

## Análisis de una empresa: Coca Cola



### INTRODUCCION

El presente proyecto de investigación consiste en el análisis empresarial de una de la empresa más grande mundialmente y mayormente conocidas: Coca Cola. En el mismo, se considerarán aspectos tales como las estrategias que utiliza, conectándolas con su historia, y su relación con determinados hechos y factores, tales como sucesos mundiales relevantes y otros ámbitos ajenos al del genérico en sí.

También se presentarán las actitudes publicitarias auténticas y las estadísticas de consumo a nivel mundial, apoyándolas con los resultados de encuestas realizadas, con el fin de llevar la investigación al campo de la realidad en contacto con los consumidores reales de la gaseosa.

Este trabajo tiene como finalidad dar a conocer la forma en que se realiza un análisis de una empresa. Estos aspectos que se han investigado, tales como la visión, misión y demás son los pilares fundamentales para la clave del éxito empresarial.

### COCA COLA

#### Historia y Antecedentes

El producto Coca-Cola se originó el 8 de mayo de 1886, en el laboratorio del doctor John Pemberton, en la ciudad de Atlanta (Georgia) USA. Allí se produjo por primera vez el jarabe de Coca-Cola, el cual mezclado luego con agua carbonatada, fue puesto a la venta como una bebida de fuente de soda. Los primeros anuncios publicitarios, en la prensa local, pintados a mano, destacando las dos "C" iniciales de Coca-Cola, fueron ideados por Frank Robinson, socio y contador del Dr. Pemberton. Se remontan a esos años los eslóganes sobre el exquisito refresco, destacando sus cualidades "deliciosa y refrescante" e invitando a consumirla: "Tome Coca-Cola".

Aunque las ventas del producto fueron creciendo, en 1888, el doctor Pemberton vendió los derechos sobre el producto al señor Asa G. Candler, un hombre de negocios que pronto se convirtió en el dueño de la compañía. Junto con su hermano y el antiguo socio Frank Robinson, Asa G. Candler constituyó una corporación que llamó "The Coca-Cola Company".

Gracias a un programa continuo de promociones y concursos, las ventas del producto aumentaron no solo en Atlanta sino también en muchísimas fuentes de soda del territorio de Estados Unidos. En 1894, por la creciente demanda del líquido, se inició la producción de envase de vidrio, que lleva grabado el logotipo de Coca-Cola. En los años siguientes, se abrieron varias fábricas embotelladoras, sucursales de la principal de Atlanta, en todo el territorio de Estados Unidos. En los 20 años siguientes se pasó de las primeras dos plantas a 1000 embotelladoras. En los primeros años de este siglo, Coca-Cola comenzó a venderse en Canadá y luego en una fuente de soda en Londres, más tarde en Puerto Rico y Cuba, y en 1940 en Colombia.

En la actualidad Coca-Cola se disfruta en más de 155 países alrededor del mundo.

En 1919 Asa G. Candler vendió "The Coca-Cola Company" a Ernest Woodruff. Cuatro años más tarde, le sucedió en la dirección de la compañía, su hijo Robert Woodruff.

Con Robert Woodruff, inicia para Coca-Cola Company una era de extraordinaria expansión

A partir de 1950, además de ofrecer a los consumidores una gran variedad de empaques para Coca-Cola, la compañía introdujo nuevas marcas de bebidas gaseosas. Primero la línea de sabores Fanta, luego Sprite, posteriormente Tab y otros que no se comercializan en todos los países. La introducción de Coca-Cola Diet en Estados Unidos fue en 1989.

## Misión

- Refrescar al mundo en cuerpo, mente y alma.
- Inspirar momentos de optimismo a través de las marcas y acciones, para crear valor y dejar su huella en cada uno de los lugares en los que operamos.

La filosofía es impulsada por el deseo de atraer y satisfacer la demanda de los consumidores, generar consistentemente valor económico para los accionistas, así como un mayor desarrollo social. A través de los años hemos sintetizado su filosofía en una simple misión: "**Generar valor económico y social a través de empresas e instituciones**".

