

TENDENCIAS A PARTIR DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA ORGANIZACIONAL. CASO COCA COLA COMPANY

Nayibe Jalilie Vargas¹

RESUMEN

Coca-Cola, una de las marcas más reconocidas a nivel mundial, no sólo es conocida por su sabor y su éxito comercial, este artículo tiene como propósito identificar las estrategias de gestión empresarial que ha implementado a lo largo de su historia la bebida cola, al tiempo que busca indagar su efecto en pequeñas y medianas empresas que son fundamentales para las economías locales. Con el demostramos que el éxito de Coca-Cola puede aportar valiosas lecciones sobre cómo las empresas pueden mejorar su gestión administrativa y, por ende, su competitividad y sostenibilidad.

PALABRAS CLAVE

Administración, Gestión, Empresa, Estrategias, Microempresas

ABSTRACT

Coca-Cola, one of the most recognized brands worldwide, is not only known for its flavor and commercial success, but this article also aims to identify the business management strategies that the cola drink has implemented throughout its history, while seeking to investigate its effect on small and medium-sized businesses that are fundamental to local economies. With it we demonstrate that Coca-Cola's success can provide valuable lessons on how companies can improve their administrative management and, therefore, their competitiveness and sustainability.

KEYWORDS

Administration, Management, Company, Strategies, Microenterprises.

INTRODUCCIÓN

Desde hace muchos años las bebidas colas han tenido gran representatividad en el mercado internacional, en todos los escenarios, ya sean deportivos, de educación, entretenimiento y en todas las actividades comerciales es casi imposible no ver los nombres de Coca Cola y Pepsi Cola, para esta ocasión se revisará la empresa de bebidas colas Coca Cola.

Por lo que el propósito de este artículo es el de revisar las estrategias que aplica Coca Cola Company en la gestión administrativa y orientada a el control de sus actividades, unido a cómo logra tomar decisiones basada en los datos que adquiere del mercado, al igual en qué decisiones toma relacionadas con el entorno cambiante y a veces complejo ante tantos retos que hay en el ámbito del mercado y del comportamiento social y de igual manera ver los efectos de la innovación y la cultura organizacional en la organización, apoyado en referentes de la bebida cola y de empresas grandes que impactan a las pequeñas y medianas empresas.

Además de tener en cuenta la calidad del servicio y cómo se orienta al cliente que cada vez se hace más difícil mantener ante tanta información que se da a nivel global. Las decisiones relacionadas con

¹ Estudiante de Administración de Empresas Universidad Libre, nayibe-jalilie@unilibre.edu.co

el cambio contante e innovación es otro aspecto que se aborda para el caso de la bebida cola, y hasta dónde alcanza la gestión del talento humano de la organización en fomentar la creatividad, la motivación y el deseo de crecer y actuar positivamente.

ESTRATEGIAS DE CONTROL EN LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Uno de los pilares clave en la gestión administrativa de Coca-Cola es su gestión que les permite tener un sistema de control, la capacidad de monitorear constantemente las operaciones y ajustarlas en tiempo real ha sido crucial para su éxito. Para las mipymes, implementar un sistema de control eficiente es esencial para mantenerse en el mercado competitivo. Aunque las microempresas no cuentan con los mismos recursos que Coca-Cola, pueden aplicar principios similares para optimizar sus operaciones.

Por ejemplo, el control financiero es uno de los aspectos que más influye en la sostenibilidad de una PYMES, por lo que deben contar con sistemas de registro contable adecuados, donde se lleve un control riguroso de ingresos, egresos, deudas y utilidades. Esto les permitirá tomar decisiones informadas sobre el flujo de caja, las inversiones y el crecimiento de la empresa, tal como lo hace Coca-Cola con su estructura financiera a nivel global.

METODOLOGÍA

El siguiente es un estudio de caso, por ende, análisis cualitativo de corte descriptivo y apoyado en revisión de textos, se hizo desde el paradigma de las ciencias sociales y desde la administración de empresas, busca analizar las tendencias administrativas en el caso de la bebida cola más consumida y la marca más recordada en los consumidores desde hace muchos años. Para su construcción se apoyó en los datos suministrados por Coca Cola Company y la base de datos de Google Scholar.

TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS

Coca-Cola se caracteriza por su enfoque en la toma de decisiones fundamentadas en datos. A través del análisis de la información del mercado, tendencias de consumo, y desempeño de sus productos, la empresa ajusta sus estrategias para maximizar el impacto en sus clientes. De igual manera, las microempresas pueden beneficiarse del análisis de datos, aunque a una escala más pequeña y revisar con esos datos las posibilidades de crecer o permanecer en el mercado.

Utilizar herramientas digitales simples, como hojas de cálculo o software de gestión, puede proporcionar a los emprendedores de microempresas información valiosa sobre las preferencias de sus clientes, los productos más demandados y las áreas que requieren mejora.

Además, las encuestas de satisfacción y el análisis de las redes sociales son métodos accesibles para obtener información sobre el mercado y realizar ajustes en los productos o servicios ofrecidos.

FLEXIBILIDAD Y ADAPTACIÓN RÁPIDA AL ENTORNO CAMBIANTE

Coca-Cola ha demostrado una gran capacidad para adaptarse a los cambios en el mercado y en las preferencias de los consumidores. Esta flexibilidad es crucial, especialmente en el contexto actual de constante transformación. Las microempresas, debido a su tamaño reducido y estructuras ágiles, tienen la ventaja de poder adaptarse rápidamente a los cambios, lo que las hace competitivas frente a grandes corporaciones.

Las microempresas pueden adoptar una mentalidad similar a la de Coca-Cola al ser capaces de reaccionar rápidamente a las demandas del mercado, realizar ajustes en su oferta de productos o servicios y adaptar sus procesos internos. Por ejemplo, si se detecta una nueva tendencia en el consumo, las microempresas pueden modificar su oferta o su marketing para alinearse con esa

demanda sin la burocracia que a menudo enfrentan las grandes empresas.

GESTIÓN DE LA CALIDAD Y EL SERVICIO AL CLIENTE

Otro aspecto en el que Coca-Cola ha sobresalido es en la gestión de la calidad y el servicio al cliente. La marca ha logrado mantener una relación estrecha con sus consumidores a lo largo de los años gracias a su enfoque en la calidad constante de sus productos. Las microempresas, aunque operen en una escala mucho menor, pueden tomar esta lección y enfocarse en ofrecer un servicio personalizado y de calidad que genere lealtad en sus clientes.

El control de calidad en las microempresas puede abarcar desde la selección rigurosa de proveedores hasta la capacitación constante de los empleados para garantizar que el servicio brindado sea siempre el mejor posible. Además, la atención al cliente es un área donde las microempresas tienen una ventaja natural sobre las grandes empresas, ya que pueden ofrecer una atención más cercana y personalizada.

LA INNOVACIÓN COMO MOTOR DE CRECIMIENTO

La innovación es otro factor clave en el éxito de Coca-Cola. A lo largo de los años, la empresa ha logrado diversificar su portafolio de productos, adaptándose a las necesidades de diferentes mercados. Las microempresas, al estar más cerca de sus clientes y operar en mercados más pequeños, tienen una excelente oportunidad para innovar de manera continua.

Las pequeñas empresas pueden implementar innovaciones no solo en productos, sino también en procesos y métodos de gestión. Por ejemplo, la implementación de tecnologías para automatizar tareas repetitivas, mejorar la comunicación interna o agilizar la distribución de productos puede marcar una gran diferencia en la eficiencia operativa.

CULTURA ORGANIZACIONAL Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL

Aunque Coca-Cola es una empresa enorme, ha logrado mantener una cultura organizacional sólida que impulsa la motivación de sus empleados. Este enfoque en la cultura corporativa es algo que las microempresas también pueden aplicar, ya que los pequeños equipos de trabajo son esenciales para el éxito de estas organizaciones.

Fomentar un ambiente de trabajo positivo, motivar a los empleados y proporcionarles oportunidades de desarrollo profesional son factores que no solo mejoran la productividad, sino que también contribuyen a la creación de un equipo comprometido y dispuesto a aportar al crecimiento de la empresa.

REFERENTES Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Según Kotler, y Keller (2016) las estrategias de marketing, distribución y control que empresas globales como Coca-Cola utilizan para gestionar sus operaciones a nivel local, lo que puede aplicarse al caso de las microempresas que trabajan con la marca.

