



Nombre de alumno: Francisco Guzmán Rueda

Nombre del profesor: Lic. Yesenia Ballinas Toledo

Nombre del trabajo: Análisis y formulación de estrategias

Materia: Administración estratégica

Carrera: Contaduría pública

Grado: séptimo cuatrimestre

Ocosingo Chiapas a 06 de diciembre de 2020.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo contiene el análisis y la descripción referente a su giro, modelo de negocio y como opera la empresa Coca-Cola, así como las características de los productos que ha posicionado en el mercado, sus estrategias de ventas que ha permitido entregar sus productos hacia el consumidor final.

Así mismo; se pretende demostrar la descripción de la empresa de manera general, a cerca de la actividad principal a la que se dedica y cuál es su impacto en la sociedad, desde su creación hasta hoy en día.

También se considera, la descripción de su trascendencia y la importancia que lo ha caracterizado como una empresa multinacional por expandir sus ventas en todos los países del mundo.

La finalidad de este análisis, es para realizar un planteamiento y descripción de una estrategia de negocios que permita contribuir al aumento de su nivel de eficiencia, así mismo; en el incremento de sus ventas para obtener mayor rentabilidad.

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa The Coca-Cola Company originaria de Atlanta Georgia, Estados Unidos estableció su producto en el mercado el 8 de mayo de 1886 (134 años).

Su giro de la compañía, es la producción de un concentrado que luego vende a varias empresas embotelladoras licenciadas, las cuales una vez adquirido el producto, mezclan el concentrado con agua filtrada y edulcorantes para, posteriormente, vender y distribuir la bebida en latas y botellas de plástico o de vidrio en los comercios.

El tamaño de la empresa, se caracteriza por su magnitud y se ha considerado de nivel multinacional con modelo de negocio en operaciones internacionales en la venta de sus productos, ofreciéndole a las personas; más bebidas que desean incluyendo opciones bajas en azúcar y sin azúcar en diferentes y llamativas presentaciones y capacidades disponibles, logrando distribuirse por todos los países del mundo a través de sus colaboradores.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE OFERTA

Coca-Cola, es una bebida gaseosa y refrescante, los ingredientes que contiene son una combinación de extractos de hojas de coca y nuez de cola, agua, azúcares y extractos saborizantes de naranja, limón y vainilla; concentrado que se convierte en una marca de bebida más vendida en el mundo.

Con sus diferentes presentaciones en latas, envases de vidrio y plástico, cuyo diseño sigue siendo de exclusividad para el producto en casi todas las formas en las que se han ofrecido, además del color rojo predominante en sus etiquetas, gracias a su estilizada botella presentada en el año 1915 con el grafico vectorial que aparece en los tapones de las botellas.

También existen variantes de productos fabricada por la misma empresa, como la Coca-Cola Light, Coca-Cola Zero que se distinguen por sus bajos niveles en concentrados de azúcares.

PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS

Implementar la publicidad de sus productos en los medios de comunicación, ya sea en transportes o edificios o en los mismos productos, fomentando los valores y creencias de cada cultura y país.

Así como, conservar el sabor del producto y la implementación en la modernización y estética de sus presentaciones, pero conservando la originalidad de sus características en cuanto a color y logotipo, para persuadir y atraer a sus clientes y así elevar el nivel de ventas.

CONCLUSIÓN

De acuerdo al análisis realizado, a cerca de las operaciones que realiza dicha compañía; ha sido posible comprender que sus estrategias de negocio, son la clave fundamental que ha contribuido a ser exitoso en sus niveles de ventas en el mercado, conservando a sus clientes potenciales, y atrayendo a futuros clientes.

Mismos que han permitido, lograr mejores niveles de rentabilidad; y desarrollo de sus actividades estratégicas en la oferta y demanda de sus productos en todos los países, transformándose en una empresa competitiva a nivel mundial.