## Visión

- Maximizar el retorno a los accionistas, sin perder de vista la totalidad de sus responsabilidades.
- Ser un excelente lugar para trabajar, en donde nuestro personal se inspire para dar lo

mejor de sí.

- Ofrecer al mundo una cartera de marcas de bebidas que se anticipan y satisfacen los deseos y las necesidades de las personas.
- Formar una red de socios exitosa y crear lealtad mutua
- Ser un ciudadano global, responsable, que hace su aporte para un mundo mejor.

## Políticas y Objetivos

La empresa es operada con una visión de largo plazo. Su meta es generar consistentemente un crecimiento rentable y fortalecer su posición como una de las empresas de consumo líderes en América Latina.

Con base a lo anterior, las políticas de Coca Cola consiste en:

1. Desarrollar el negocio de bebidas de una manera rentable, que permita maximizar el valor para los accionistas.
2. Fortalecer los recursos financieros y humanos para incrementar el valor de las marcas, aprovechar las oportunidades de mercado, crear nuevas oportunidades, así como estimular y satisfacer la demanda de los consumidores.
3. Y capitalizar las sinergias y fortalezas existentes en la estructura corporativa.

De esta forma, nuestro esquema de negocios busca brindar un mejor servicio a los consumidores y clientes, generar valor para los accionistas y contribuir al desarrollo de las comunidades a la cual sirve.

Sus objetivos son:

- Abastecer de todos sus productos y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores.
- Maximizar el crecimiento y la rentabilidad con el fin de crear valor para los accionistas e incrementar las ventas.
- Impulsar la innovación a lo largo de las categorías de productos.
- Ofrecer beneficios a los accionistas y aumentar la cuota de mercado.

## Estructura organizativa

El organigrama que encontramos de la Coca Cola es de tipo general ya que nos demuestra los componentes más representativos de la organización hasta determinado nivel jerárquico, según su magnitud y características.

Según la forma del mismo es de tipo vertical ya que presentan las unidades ramificadas de arriba abajo a partir del titular, en la parte superior, y desagregan los diferentes niveles jerárquicos en forma escalonada.

**PRESIDENTE**

vicepresidente

Vicepresidente de marketing

Vicepresidente de producción

Vicepresidente de financiero

Gerente de ventas

Gerente de publicidad

Gerente de mercado

Gerente de Ingeniería

Gerente de contabilidad

Gerente de tesorería

Gerente industrial

Gerente de control de calidad

Jefe de mantenimiento de mercado

Jefe de recursos e insumos

Supervisor de laboratorios

Supervisor de procesos

Supervisor de calidad

Técnicos

Citadores

Los niveles jerárquicos que comprenden esta empresa son:

- 1. Gerente regional**
- 2. Administración de ventas**
- 3. Informática**
- 4. Calidad**
- 5. Sistema de servicio al consumidor**
- 6. Secretaria**
- 7. Área comercial**

- Servicios de marketing
- Proyectos especiales
- Distribución

**8. Área Administrativa y finanzas**

- Contabilidad
- Tesorería
- Almacenes
- Adquisiciones
- Portería
- Expedición

**9. Área de producción**

- Línea
- Mantenimiento
- Sala de Jarabe
- Sopladora

**10. Área de Recursos Humanos**

- Personal
- Bienestar Social
- Seguridad Ocupacional

La estructura organizativa, consistió en los siguientes segmentos operativos, el primero de los cuales seis se refieren a veces como "grupos operativos" o "grupos": Eurasia y África, Europa, América Latina, América del Norte, del Pacífico; inversiones en el embotellado, y Corporativos.

La administración de Coca Cola recae en un consejo de administración y en nuestro director general. Los estatutos de la compañía establecen que el consejo de administración estará integrado por 21 consejeros nombrados por la asamblea anual ordinaria de accionistas, por periodos prorrogables de un año. Nuestro consejo de administración consta actualmente de 19 consejeros y de 18 consejeros suplentes.

