



SAP NOW Guatemala

Rodrigo Brenes
15 de Febrero de 2019

CONFIDENTIAL

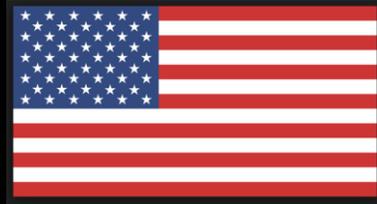
Disrupción y Visión 2025 en las Empresas de Consumo Masivo

Rodrigo Brenes, SAP
15 de Febrero de 2019

CONFIDENTIAL



Gillette™



**ZOZO
TOWN**





Obsolescencia

Disrupción

Visión 2025

Acción





Hasta ahora, el modelo tradicional de las empresas CPG les ha llevado a un éxito considerable

Marcas Fuertes

Innovación de productos

Relación con Distribuidores

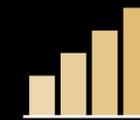


Modelo de Operación para Ejecución

Entrada a mercados en desarrollo y adquisiciones



Márgenes Superiores

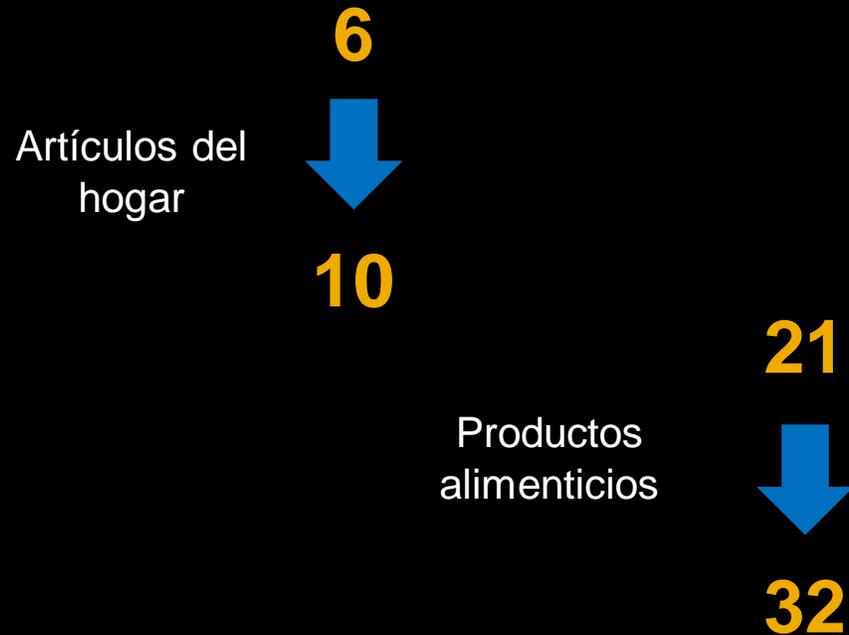


Crecimiento Consistente

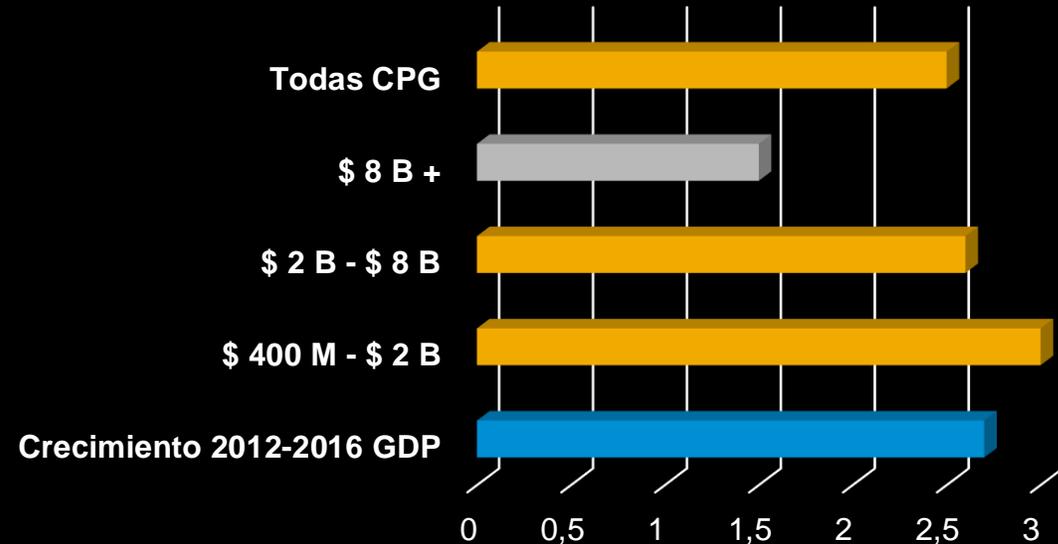
Fuente: McKinsey & Co

Pero este modelo está quedando obsoleto, y eso se nota en el crecimiento orgánico desacelerado de las empresas

Ranking industrias más rentables



Crecimiento Orgánico anual vs Crecimiento GDP



Fuente: McKinsey & Co

¿Qué es lo que ha sucedido?



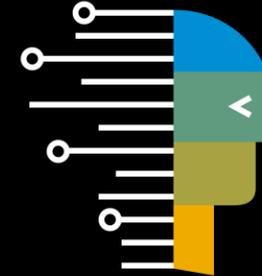
Efecto Amazon

- Proliferación de canales y presión de costos en todas las categorías
- Modelos de crecimiento no tradicionales
- Está cambiando la misma definición de productos y de la industria



Innovadores Digitales

- Velocidad