Mientras que Robbins y Coulter (2018) proporciona un enfoque integral sobre la administración de empresas, incluyendo el control de gestión, planificación y organización en empresas de diferentes tamaños, incluidas las microempresas., por su parte, Miller et al. (1984) anotaban que las grandes empresas (como Coca-Cola) impactan y se relacionan con las pequeñas empresas a lo largo de su ciclo de vida. Puede ofrecerte un marco para entender las dinámicas de la relación entre grandes corporaciones y microempresas. Por su parte, Fletcher y Clark (2006) analizan cómo las pequeñas empresas (como distribuidores de Coca-Cola) operan dentro de los canales de distribución de grandes corporaciones; mientras que Alvarez y Gago (2015) estudian cómo las prácticas de gestión de grandes empresas multinacionales influyen en las microempresas de la región, con un enfoque particular en el sector de bebidas.

En cuanto al manejo de las marcas, Pérez, A. R. (2012) sirve su publicación como una excelente referencia para entender cómo los emprendedores de microempresas gestionan sus recursos y el impacto de las grandes marcas en su estructura administrativa y operativa.

A su vez, Harrison, J y Lock, A. (2009) señalan que el impacto de las relaciones externas de las microempresas, como las que pueden establecer con grandes empresas, y cómo esto afecta sus decisiones estratégicas y administrativas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS SOBRE GESTIÓN DE MICROEMPRESAS Y LA INFLUENCIA DE GRANDES CORPORACIONES

Según Schneider, M y Spiess, M. (2023) analizan cómo las microempresas gestionan sus redes de distribución en colaboración con grandes corporaciones, con énfasis en el impacto de las normas impuestas por empresas multinacionales como Coca-Cola en la gestión administrativa a nivel local. Aporta un enfoque contemporáneo sobre el tema.

Por su parte, Pérez, y García (2022) indagan sobre el impacto de las multinacionales en las prácticas de gestión de microempresas, particularmente aquellas involucradas en la distribución y venta de productos globales. Este artículo puede proporcionar información específica sobre cómo Coca-Cola influye en las microempresas en términos de control de calidad y estándares administrativos.

Mientras que Nassif y Ferreira (2021) se enfocan en cómo las grandes corporaciones, como Coca-Cola, afectan las prácticas administrativas de las microempresas en mercados emergentes, con ejemplos concretos de la industria de bebidas. Examina cómo las microempresas deben adaptarse a las expectativas y normativas de las multinacionales para mejorar su gestión.

Torres y Vázquez (2020) exploran mediante estudio de casos explora cómo las microempresas que distribuyen Coca-Cola implementan siste-

mas de control administrativo para cumplir con los estándares de la empresa matriz, analizando la planificación financiera, el control de inventarios y la relación con los clientes.

A su vez, Martínez y Sánchez (2023) revisan los efectos de las alianzas entre pequeñas empresas y grandes corporaciones, como Coca-Cola, en la eficiencia administrativa de las microempresas. Analiza cómo estas relaciones pueden mejorar la administración interna a través de la capacitación y el acceso a herramientas de gestión.

Mientras que Sánchez y García (2022) estudian cómo las microempresas que venden o distribuyen productos de Coca-Cola se ven obligadas a implementar controles administrativos más estrictos, especialmente en relación con la calidad y la cadena de suministro, debido a las políticas de la corporación.

Otros casos que corroboran el efecto de las grandes en las pequeñas empresas fueron hechos por Zamora, y Rodríguez (2023) en el cual señalan los efectos de las grandes corporaciones en las microempresas a nivel de gestión administrativa. A través del análisis de Coca-Cola y otras multinacionales, el artículo detalla cómo las microempresas tienen que adaptar sus sistemas de control y operaciones para alinearse con las demandas externas.

Hernández y Gómez (2021) analizan cómo las grandes corporaciones, como Coca-Cola, imponen estándares de calidad y operacionales que influyen directamente en la innovación y la gestión administrativa de las microempresas. También se abordan los beneficios y desafíos que enfrentan estos negocios al adaptarse a estos estándares.

Por otra parte, López y Martínez (2023) se centran en cómo las alianzas estratégicas entre grandes corporaciones y microempresas pueden ser clave para mejorar la gestión administrativa, especialmente en términos de organización, control de inventarios, ventas y cumplimiento de normativas. Coca-Cola se presenta como un caso de estudio relevante en este contexto.