Los consejeros son electos de la siguiente manera: 13 consejeros y sus respectivos consejeros suplentes son designados por los accionistas de la Serie A votando como una clase; cuatro consejeros y sus respectivos consejeros suplentes son elegidos por los accionistas de Serie D votando como una clase; y 3 consejeros y sus respectivos consejeros suplentes son elegidos por los accionistas de la Serie L, votando como una sola clase. Los consejeros sólo pueden ser electos por la mayoría de los accionistas de las series correspondientes votando como una clase.

Funciones y actividades (relaciones comerciales nacionales e internacionales)

Comercialización de bebidas carbonatas más populares internacionalmente. En algunos países de Centroamérica está representada por Grupo FEMSA que se encarga del embotellamiento y logística de sus productos.

Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V ("KOF") opera en 10 países y según la clasificación de empresas por tamaño genera más de 200 empleos. Los lugares donde la Coca Cola opera son:

- **Valle de México:** Comprende el área metropolitana de la Ciudad de México, incluyendo gran parte del adyacente estado de México.
- **Sureste de México:** Comprende los estados de Tabasco y Chiapas y parte de los estados de Oaxaca y Veracruz.
- **Centroamérica:** Comprende los países de Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.
- **Sudamérica:** Comprende los países de Venezuela, Colombia, Brasil y Argentina
- **Sureste Asiático:** Comprende el país de Filipinas

Coca-Cola se internacionalizó durante la Segunda Guerra Mundial. A petición del gobierno estadounidense, la Coca-Cola Cia, se comprometió a hacer disponible a 5 centavos de dólar por botella (el precio normal de EE.UU. en ese momento) a cualquier soldado estadounidense en cualquier parte del mundo. Con la ayuda del gobierno, Coca-Cola creó las plantas donde estaban estacionados los soldados estadounidenses. Con esa ventaja, Coca-Cola estableció una presencia dominante en los mercados internacionales (El hecho de que durante muchos

años Pepsi a centrado muy poco en los mercados internacionales) A partir de 1999, las cuotas de mercado de Coca-Cola Cia. y Pepsi Co. en los países seleccionados fueron los siguientes: Coca Cola Pepsi EE.UU. 44% 31% Canada 39% 35% México 70% 19% Germany 56% 8% South Africa 97% 0% China 34% 16% India 56% 44%.

Uno de los grandes recursos de la empresa (sino el más importante) son sus marcas. Y para mantenerlas, The Coca-Cola Company ha sido uno de los precursores de la publicidad a gran escala y hoy en día invierte grandes sumas de dinero en todo el mundo para grabar su marca y la imagen de producto de calidad en la conciencia de la gente.

## Publicidad

Es casi probable que no exista en el mundo, lugar donde la marca Coca-Cola no sea popular y reconocida. Evidentemente hablamos de una de las marcas globales más importantes del mundo. Desde su creación por John Pemberton en 1886, Coca-Cola y su famosa fórmula secreta sobre la cual tampoco faltan leyendas urbanas, se ha convertido en todo un símbolo. El de una marca que ha sabido diferenciarse creando tras de sí todo un mito y una leyenda de la mercadotecnia.

Coca-Cola a lo largo de su historia a hecho un sin fin de publicidades por todos los medios de comunicación, actualmente la mayor cantidad la realiza por televisión, en segundo lugar los carteles en las calles, tercer lugar diarios y revistas y cuarto lugar anuncios por radio. Coca cola desde sus inicios a tomado como estrategia publicitaria apelar a los sentimientos del consumidor Intentando marcar tendencias en la sociedad para estar presente en la conciencia del consumidor y así poder modificar y adaptar los hábitos de consumo hacia Coca Cola Como un producto de vida sana, la amistad, el placer, el deporte, los buenos recuerdos, la superación personal y la felicidad.

El mundo del Marketing y la Publicidad, Coca-Cola es sin duda una de las marcas más activas, creativas e innovadoras. Una marca pionera que siempre ha estado abanderando las vanguardias de las más novedosas tendencias publicitarias y estrategias de marketing.