- Menor tamaño, mayor agilidad
- Locales
- Motores de crecimiento e innovación

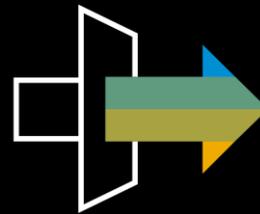


Efecto Milenial

- Ahora, Aquí, Para Mí
- Cada vez más informados
- Esperan ser asesorados de manera personalizada, relevante, local y en el momento correcto
- ¿Cuál es la mejor opción para mí?

¿Hacia dónde deben ir las empresas de productos de consumo?

Visión Tradicional



Visión 2025



¿Cómo lograr la visión 2025?

Disrupciones

Hoy 2019

Visión 2025

Prioridades Estratégicas



Efecto Amazon



Modelo Tradicional



Omni-Canal



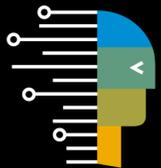
Innovadores Digitales



Modelo Tradicional



Competencia de Nicho



Efecto Milenial



Modelo Tradicional



Ofertas 100% Personalizada



Nuevos Modelos de Negocio



Entrega de Experiencia Personalizada



Competir como un Ecosistema

Prioridades Estratégicas 2025

Prioridad Estratégica

Capacidades

Éxito



Nuevos modelos de negocio.

Encontrar nuevas formas para obtener ingresos y maximizar las ganancias, como monetizar contenido o datos, entrar en alianzas innovadoras o vender el exceso de capacidad



Entrega de experiencia personalizada

Construir relaciones duraderas con clientes y con consumidores entregando resultados (salud, seguridad, felicidad...) más allá de los productos tradicionales



