



LA MOTIVACION:

...Uno de los secretos del talento humano en la Fórmula Mágica de Coca Cola...

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Elaborado Por: Moreno Romero Jorge,
Rincón Ramírez Gina y,
Triana Peña David

RESUMEN

La administración del Talento Humano consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también el control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez como el medio que permite a las personas que colaboran en ella, alcanzar los objetivos individuales relacionados directamente o indirectamente con el trabajo.

ABSTRACT

Human Resource Management involves the planning, organization, development and coordination, as well as control techniques, capable of promoting the efficient performance of staff, while the medium that allows people who work in it to achieve the individual goals related directly or indirectly with the work.

Una de las áreas más importantes y relevantes en cualquier empresa u organización sin importar el tamaño de la misma, es el departamento gestión humana, también llamado talento humano o recursos humanos.

INTRODUCCION

El talento humano es que hace que las organizaciones funcionen. Son ellos los encargados de controlar la calidad, diseñar, producir, distribuir los productos y servicios, así como de establecer sus objetivos y estrategias. Sin gente eficiente es imposible que una organización logre sus objetivos.

Con la experiencia vivida en Estados Unidos podemos identificar que en Coca-Cola no ven al empleado como un generador de gastos, al contrario, lo ven como un activo que genera grandes rendimientos para la empresa. En contraste, existen empresas en Colombia, que ven al empleado como un gasto y reducen los gastos de personal con malas prácticas, como por ejemplo:

- Bajos salarios

- Disminución en capacitación
- Evasión de impuestos (no pago de parafiscales)

Por lo tanto en las empresas donde se realizan malas prácticas de gestión humana, se genera un deficiente clima organizacional, generando así dificultad para alcanzar los objetivos corporativos.

El contenido de este artículo, surge de un minucioso proceso de acopio de información, análisis, consulta y reflexión realizado en Coca-Cola, con la finalidad de plantear de manera clara y concreta, los valores, misión, visión, principios de actuación y comportamientos clave que conforman los fundamentos de su cultura organizacional. El talento humano de Coca-Cola, en especial, es un activo de la empresa, una parte fundamental del patrimonio que se debe cuidar y hacer productivo cada día. Es algo que los hace diferentes de los demás a la vez que los integra y les da solidez. De igual modo, es la manera en la que se trabaja, crece y avanza, una expresión muy profunda de lo que son.

| | | |
|----|---|-----------|
| 1 |  | \$70,605m |
| 2 |  | \$47,463m |
| 3 |  | \$45,812m |
| 4 |  | \$39,135m |
| 5 |  | \$38,320m |
| 6 |  | \$38,197m |
| 7 |  | \$33,214m |
| 8 |  | \$31,082m |
| 9 |  | \$30,044m |
| 10 |  | \$28,665m |

Best Global Brands 2012, Brand Finance specializes in Brand Valuation and the valuation of Intangible Assets

MISION Y VISION

La misión es el propósito básico, el objetivo más importante que persigue Coca-Cola Femsa a largo plazo. Sin una misión clara y concreta difícilmente se lograría un auténtico espíritu de equipo; esa mística que solo es posible cuando se cuenta con un propósito común. La misión expresa la razón de ser de esta organización:

Satisfacer y agradar con excelencia al consumidor de bebidas

No hay organización perdurable sin una visión compartida. La visión es expresión de la forma como el líder ve a la organización en el futuro, es una descripción amplia de las características más importantes de la empresa como queremos que sea en un mediano plazo. En otras palabras, es un

enunciado del estado al que queremos llevar a la organización, de lo que aspiramos ser:

Ser el mejor embotellador del mundo, reconocido por su excelencia operativa y la calidad de su gente.

COCA COLA – UN EQUIPO GLOBAL

Coca-Cola se basa en dos principales activos, sus marcas y su gente. Eso es lo que hace que el talento humano en Coca-Cola sea uno de los mejores del mundo. Coca-Cola busca que el empleado no sienta que es un día mas de trabajo en sus instalaciones como; oficina, fabrica, puntos, entre otros, Coca-Cola busca que esas instalaciones se conviertan en un lugar de exploración, de creatividad, de crecimiento tanto personal como profesional, se basan siempre en la motivación del empleado, para que siempre este inspirado y motivado para lograr cosas extraordinarias en su lugar de trabajo. La mezcla perfecta para Coca-Cola es la combinación de talentos, habilidades, conocimientos, experiencia y los mas importante es que la compañía es consiente que sin los empleados no son lo que hoy en día es Coca-Cola en el mundo.