Desde la publicidad exterior, a sus éxitos publicitarios en televisión o su ilimitado y extenso merchandising demuestran la gran apuesta de una de las marcas que más dinero invierte en publicidad a nivel mundial. Por supuesto no podía fallar a la cita con las redes sociales donde la marca es seguida por millones de fans. En Twitter, Coca-Cola fue una de las marcas pioneras en apostar por los "Tweets patrocinados" superando los 85 millones de impresiones de anuncios durante las primeras 24 horas de su campaña.

Pero sin duda, lo que en los últimos tiempos está caracterizando y diferenciando a Coca-Cola, es su fuerte apuesta por el Brand Content, y la generación de contenidos y experiencias de marca donde los consumidores son los auténticos protagonistas. Con ello la marca Coca-Cola, se ha transformado para convertirse en un icono de nuestra cultura que adopta y recurre a grandes valores como la emoción, la felicidad o las razones para vivir, para transmitir sus

mensajes.

Por ello, hemos pensado que la mejor forma de conocer la filosofía y su labor publicitaria, es destacando algunos de los mejores contenidos de una marca que seguro no te dejarán indiferente. Y como decía aquel eslogan de los 80, Siempre Coca-Cola! la marca más creativa que el Marketing y la Publicidad conocieron.

Los anuncios de Coca-Cola siempre se caracterizan por la polémica que causan. Estos spots se caracterizan por incluir alguna música pegadiza, un mensaje profundo o, simplemente, por su larga duración. Por ejemplo, algunos de los spots de Coca-Cola más conocidos son:

- 1960: "La pausa que refresca"
- 1975: "La chispa de la vida"
- 1979: "Una Coca-Cola y una sonrisa"
- 1982: "¡Coca-Cola es así!"
- 1988: "Es sentir de verdad"
- 1993: "Siempre Coca-Cola"
- 2000: "Disfruta Coca-Cola"
- 2001: "Para todos"
- 2002: "Despedido"
- 2004: "Del Pita Pita Del"
- 2006: "Estamos juntos" (Mundial de Fútbol 2006)
- 2006: "Insultos"
- 2007: "Generación de los 80"
- 2007: "La fábrica de la felicidad"
- 2007: "Lola"
- 2008: "Estrellas fugaces"
- 2009: "Hoy quiero" (versión latinoamericana de "Lola")
- 2010: "Destapa la felicidad"
- 2011: "Hay razones para creer en un mundo mejor"
- 2012: "Héroes"
- 2014: "Estamos juntos"

Coca-Cola también tiene una tradición de publicidad usando a Santa Claus, que generalmente se muestra cumpliendo sueños en Navidad y al final tomando la gaseosa como recompensa. Utilizó innumerables estrategias publicitarias planeadas cuidadosamente para superarse y expandir su mercado. Por más que se encuentre en su mejor momento, siempre aspiró a más y ese es uno de los puntos claves de su éxito.

Esta empresa su principal medio de promoción es a través de comerciales de televisión. Algunos otros pero no menos importantes son el Internet, promoción en centros comerciales, en tiendas, y esto puede ser desde micro tiendas a macro tiendas, etc. También cabe mencionar que es una de las empresas con mayor publicidad en Latinoamérica, además de que su publicidad es una de las de mayor calidad y creatividad.

El papel del departamento de Mercadeo de Coca-Cola es crear, innovar y aplicar nuevas



formas de vender muchos más productos, pero además se quiere lograr una verdadera cooperación, fidelidad y eficiencia de los canales de distribución.


## Productos y Servicios

The Coca-Cola Company es verdaderamente enorme. Esta empresa produce más de 4000 productos como refrescos, aguas, jugos, té y cafés en todo el mundo, y vende 4 de las 5 marcas de refrescos más vendidas en todo el mundo: Coca-Cola, Coca-Cola Light, Fanta y Sprite en más de 200 países de todo el mundo, y sólo el año pasado generó más de 45.000 millones de dólares.

En Coca-Cola, la calidad y la seguridad alimentaria son la piedra angular de su éxito, porque son una parte integral del legado y fiel reflejo de su lema "*Producto perfecto, de confianza en cualquier parte*". Por ello, la implantación de procesos que garanticen la calidad y seguridad alimentaria de las bebidas es una de las prioridades fundamentales de la Compañía y embotelladores.

