

# Panasonic

## ideas for life

### Mercado

Panasonic es la marca con la que Panasonic Corporation, antes Matsushita Electric Industrial, firma todos los productos elaborados en sus plantas, los cuales se comercializan alrededor del mundo.

Panasonic tiene presencia en múltiples segmentos del mercado mexicano desde hace casi 75 años, ya que los primeros equipos provenientes de sus fábricas en Japón llegaron a nuestro país en 1936.

Sus productos de electrónica de consumo se pueden encontrar en las grandes tiendas departamentales, supermercados, clubes de precios y tiendas especializadas, además de que su oferta para los usuarios profesionales abarca sectores como telecomunicaciones, hotelería, medios de comunicación, instituciones educativas, gobierno y todo tipo de empresas, desde una PYME hasta grandes corporativos.

### Historia

En el año de 1918, la ciudad japonesa de Osaka atestigüó el nacimiento de la pequeña empresa Matsushita Electric Housewares Manufacturing Works, fundada por el joven Konosuke Matsushita.

La primera marca registrada por la compañía fue National, en 1925, la cual se popularizó gracias a una de sus creaciones más significativas: una lámpara de batería para bicicleta, que fue toda una innovación en esa época. Konosuke Matsushita eligió esa palabra con el deseo de que sus artículos se convirtieran en productos esenciales para toda su nación, bajo el principio de crear ideas para mejorar la calidad de vida de las personas.



No fue hasta 1955 cuando surgió la marca Panasonic, que originalmente se ideó para una nueva línea de altavoces. La palabra es una combinación del prefijo griego *pan*, "todo", y *sonic*, que evocaba la idea de un sonido que recorre el mundo.

En México, Panasonic se constituyó como empresa en septiembre de 1978, con el nombre de Panasonic de México, S.A. de C.V. Un año más tarde, en octubre de 1979, inició operaciones su planta de producción ubicada en Ixtapaluca, Estado de México, con la producción de estéreos y electrodomésticos de uso básico.

En el año 2008 comenzó una reestructuración de su imagen corporativa, a partir de la cual se decidió que Panasonic se convirtiera en la única marca para representar a la compañía, sus productos y sus servicios.

Actualmente Panasonic Corporation cuenta con 680 empresas subsidiarias, establecidas en más de 45 países, y más de 384 mil empleados en los cinco continentes. Además, ha logrado una expansión con la que rebasa los 79 mil millones de dólares en sus ventas anuales.

### Producto

La variedad de productos desarrollados por Panasonic es muy amplia: abarca desde semiconductores hasta avanzados productos de línea blanca, por lo que la oferta disponible en cada país se adecúa a las necesidades y demandas de los mercados locales.

En México se pueden encontrar tres categorías principales:

- Electrónica de consumo.- Televisores de pantalla plana de alta definición y hasta en 3D, reproductores de video Blu-ray Disc, cámaras fotográficas, videocámaras, equipos de audio, electrodomésticos y artículos para el cuidado personal.

- Soluciones para uso profesional.- Equipos para la producción de video, televisión y cine digital, como videocámaras o sistemas de almacenamiento de contenidos con

calidad de alta definición, y lo más nuevo de la tecnología, 3D Full HD. Asimismo ofrece videoproyectores, pantallas de plasma y LCD, conmutadores digitales para telefonía VoIP, multifuncionales para el manejo de documentos, computadoras de uso rudo y una línea completa de dispositivos de video para seguridad preventiva.

- Pilas y baterías.- Ofrece una línea versátil para múltiples aplicaciones, con opciones recargables o de uso especializado.

### Logros

Panasonic de México es la única empresa de electrónica que cuenta con una planta de manufactura en la zona del Valle de México, en la cual, además de producir hornos de microondas y mini componentes de audio, fabrica televisores LCD de alta definición que satisfacen la demanda local y se exportan a varios países de Latinoamérica.

Por mencionar otros logros, Panasonic ha sido constantemente galardonada con premios internacionales, como el premio europeo TIPA 2009 a la innovación en productos de imagen digital, así como el premio EISA Award, que entrega la Asociación Europea de Imagen y Sonido.



En cuanto a la tecnología 3D, en julio del 2010 los consumidores mexicanos pudieron adquirir los primeros televisores y reproductores de video 3D Full HD para uso doméstico, cuando Panasonic introdujo a nuestro país la línea de televisores Viera con pantalla de plasma, que los medios especializados calificaron con las notas más altas.