Tommy Bahama

Li Ming



Competir como un ecosistema

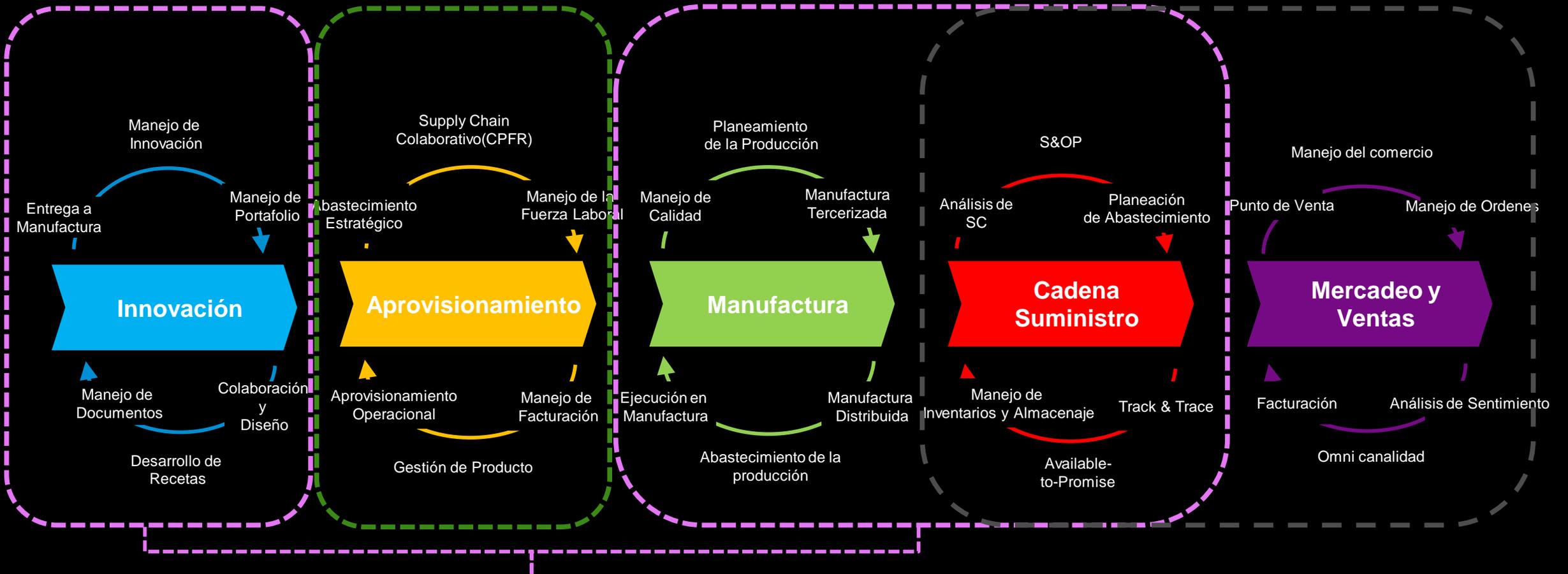
Expandir las fronteras de la empresa asociándose con partners no tradicionales para entregar mayor valor a un costo bajo. (Uber Eats, Glovo, etc)