Así pues, todos los embotelladores tienen implantado un Sistema de Gestión de la Calidad conforme a los requisitos de la norma internacional ISO 9001 y un Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria conforme a la norma internacional ISO 22.000 cumplimentada con el PAS 220 en todos sus centros productivos.

Además de **Coca-Cola**, *Coca-Cola Light* y *Coca-Cola Zero* hay otros variantes:

Nombre	Año	Salida del mercado	Información	Imagen
Coca-Cola Cherry	1985		Basada en la mezcla de jarabe de cereza y <b>Coca-Cola</b> , fue probada en 1982 y lanzada mundialmente en 1985, aunque no está disponible en varios países. Años más tarde se lanzó <i>Coca-Cola Cherry Zero</i> .	
Coca-Cola Lemon	2001	2005	Tiene el sabor de la <b>Coca-Cola</b> con el agregado del sabor a limón.	
Coca-Cola Vainilla		2002	2005	Fue introducida

					en Estados Unidos en 2002 y luego llevada a otros países. En 2006 fue retirada del mercado estadounidense y reemplazada por la <i>Coca-Cola Black Cherry Vanilla</i> .	
			2007		Fue reintroducida en el mercado, en junio de 2007, por petición popular.	
Coca-Cola C2	2004		2007		En el año 2004, quizás en respuesta a la creciente popularidad de la dieta baja en carbohidratos, <b>Coca-Cola</b> anunció su intención de desarrollar y vender una alternativa baja en carbohidratos, apodada <i>Coca-Cola C2</i> .	
Coca-Cola with Lime	2005				Fue introducida en América en el primer cuatrimestre de 2005. Tiene el	

Coca-Cola Raspberry	2005	2005	sabor de la <b>Coca-Cola</b> con el agregado del sabor a lima. Fue introducida en Nueva Zelanda el 1 de junio de 2005 y fue descontinuada hacia fines del mismo año.
Coca-Cola M5	2005		Sólo está disponible en Bosnia y Herzegovina, Alemania, Italia, España, México y Brasil.
Coca-Cola Black Cherry Vanilla	2006	2007	Fue reemplazada, en junio de 2007, por la Coca-Cola Vainilla por petición popular.
Coca-Cola Bl?k	2006		Es un refresco que mezcla el sabor de <b>Coca-Cola</b> con el del café. Fue introducido por la compañía en Francia a principios de 2006 y en Estados Unidos el 3 de abril del mismo año.
Coca-Cola Citra	2006		Sólo está disponible en Bosnia y Herzegovina, Nueva Zelanda y Japón.
Coca-Cola Light Sango	2006		Sólo está disponible en Francia y Bélgica.
Coca-Cola Orange	2007		Fue la primera Coca-Cola sabor



Coca-Cola Life 2013

naranja. Sólo está disponible en el Reino Unido. Coca-Cola endulzada naturalmente con extractos de stevia. Sólo está disponible en Argentina, Uruguay y Chile.



Nuestro amplio y poderoso portafolio de marcas de bebidas soporta nuestra posición en el mercado y satisface los gustos de los consumidores en 9 países de América Latina.

**Coca-Cola FEMSA**





Es el embotellador más grande de bebidas marca registrada Coca-Cola en Latinoamérica, representando aproximadamente el 40% del volumen de ventas en Latinoamérica y el segundo más grande a nivel mundial, en función al volumen de ventas de 2003.

Coca-Cola FEMSA vende principalmente bebidas, de las cuales produce Coca-Cola, Sprite, Fanta, Lift y otros productos de marcas de The Coca-Cola Company en México (una parte importante del centro de México, incluyendo la ciudad de México y el Sureste de México), Guatemala (la ciudad de Guatemala y sus alrededores), Nicaragua (todo el país), Costa Rica (todo el país), Panamá (todo el país), Colombia (la mayoría del país), Venezuela (todo el país), Brasil (São Paulo, Campiñas, Santos el estado de Mato Grosso do Sul y parte del estado de Goias) y Argentina (capital federal de Buenos Aires y sus alrededores), además de agua embotellada, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios.