### Ante la Crisis

La planta de producción de Panasonic en Ixtapaluca, Edo. de Méx., se mantiene en una constante evolución para cumplir con los requisitos de calidad y protección al medio ambiente. Como parte de esta mejora



eco ideas

Esta filosofía se traduce en acciones concretas, como el programa de responsabilidad social a favor del medio ambiente Eco Ideas, a través del cual Panasonic fija metas y actividades específicas para la conservación, mejora y convivencia con el medio ambiente. El objetivo de Panasonic hacia el 2018, año del centenario de su fundación, es convertirse en la compañía #1 en innovación ecológica dentro de la industria electrónica.

Las iniciativas de Eco Ideas tienen influencia en todos los ámbitos de la empresa, desde los procesos de manufactura, reciclaje, diseño de nuevos productos, distribución y logística, hasta el desarrollo de nuevos materiales y tecnologías para el uso eficiente y la conservación de energía.

continua, las líneas de producción se modificaron para dar cabida a la fabricación de tecnología LCD, a partir del 2009. Esta reconversión, además de fortalecer la posición de Panasonic en el mercado local y regional, aseguró la permanencia de más de un millar de empleos para la comunidad de Ixtapaluca, en momentos en que el país y el mundo entero atravesaban la crisis financiera más severa de los últimos tiempos.

### Desarrollos Recientes

Para Panasonic, uno de los rubros de mayor importancia es el de investigación y desarrollo, en el que invirtió el 6.4% de sus ventas globales en el reciente año fiscal japonés (marzo 2010).

Esta cifra es el reflejo del compromiso con el espíritu innovador que ha caracterizado a la marca desde su nacimiento, el cual le permite fijarse metas como la de ubicarse a la vanguardia en las nuevas tecnologías, como la tercera dimensión en alta definición, o 3D Full HD, como se le conoce mundialmente.

A principios del 2010 Panasonic lanzó una gama de equipo profesional para la producción de contenidos de video 3D Full HD, desde la primera videocámara 3D portátil del mundo y monitores o consolas para la mezcla de video, hasta una espectacular pantalla de plasma de 152 pulgadas, capaz de desplegar imágenes de ultra alta definición en 3D.

Pero no sólo el entretenimiento es importante para Panasonic: a finales del 2009 desarrolló una innovadora cama robótica, que puede convertirse en silla de ruedas y viceversa, para eliminar los molestos e incómodos traslados, así como el riesgo de caídas o lesiones.



### Promoción

Panasonic mantiene la comunicación con sus consumidores en muchos sentidos y a través de diferentes herramientas de comunicación: presencia de marca e información muy completa en los principales puntos de venta, publicidad en medios masivos, sitios de Internet especializados o redes sociales, medios impresos desarrollados a la medida de sus necesidades de comunicación o en actividades como ferias comerciales, talleres o seminarios de actualización para el público especializado.



A nivel mundial, Panasonic es Socio Patrocinador del Comité Olímpico Internacional, lo que le brinda una oportunidad única de difusión de imagen y promoción de productos específicos en todas las competencias de Juegos Olímpicos, Juegos Olímpicos de Invierno y Juegos Paralímpicos.

### Valores

Los valores de Panasonic están basados en la filosofía heredada de su fundador, Konosuke Matsushita, expresada en el siguiente enunciado atemporal: "Reconociendo nuestras responsabilidades como industriales, nos dedicaremos al progreso y desarrollo de la sociedad y al bienestar de la gente a través de nuestras actividades de negocios, mejorando así la calidad de vida en todo el mundo".



### Cosas Que Usted No Sabía Sobre Panasonic

- La tecnología de los dispositivos LED (Light Emitting Diode) de Panasonic fue seleccionada por la Agencia Espacial Japonesa de Exploración Aeroespacial (JAXA) para iluminar el interior de la nave espacial H-II Transfer Vehicle (HTV), que se planea lanzar al espacio en el 2010. Esta nave es un vehículo de transporte que llevará mercancías, como agua, alimentos, equipo experimental e incluso ropa a los miembros del laboratorio espacial japonés Kibo (esperanza), una nueva instalación de investigación en la Estación Espacial Internacional.

- Panasonic, en conjunto con las empresas Toshiba y SanDisk, es responsable del desarrollo de las populares tarjetas de memoria SD, utilizadas en miles de productos, con una participación de mercado superior al 80% en todo el mundo.

- Gracias a sus tareas de investigación y desarrollo, Panasonic ostenta 41,633 patentes en Japón y 49,906 a nivel mundial, y ha trabajado arduamente en la homologación internacional de patentes a través del Patent Cooperation Treaty (PCT), por lo que en el 2009 se ubicó en el primer lugar de la clasificación mundial del PCT.