



División Lácteos de la UITA

Resumen - Unilever

Originariamente fundada en 1930, Unilever es ahora una multinacional británico-holandesa que rige una variedad de marcas de consumo mundial de alimentos, bebidas, artículos de cuidado personal y artículos de limpieza. El Grupo Unilever abarca a dos compañías, Unilever N.V. (registrada en los Países Bajos) y Unilever PLC (registrada en el Reino Unido). Las dos compañías principales, junto con su grupo de empresas, funcionan como una sola entidad económica, que suele llamarse "Grupo Unilever". Las 12 marcas principales de Unilever tienen ventas superiores a 1.000 millones de euros, de los cuales seis son marcas de alimentos y bebidas. De las seis marcas de alimentos y bebidas, dos son productoras de lácteos. Unilever es una de las principales empresas lácteas del mundo por su negocio de helados, con los productos Heartbrand que se venden en más de 40 países. Estados Unidos y Brasil son los principales mercados de la compañía fuera de su país de origen. Más de la mitad de las operaciones de Unilever se encuentran en mercados emergentes de rápido crecimiento con Asia y África como regiones más importantes. Esta empresa también está creciendo a buen ritmo en América Latina. En los mercados desarrollados, Unilever se centra en garantizar la distribución de servicios de alta calidad a clientes en lugares como Estados Unidos y Europa Occidental. En términos comerciales, las principales asociaciones de capitales de Unilever son Unilever Jerónimo Martins en Portugal, Pepsi Lipton International y Pepsi/Lipton Partnership en Estados Unidos.

Unilever es gobernada por su Junta Directiva, cuatro comisiones y un Comité de gestión. Unilever emplea a más de 167.000 trabajadores y trabajadoras en todo el mundo, con cerca de 60% en la región de Asia y África, 25% en América y alrededor de 17% en Europa Occidental. La compañía puso en marcha una cantidad de programas para atraer talentos, ampliar su capacidad de liderazgo, mejorar la salud, seguridad y bienestar de sus empleados. Actualmente, los principales objetivos de Unilever radican en mejorar su facturación en forma rentable en todas las categorías y países a través de cuatro prioridades de crecimiento: marcas e innovación, mercado, mejora permanente y personas. Con el objetivo de lograr crecimiento constante e innovación, la función de investigación y desarrollo de Unilever emplea a 6000 profesionales en todo el mundo a través de su red de centros de nutrición y desarrollo mundial y regional. Sin embargo, un repaso de los estudios pertinentes y artículos de noticias y análisis refleja que si bien Unilever tiene una gran presencia en el mercado global, así como diversas fortalezas, también enfrentó una serie de retos en la última década, entre ellos varios problemas de relaciones laborales. Si bien la compañía ha podido superar los desafíos de rentabilidad empresarial y ampliar su desempeño a



División Lácteos de la UITA

través de cambios estratégicos radicales, está claro que Unilever todavía tiene que seguir mejorando para mejorar la gestión y el control de recursos humanos y condiciones de trabajo en todas sus operaciones mundiales.