Coca Cola es una de las empresas con más trayectoria en el mercado de las bebidas gaseosas; además en cuanto a sus canales de distribución, es conocida por llegar a todos lados del mundo, incluso a los lugares más aislados, lejanos, inclusive donde no existen carretera. Los canales de distribución de Coca Cola es más que camiones distribuyendo el producto. Para la distribución Coca Cola utiliza se usan canales convencionales directos e indirectos; dentro de los canales directos podemos encontrar: preventa, auto venta, televenta, supervisores y supermercados. Los canales indirectos lo componen: mayoristas, detallistas, autoservicios, tiendas, foráneos. Los canales directos son apoyados con promociones, cuotas de ventas en unidades y porcentaje, concursos, etc.; mientras que los canales indirectos tienen algunos de estos incentivos con algunas variaciones con apoyo en el punto de venta y lo que esto acarrea. Los pedidos se almacenan mediante aparato electrónico llamado HandHelp, y esta es la función de los preventistas.

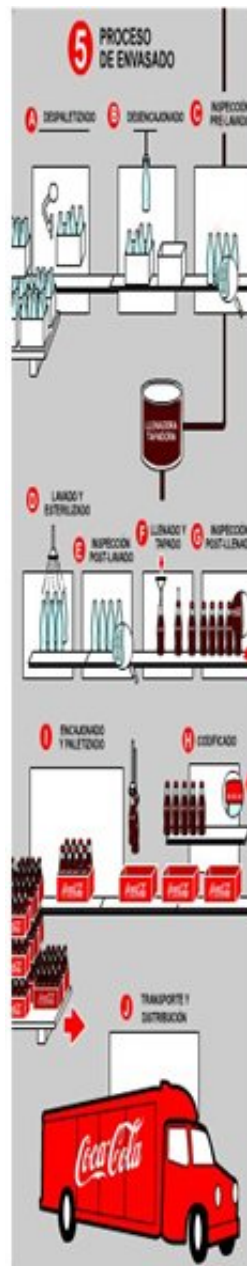


## Proceso de Producción

- Proceso 1. Tratamiento de Agua: **El agua tratada en la fase anterior es mezclada con azúcar** en cantidades adecuadas en función de la fórmula obteniendo así el **jarabe simple**, el cual es pasterizado y filtrado **eliminando así cualquier impureza o contaminación microbiológica**.
- Proceso 2. Elaboración de jarabe terminado: Al jarabe simple se le agrega

el **concentrado** (definido para cada fórmula), el cual es **proporcionado por The Coca-Cola Company**.

- Proceso 3. Elaboración de la bebida terminada: **El Agua Tratada y el Jarabe Terminado, se dosifican en proporciones adecuadas en un depósito de mezcla. La bebida sin gas (agua-Jarabe) es impulsada por una bomba al carbonatador** donde la bebida obtiene su toque final de carbonatación (en caso de tratarse de bebidas carbonatadas). En este punto la bebida es ya considerada **Bebida Terminada** y es enviada directamente a la llenadora.
- Proceso 4. Proceso de Envasado: El proceso de envasado está compuesto por los siguientes pasos:



1. **Despaletizado:** Las cajas con botellas vacías provenientes del mercado son colocadas

en una cinta transportadora de cajas.