Grupo de Estudiantes Uniminuto; Admisitración de Empresas, Coca Cola Atlanta (Georgia), Enero 2012

MOTIVACION A SUS EMPLEADOS

Retener el recurso humano es uno de los grandes retos que asume Coca-cola que ven en su gente, el insumo principal para generar valor. Entre las estrategias que han implementado, tenemos:

- ✓ **Promover un buen clima laboral:** A través de fortaleciendo la cultura empresarial, la comunicación, realizar planes de mejoramiento para los diferentes factores que comprenden el clima laboral.
- ✓ **Ofrecer oportunidades de desarrollo:** Establecer planes de carrera para ofrecer la posibilidad de ascender a mejores cargos para el personal con mejor desempeño, brindar nuevos aprendizajes, oportunidades para exponer y fortalecer sus competencias y asumir mayores responsabilidades.
- ✓ **Desarrollar a los líderes:** Los jefes inciden en un 70% de clima laboral de sus equipos, además de ser influyentes en la definición y logro de las estrategias de las empresas, por ello se invierten recursos en capacitación y desarrollo de las competencias de liderazgo.
- ✓ **Implementar un Sistema de Compensación Integral:** No solo es ofrecer salarios competitivos, sino recompensar el desempeño superior a través de ofrecer incentivos o pago de compensación variable por resultados acordes a las necesidades de los empleados.
- ✓ **Programas de Bienestar:** Establecer políticas orientadas a mejorar la calidad de vida del personal, como mayor

flexibilidad horaria, teletrabajo , banco de tiempo, permisos especiales, actividades que involucren a la familia del trabajador, entre otros, contribuyen a lograr un balance positivo entre el trabajo y su vida personal.

“El trabajo es más que un lugar al que ir todos los días. Debe ser un lugar de exploración, la creatividad, el crecimiento profesional y las relaciones interpersonales. Se trata de estar inspirado y motivado para lograr cosas extraordinarias. Queremos que nuestra gente a sentirse orgullosos de su trabajo y en la construcción de las marcas de amar a los demás. Después de todo, es la combinación de talentos, habilidades, conocimientos, experiencia y pasión de nuestro pueblo que nos hacen ser quienes somos.

Nuestros 139.600 empleados en todo el mundo viven y trabajan en los mercados que servimos - 50 por ciento de ellos fuera de los EE.UU. En este entorno geográficamente diversa, podemos aprender de cada mercado y compartir los aprendizajes rápidamente. Como resultado, nuestra cultura de empresa es cada vez más colaborativo. Desde el concepto de bebidas y el desarrollo hasta la comercialización, nuestros asociados son el intercambio de ideas en todos los departamentos y los mercados de nuevas maneras. En consecuencia, nuestros socios son cada vez más entusiasmados con su trabajo e inspirados para convertir los planes en acción.”

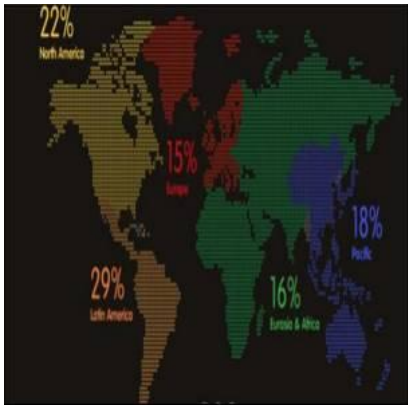
CULTURA ORGANIZACIONAL

Parte de la misión y visión de Coca-Cola se ve reflejada en su Responsabilidad Social Corporativa. Como se manifiesta en sus excelentes comerciales, la imagen interna o autoimagen de Coca-Cola aparece determinada por su cultura corporativa y parte de ello lo constituye la Fundación Coca-Cola, la cual se ha constituido como la base y motor de las actividades de Responsabilidad Social Corporativa de la compañía.