De silos a procesos eficientes integrados

De la Compra al Pago

De la Oportunidad al Cobro



De Diseñar a Operar

Aprovechamiento de nuevas tecnologías

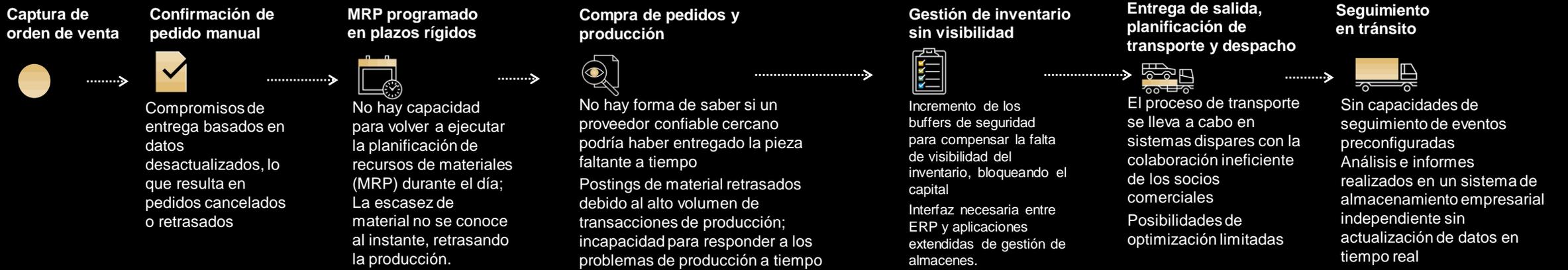


Nuevos escenarios de negocio inteligentes insertados en procesos

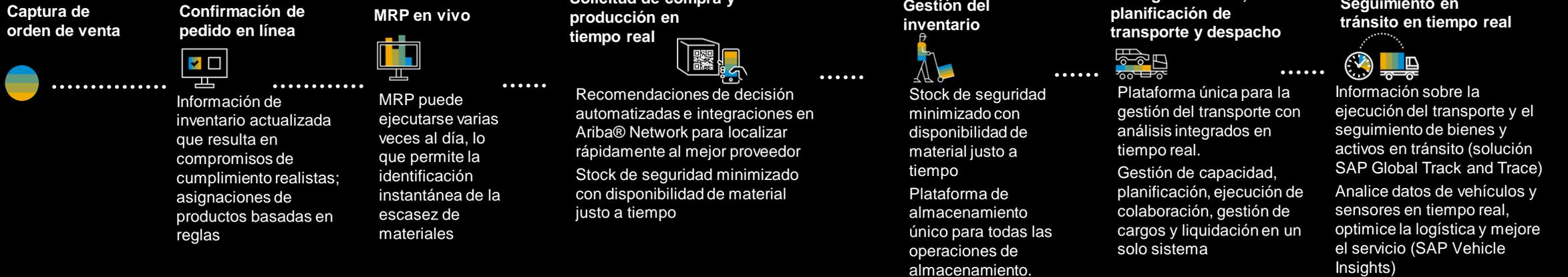


De Orden a Entrega

Escenario Tradicional



Un nuevo mundo con SAP



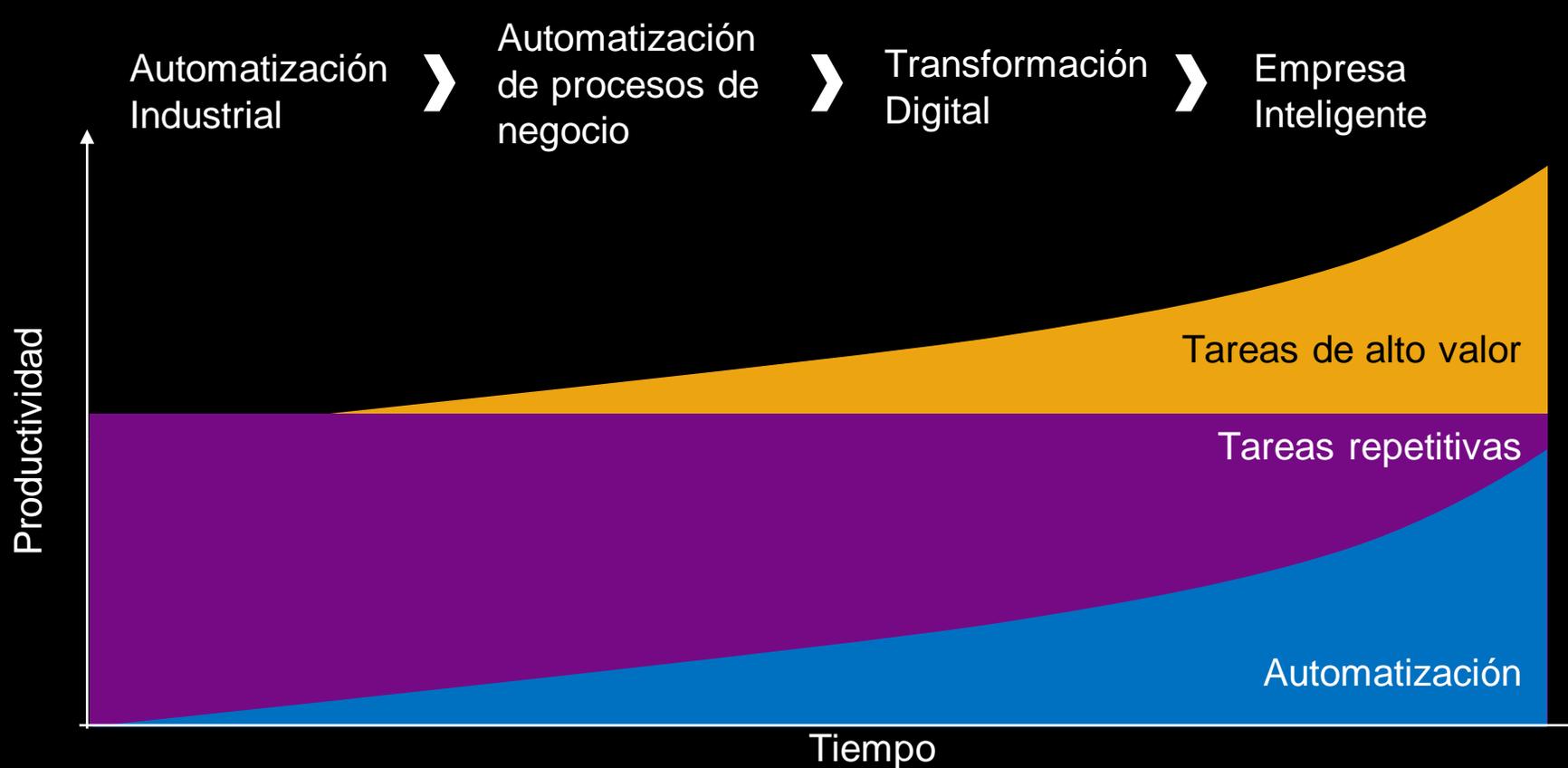
Apalancadores de valor*

Mejorar el servicio al cliente

Reducir los costos de inventario

Reducir los costos logísticos

Efectos sin precedentes para identificar y desarrollar oportunidades



Nuevos Modelos de Negocio

