

**WINTER IMMERSION COURSE, COLUMBUS STATE UNIVERSITY CSU  
COLUMBUS – GEORGIA (ATL)**

**SERVICIO AL CLIENTE DE LA COMPAÑIA NORTEAMERICANA  
VS. LA EMPRESA COLOMBIANA**

**UNIMINUTO CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
Bogotá D.C., Mayo 2012**

**WINTER IMMERSION COURSE, COLUMBUS STATE UNIVERSITY CSU  
COLUMBUS – GEORGIA (ATL)**

**SERVICIO AL CLIENTE DE LA COMPAÑIA NORTEAMERICANA  
VS. LA EMPRESA COLOMBIANA**

**Presentado a:**

**Jesús Farfán**

**Presentado por:**

**Diana Marcela Alarcón Álvarez**

**Yuly Milady Amaya Burgos**

**Mercedes Jiménez Olivera**

**UNIMINUTO CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Bogotá D.C., Junio 2012**

## **AGRADECIMIENTOS**

En primera instancia queremos dar gracias a Dios por ser nuestra guía, y por brindarnos la oportunidad de culminar nuestra carrera profesional en Administración de Empresas.

De igual forma, agradecemos el apoyo del profesor Rudolf Infante y Jesús Farfán, quienes con su conocimiento y apoyo estuvieron presentes en nuestro proceso de internacionalización, y nos brindaron las pautas para desarrollar nuestro proyecto de grado.

A nuestra familia que son el motor de nuestra vida, y que sin su apoyo incondicional no hubiéramos logrado alcanzar una de las etapas más importantes que dan inicio a uno de los caminos que tenemos que recorrer en el transcurso de nuestras vidas.

Resaltamos el apoyo de nuestros docentes, y compañeros de clase que durante nuestro proceso académico estuvieron presentes, con enseñanzas que han permitido nuestro crecimiento profesional y personal.

## **RESUMEN**

La experiencia de interactuar con otras culturas es un factor enriquecedor para adquirir nuevos conocimientos tanto en el aspecto personal como profesional, este enfoque permite direccionar nuevas ideas a un campo más amplio que permita identificar el ambiente empresarial predominante en un país norteamericano.

Al dirigir el aspecto investigativo, es importante redireccionarlo a la capital y ciudad más grande del estado de Georgia en Estados Unidos - Atlanta, la cual ha sido considerada como una ciudad de negocios y centro de transporte<sup>1</sup>.

## **ABSTRAC**

The experience of interacting with other cultures is an enriching factor for acquiring new knowledge both in personal and professional, this approach allows new ideas to address a wider field to identify the prevailing business environment in a North American country.

By directing the investigative aspect, it is important to redirect capital and largest city of Georgia in the U.S. - Atlanta, which has been regarded as a business city and transportation hub.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> ATLANTA. En línea [[http://es.wikipedia.org/wiki/Atlanta\\_\(Georgia\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Atlanta_(Georgia))]

## INTRODUCCION

El enfoque con el cual se dará inicio al presente escrito parte de la perspectiva, y el ambiente cultural determinante en una de las ciudades consideradas con mejor calidad de vida, y apta para desarrollar actividades de tipo administrativo como lo es Atlanta en Estados Unidos en la ciudad de Columbus, ya que su costo de vida es un 8% más accesible que el resto de las 50 grandes ciudades.

Será considerada a COCA-COLA, CNN y WAL-MART, las dos primeras como una de las compañías con mayor reconocimiento a nivel mundial, y la última a pesar de algunas controversias, como una de las multinacionales más importantes, y con gran transcendencia en el mercado norteamericano.

De igual forma, la calidad de vida de un país norteamericano es la base de la importancia que desde el gobierno y los mismos norteamericanos, le brindan al aspecto educativo, ya que para ellos este factor es clave para el desarrollo personal, profesional y colectivo de toda nación; lo que es inversamente proporcional al pensamiento de país en vía de desarrollo, y lo cual puede ser atribuible a una de las razones que no permiten su progreso, pues con el pasar del tiempo aún persiste el aspecto burocrático, del cual solo unos pocos o los de mayor poder son los privilegiados.