La labor de la fundación comprende gestionar el desarrollo, tanto de las actividades socialmente responsables que ejecuta The Coca-Cola Company, como la estrategia de comunicación para divulgar ese hacer social con responsabilidad, tan valorado actualmente. Esta fundación fue creada en 1984, en Atlanta (Georgia), con la misión de mejorar la calidad de vida de las diferentes comunidades en las que opera.

La Fundación Coca-Cola ha desarrollado su actividad en cinco áreas esenciales:

- **Gestión del agua:** para apoyar el acceso a agua potable.
- **Estilos de vida saludable y activa:** para potenciar el acceso al ejercicio y la educación nutricional.
- **Reciclaje en la comunidad:** para reducir la contaminación.
- **Educación:** para apoyar las becas, prevenir el abandono de los estudios, facilitar el acceso a programas de educación y otras iniciativas de educación.



Participación de Coca Cola en el mundo

Para llevar a cabo todas estas actividades, la Fundación Coca-Cola global y sus 18 fundaciones locales (distribuidas por África, Eurasia, Unión Europea, América Latina, Norteamérica y el Pacífico) se esfuerzan por asegurar que todas sus actuaciones, en cada uno de los lugares de trabajo en todo el mundo, se lleven a cabo haciendo una contribución positiva al mercado, al medio ambiente y a las comunidades, no sólo dirigiendo con responsabilidad un negocio, sino tratando de mejorar las vidas de todos aquellos que, aunque no pertenezcan a la corporación, se vean afectados en cierta manera por el ejercicio de las actividades que ella realiza.

Uno de los grandes pasos que la compañía dio en materia de RSC de tercer nivel fue su adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas, dado que de esta forma, Coca-Cola quería ratificar públicamente el compromiso de asumir un papel de liderazgo en las áreas de derechos humanos, derechos laborales, protección del medioambiente y anticorrupción.

Coca-Cola estableció un acuerdo con sus socios embotelladores más importantes, mediante el cual, tratan de regular y poner en funcionamiento la responsabilidad de ambas partes en:

- **El lugar de trabajo:** Coca-Cola y sus socios embotelladores tratan de asegurar un ambiente seguro de trabajo, atendiendo a políticas de igualdad social y de género, así como a programas de formación que ayuden a sus empleados a ser más eficientes.
- **El mercado:** Coca-Cola y sus socios embotelladores tratan de resolverlas necesidades de sus consumidores ofreciendo bebidas producidas bajo rigurosos estándares de calidad.
- **En el medio ambiente:** Coca-Cola y sus socios colaboradores en la búsqueda de un desarrollo socialmente responsable de sus actividades empresariales, aspiran alcanzar la excelencia medio ambiental.
- **En la comunidad:** Coca-Cola y sus socios colaboradores se manifiestan como integrantes de las propias comunidades y de las organizaciones no gubernamentales que en ellas operan, para ofrecer soluciones a las necesidades locales que suelen agruparse en programas ambientales, deportivos, educativos y humanitarios.



cada persona viva positivamente y disfrute al máximo de la vida”.

La cultura, la responsabilidad social corporativa y el manejo de su marca, entre otros, han llevado a que Coca Cola sea identificada como un simbolo de trascendencia empresarial, donde resalta los valores y emociones humanas.

Coca Cola actualmente ocupa el primer puesto en el ranking de “Las Empresas más Felices”, estudio que realiza Top Companies, el cual evalúa varios elementos de la cultura organizacional y el ambiente laboral, que influyen para que una compañía llegue a ser una empresa feliz. “Aspiramos a lograr el éxito y el crecimiento sustentable a largo plazo, lo cual sólo es posible cuando cada persona da lo mejor de sí misma todos los días en el trabajo”(John Murphy, presidente de la Unidad de Negocios Latin Center de Coca-Cola, 2011)

Uno de los aspectos que más determinan el resultado del ranking es que las empresas deben mostrar consistencia en la forma en que proporcionan a sus empleados las mejores prácticas del mercado en cuanto a salarios, beneficios, balance entre vida y trabajo, respeto a la diversidad y un ambiente incluyente.