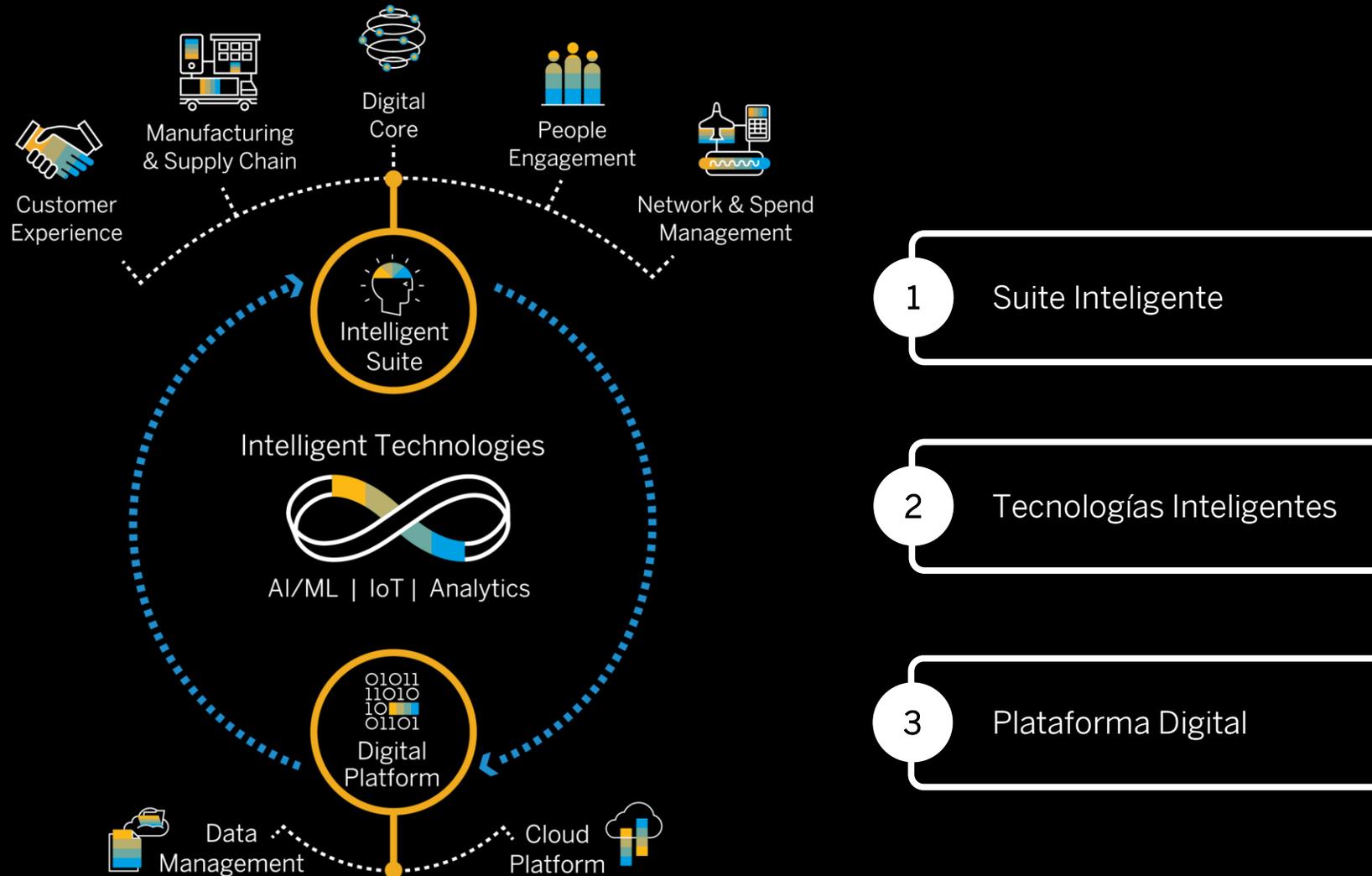


Entrega de Experiencia Personalizada



Competir como un Ecosistema

¿Cómo puede ayudar SAP? – la Empresa Inteligente



¿Cómo puede ayudar SAP? – Metodología clara y exitosa



ALINEAMIENTO EJECUTIVO

Acuerdos de alto nivel

Entendimiento de estrategia y
acuerdo de alcance y
resultados del ejercicio



TALLERES DESCUBRIMIENTO DE VALOR

Optimización de procesos
Innovación de modelos
de negocio

Identifica áreas de oportunidad
y desarrolla propuesta de
valor, plan de soluciones y
modelo de gobierno



VALIDACIÓN Y PREPARACIÓN

Propuesta de valor

Logra el acuerdo de
recomendaciones para la
acción

SAP en la Industria de **Productos de Consumo**



ALIMENTOS



BEBIDAS



**ASEO PERSONAL
ASEO DEL HOGAR**



**MODA Y
ACCESORIOS**



AGRONEGOCIOS



**PRODUCTOS DE
LARGA DURACIÓN**

14,000+ Clientes SAP
en la industria de CPG
en cada uno de los segmentos de la industria

Clientes SAP en Forbes Global 2000:

- 88% de las empresas en CPG
- 86% de las empresas de vestimenta y accesorios
- 95% de los fabricantes de productos de larga duración.
- 84% de las empresas de alimentos procesados
- 90% de los productores de bebidas
- 90% de las empresas de limpieza y cuidado personal

Gracias.

Rodrigo Brenes
Industry Senior Value Advisor

rodrigo.brenes@sap.com