2. **Desencajonado:** Las cajas con botellas vacías pasan por una desencajonadora, la cual extrae las botellas de la caja y las coloca en una cinta transportadora. Aquí se unirán, cuando sea necesario, con aquellas botellas nuevas provenientes del proveedor de vidrio (las cuales habrán pasado por un control de recepción exhaustivo que confirma su aptitud para contener nuestras bebidas).
3. **Inspección Pre-lavado:** El operario de la lavadora realiza un control visual de botellas donde retirará todas aquellas que estén defectuosas, sean de otro modelo diferente al que se está llenando, estén muy sucias o con objetos en el interior de difícil extracción, o estén dañadas.
4. **Lavado de botellas:** Se realiza en una lavadora de botellas con agua caliente y sosa caústica a una concentración adecuada y controlada. Las botellas son **enjuagadas a presión con agua fresca** para obtener una botella limpia.
5. **Inspección Post-Lavado:** Cada botella que sale de la lavadora es inspeccionada por sofisticados **inspectores electrónicos** para asegurar que está limpia, sin objetos extraños en el interior y en perfectas condiciones para ser llenada.
6. **Llenado y Tapado:** Las botellas pasan a la **llenadora**, donde inmediatamente después son taponadas con un **tapón hermético** para que la bebida pueda conservar sus características organolépticas durante toda su vida útil.
7. **Inspección de Post-Llenado:** Las botellas llenas y perfectamente tapadas son inspeccionadas para **verificar que el nivel de llenado y contenido neto cumplen con lo especificado en los estándares de TCCC** y la legislación aplicable vigente.
8. **Codificado:** Una vez que se ha llenado el envase, éste es **codificado** en forma automática con la **fecha de consumo preferente, línea de producción y día y hora de llenado**.
9. **Encajonado y Paletizado:** Las botellas ya llenas e inspeccionadas pasan por una encajonadora donde son colocadas dentro de las cajas. Estas cajas son posteriormente **dispuestas en el palet**.
10. **Almacenaje:** Los palets son identificados y codificados y posteriormente son **apilados ordenadamente protegidos bajo techo**, a la espera de ser distribuidos por los camiones.
11. **Transporte y Distribución:** Los palets son cargados en los camiones para ser distribuidos a los clientes.
12. **Control de calidad:** Para poder garantizar la máxima calidad de nuestros productos, cada fase del proceso productivo, así como la recepción de ingredientes y envases primarios, es inspeccionada y controlada meticulosamente para asegurar el cumplimiento en todo momento con los estándares de Calidad y seguridad alimentaria de The Coca-Cola Company. Además, una vez puestos los productos en el mercado, TCCC ha implantado un sistema de monitoreo de la calidad de nuestros productos a través de un programa de muestreo y análisis de pámetros tanto organolépticos como fisicoquímicos definidos para cada producto terminado puesto en el mercado.

The Coca-Cola Company dispone de un Servicio de Atención al consumidor en la sede central de Madrid, a través del cual se mantiene una constante comunicación directa con los consumidores, contribuyendo de este modo en el proceso de mejora continua de nuestro sistema.



## CONCLUSION

La empresa Coca Cola siempre está buscando nuevas ideas para mantenerse en el mercado y mantener su competitividad por ello le da significativo apoyo a los canales de distribución, estimula sus vendedores mediante premiaciones, promociones y otros; al igual que a los clientes apoyándole en actividades, para así estimular las ventas. Además con esto consiguen que los clientes mantengan la compañía dentro de la competitividad, ya que obtienen la mayor información de estos y muchas veces ponen la compañía en atención para nueva forma de distribución, ayudan también con información a la fuerza de venta informando sobre los productos de la competencia.

Se puede decir que Coca-Cola se ha ganado a pulso la posición que tiene en el mercado, no solo por ser la pionera sino más bien por mantener una estrategia de marketing coherente a lo largo del tiempo y llegando así a los valores que todos conocemos; Coca-Cola es una marca que siempre ha estado vinculada a los consumidores y no por ello puede dejar de seguir desarrollando nuevas acciones de marketing: innovando y ampliando el portfolio de productos; no olvidemos que los consumidores son cada vez más exigentes y en el mercado cada día hay más competencia.

## BIBLIOGRAFIA

- <http://www.monografias.com/trabajos61/coca-cola-publicidad/coca-cola-publicidad2.shtml>
- <http://www.buenastareas.com/ensayos/Coca-Cola/23092.html>
- <http://www.cedesko.com.mx/#url>
- [www.femsa.com](http://www.femsa.com)
- <http://www.monografias.com/trabajos87/coca-cola-microeconomia/coca-cola-microeconomia.shtml#ixzz32gM7nbtq>
- <http://cocacola98.blogspot.com>
- <http://www.monografias.com/trabajos93/coca-cola-company/coca-cola-company.shtml>