En el caso de Coca-Cola, además de mostrar dicha consistencia en sus prácticas de gestión en el desarrollo organizacional, destacaron programas como la Copa de la Sostenibilidad, las herramientas que apoyan el desarrollo y carrera de sus asociados como CREATE y el portal The Coca-Cola University, el teletrabajo y los proyectos de voluntariado. En los resultados se afirma “para la compañía sus colaboradores son los embajadores que transmiten el espíritu de la marca a los consumidores, caracterizado porque



*Premio a Coca Cola como "La Empresa más Feliz"
entregado en el 2011*

APRENDIZAJE - CONCLUSIONES

- En Coca-Cola Company podemos identificar el interés por las diferentes dimensiones del ser humano. No solo el hombre como ser productivo es importante, si no que al comprender y apoyar su desarrollo en las demás dimensiones, tales como: social, ambiental, familiar, profesional, educativo, entre otros. Permiten que el colaborador se sienta comprometido, obtenga un mejor desempeño y encuentre alineación entre sus objetivos, sueños y proyectos personales con los de la compañía.
- El manejo de la marca de Coca-Cola es cuidadosamente planeado, a través no solo de la publicidad, sino a través del endomarketing, estrategias de marketing con sus clientes internos, sus colaboradores, logrando enamorarlos de su imagen y de su cultura organizacional.

- Podemos ver que con base a este artículo, como le hemos dicho en el mismo, el área del talento humano es uno de las áreas más importantes en una compañía, ya que no solo los empleados se ven beneficiados sino también la empresa y lo más importante el consumidor final. Si esta cultura fuera aplicada en Colombia más de una empresa tendría el gran éxito que tiene The Coca-Cola Company.
- Gracias a la aplicación de esta cultura en Colombia, las empresas no solo serian reconocidas por sus productos, sino también por su gran gestión humana hacia los empleados, esto llevara a que el empleado se sienta en un mejor clima laboral en su grupo de trabajo, lo cual permitirá optimizar diferentes áreas de la empresa, con ello podremos cambiar la forma en la que la mayoría de la población colombiana ve a su empresa.
- Coca-Cola, sin duda cuenta con oportunidades en el desarrollo de capacidades organizacionales que le permiten tener ventajas competitivas diferenciales, en el lanzamiento continuo de nuevos productos; teniendo como base la innovación que ofrece cada uno de sus empleados.
- Por medio del esfuerzo de más de los 70.000 colaboradores que conforman esta gran empresa Coca-Cola cuenta con mayores capacidades, por parte de ellos, para el entendimiento del negocio y del entorno donde se desenvuelven, impulsando así la construcción duradera de una mejor organización.

BIBLIOGRAFIA

1. Edición Especial Diciembre 2011, “Juntos, Talento y Compromiso”, Publicación Bimestral de Coca Cola FEMSA, Recuperado el 05 Febrero de 2012 de www.livepositively.com
2. Revista “Entre Socios” Edición No. 12, Socios Coca Cola, Coca Cola FEMSA, Recuperado el 15 Marzo de 2012 de www.socioscocacola.com
3. Documento Básico de Cultura Organizacional, 2012, Coca Cola FEMSA; Recuperado el 25 de Febrero de 2012 de <http://www.femsa.com/es/career/cultura-organizacional.htm>
4. Revista “Entre Socios” Edición No. 13, Socios Coca Cola, Coca Cola FEMSA; Recuperado el 10 Mayo de 2012 de www.socioscocacola.com
5. CHIAVENATO, Idalberto. (2002), Gestión del Talento Humano; Editorial Mc Graw Hill.
6. Clarín.com; Edición Domingo 24.10.2004; Económico; *Potenciar el capital humano es ganar aliados estratégicos.*
7. Coca-Cola ocupa el primer lugar en el estudio “Las empresas más felices” de Centroamérica; Recuperado el 01 Junio de 2012 de <http://www.viviendopositivamente.com.co/iniciativa.html?proofPointId=2865&lang=2&pilar=8&country=20>