calidad al mejor precio.* Concentramos las etapas estratégicas del proceso de elaboración de cada producto, asegurando un riguroso control de calidad a lo largo de las distintas fases de producción (desde la obtención de las materias primas hasta la fabricación de muchos de sus envases). Esto, junto con el respaldo de la certificación ISO 9000, nos permite ofrecer a consumidores en todo el mundo, productos con un máximo nivel de competitividad.

*Reinversión y modernización tecnológica.* Reinvertimos permanentemente en tecnología, alcanzando así los más altos estándares de calidad. El constante perfeccionamiento de nuestros métodos productivos nos permite mantenernos a la vanguardia mundial en los negocios que participamos y llegar con nuestros productos a los más exigentes destinos.

*Management altamente creativo, innovador y eficiente.* Nuestro management es una verdadera ventaja competitiva. Fundamentalmente por su alto nivel de creatividad, su visión estratégica de los negocios, su gran poder de decisión y por su alta capacidad para conformar sólidos equipos de trabajo.

*Colaboradores muy calificados y con un fuerte sentido de pertenencia.* Conscientes de que son nuestra máxima fortaleza competitiva, brindamos a nuestros colaboradores los más avanzados métodos de entrenamiento y capacitación, promoviendo no sólo su preparación profesional, sino también su formación integral como personas.

*Adecuación a los requerimientos del mercado.* Somos una empresa flexible y de gran capacidad de respuesta. Evaluamos permanentemente los mercados internacionales con el fin de detectar nuevas oportunidades de negocio y brindar soluciones innovadoras. Interpretamos las necesidades de los consumidores y desarrollamos para ellos productos y sabores específicos.

*Un modelo de distribución y venta único.* Otra de nuestras ventajas competitivas es nuestro vasto y eficiente sistema de distribución que abarca todo el territorio argentino y es considerado de categoría mundial. Actualmente se está replicando en la región y se proyecta hacia el mundo a través de nuestras oficinas comerciales ubicadas en países de alto valor estratégico.

*Preocupación comunitaria y solidaridad.* Como motor del progreso económico, somos conscientes del rol que desempeña una empresa en la sociedad. Por eso ponemos en marcha iniciativas y aportes de todo tipo: desde la construcción de viviendas para nuestro personal, hasta acciones en el campo de la educación, principalmente desarrolladas a través de la Fundación Arcor y el Instituto Arcor Brasil.

*Conciencia ecológica y cuidado del medio ambiente.* Asumimos la preservación de los recursos no renovables y la protección del entorno como una obligación frente a la comunidad. Una inversión a largo plazo para el bienestar de todos los ciudadanos del mundo.

*Respeto por las tradiciones.* Comprometidos con una conducta multi local - multinacional, valoramos y respetamos las culturas e idiosincrasias propias de cada comunidad donde nos establecemos y desarrollamos.

*Sólida ética empresarial.* Entendemos que la primera función social de una empresa alimenticia es hacer accesibles sus productos a la mayoría de la población, con el fin de contribuir a una mejora en su calidad de vida. Para nosotros, en el terreno de los negocios, la transparencia y el cumplimiento de los compromisos que asumimos son una premisa indiscutible y la base de cualquier vínculo comercial duradero.