Figuroa y Castro (2022) profundizan en las prácticas administrativas de las microempresas que operan como parte de la red de distribución de Coca-Cola, observando cómo las políticas y procedimientos corporativos afectan directamente la estructura administrativa y operativa de estas pequeñas empresas

CONCLUSIÓN

La importancia de Coca-Cola en el control de la gestión administrativa de las microempresas puede verse reflejada en varios aspectos, como la estandarización de procesos, el control financiero, la logística y las estrategias de marketing. Aunque Coca-Cola es una multinacional, sus prácticas afectan de manera significativa a los pequeños empresarios que venden o distribuyen sus productos.

Además, la implementación de normas y procedimientos administrativos por parte de Coca-Cola proporciona a estas empresas herramientas clave para mejorar su eficiencia operativa, aun cuando las microempresas no tengan la capacidad de asumir los costos de infraestructura y personal de las grandes empresas.

El ejemplo de Coca-Cola ofrece una serie de enseñanzas valiosas que las microempresas pueden aplicar en su gestión administrativa. Desde la importancia de los controles financieros y la toma de decisiones basadas en datos, hasta la flexibilidad, la calidad en el servicio al cliente y la innovación constante, todos estos aspectos pueden ser implementados a escala pequeña para lograr un crecimiento sostenible. Aunque las microempresas no cuentan con los recursos de una corporación global, su capacidad de adaptación y su cercanía con los clientes son ventajas que, si se gestionan adecuadamente, pueden llevarlas a alcanzar el éxito en mercados competitivos.

BIBLIOGRAFÍA

Alvarez, L., & Gago, D. (2015). *La influencia de las multinacionales en las prácticas de gestión de pequeñas empresas: El caso de Co-*

ca-Cola en América Latina. Revista de Administración de Empresas, 50(4), 110-122.

Figuroa, C., & Castro, R. (2022). *Prácticas administrativas en microempresas: El impacto de las políticas corporativas de Coca-Cola en la gestión local. Revista Internacional de Administración y Desarrollo*, 19(1), 98-115.

Fletcher, R., & Clark, L. (2006). *The Role of Small Business in the Distribution Channels of Large Companies. International Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 24(2), 179-198.

Harrison, J., & Lock, A. (2009). *Microempresas y su gestión: El impacto de los recursos externos en las decisiones estratégicas. Journal of Small Business Management*, 47(1), 115-137.

Hernández, A., & Gómez, M. (2021). *Innovación en la gestión de microempresas: Impacto de los estándares impuestos por las grandes marcas. Revista de Innovación Empresarial y Pequeñas Empresas*, 12(3), 255-272.

López, D., & Martínez, J. (2023). *El rol de las alianzas estratégicas en el desarrollo administrativo de microempresas: El caso de Coca-Cola y sus distribuidores. Revista de Empresas y Economía Global*, 50(4), 410-429.

Martínez, E., & Sánchez, F. (2023). *Pequeñas empresas y grandes marcas: Los efectos de las relaciones comerciales en la eficiencia administrativa. Journal of Business Research*, 66(5), 631-642.

Miller et al. (1984). *A Longitudinal Study of the Corporate Life Cycle. Management Science*, 30(10), 1161-1183.

Nassif, V., & Ferreira, C. (2021). *La influencia de las grandes corporaciones en el desarrollo de microempresas en mercados emergentes. International Journal of Business and Emerging Markets*, 14(4), 293-308.

Pérez, A. R. (2012). *Emprendimiento y Gestión de Microempresas*. McGraw-Hill.

Pérez, M. A., & García, R. (2022). *La gestión administrativa en las microempresas y su relación con las multinacionales: Impacto de las cadenas de suministro globales*. *Revista Latinoamericana de Administración*, 55(3), 80-98.

Sánchez, P., & García, M. (2022). *Microempresas y control de gestión en el contexto de la globalización: El caso de Coca-Cola*. *Revista de Investigación en Administración y Finanzas*, 41(6), 275-290.

Schneider, M., & Spiess, M. (2023). *Managing Small Business Networks in the Era of Global Corporations: The Role of Multi-Channel Distribution Systems*. *Journal of Small Business Management*, 61(2), 331-350.

Torres, L. M., & Vázquez, J. R. (2020). *El control y la administración en las microempresas: Casos de estudio de empresas colaboradoras con Coca-Cola*. *Revista de Gestión Empresarial*, 38(2), 145-160.

Zamora, L., & Rodríguez, J. (2023). *La relación de las microempresas con las multinacionales: Efectos en la gestión administrativa y las normativas operativas*. *Revista de Estudios Empresariales*, 42(1), 73-88.