## MARCO CONCEPTUAL

### Principales Teorías Administrativas

| ENFASIS                 | TEORIA ADMINISTRATIVA                     | PRINCIPALES ENFOQUES   |
|-------------------------|---|--|
| <b>EN LAS TAREAS</b>    | Administración Científica                 | Racionalización del trabajo en el nivel operacional  |
| <b>EN LA ESTRUCTURA</b> | Teoría Clásica                            | Organización formal.   |
|                         | Teoría Neoclásica                         | Principios generales de la administración.<br>Funciones del administrador.<br>Organización formal Burocrática<br>Racionalidad organizacional<br>Múltiple enfoque |
|                         | Teoría de la Burocracia                   | Organización forma e informal<br>Análisis intra-organizacional y análisis inter-organizacional   |
|                         | Teoría estructuralista                    |  |
|                         | Teoría de las relaciones humanas          | Organización informal<br>Motivación, liderazgo, comunicaciones y dinámica de grupo.<br>Teoría de las decisiones  |
| <b>EN LAS PERSONAS</b>  | Teoría del comportamiento organizacional. | Integración de los objetivos organizacionales e individuales.<br>Cambio organizacional planeado.<br>Enfoque de sistema abierto.                                  |
|                         | Teoría del desarrollo organizacional      |  |
|                         | Teoría Estructuralista                    | Análisis intraorganizacional, y análisis ambiental.  |
| <b>EN EL AMBIENTE</b>   | Teoría -Neo estructuralista               | Enfoque de sistema abierto.  |
| <b>EN LA TECNOLOGIA</b> | Teoría de la contingencia                 | Administración de la tecnología (imperativo tecnológico)   |

**Fuente:** Las principales teorías administrativas y sus principales enfoques.  
<http://www.ilustrados.com/tema/114/principales-Teorias-Administrativas-principales-enfoques.html>

## MATERIAL Y MÉTODO

Para la elaboración del presente artículo, nos apoyamos de las visitas realizadas a las diferentes empresas de Estados Unidos tomando esta como información directa, así como la investigación en libros, y páginas de internet que permitieran brindar una mayor credibilidad a nuestro escrito.

### **PENSAMIENTO ADMINISTRATIVO DE LAS COMPAÑÍAS NORTEAMERICANAS, FRENTE A LA IDEOLOGIA DE LA EMPRESA COLOMBIANA.**

Antes de aterrizar en el tema principal que tiene como objetivo abordar este artículo, es importante mencionar la experiencia vivida en la Universidad de Columbus, y lo enriquecedor que fue para nosotros como estudiantes y futuros profesionales conocer un poco sobre esta cultura, o lo que para muchos es el sueño americano.

Esta experiencia trajo consigo una perspectiva más abierta de lo que es el servicio al cliente, y de esta manera colocar en una balanza lo que significa este aspecto en las empresas de los países en vía de desarrollo, y los que se conocen como desarrollados; pues si bien es cierto, el éxito de numerosas organizaciones en el mundo entero, depende de la medida en la cual puede exceder las expectativas de sus clientes .

Uno de los aspectos que ha incidido en el tema del servicio al cliente es la globalización, que suele ser tomado como un proceso de cambio que busca dar paso a las actividades que permiten incrementar el comercio y las inversiones.

El surgimiento del servicio al cliente, toma su fuerza en el acelerado crecimiento económico que se da en el siglo XX en la década de los 50 y 60, lo que permite a Estados Unidos y Europa después de la segunda guerra mundial lograr un aumento productivo y económico.<sup>2</sup> Este progreso, permitió el surgimiento de multinacionales, y consigo una nueva forma de vida americana, donde se empezó a enfatizar en un beneficio social, y el surgimiento del concepto de servicio al cliente. Al generarse una sociedad consumista, las empresas comienzan su preocupación para atraer al cliente, y generar un conjunto de técnicas denominadas Marketing.

---

<sup>2</sup> América Latina.

Debido a la importancia y tendencias que con el paso del tiempo el servicio al cliente ha incidido en la actividad económica de varias empresas a nivel mundial, se da a conocer las siguientes estadísticas que reflejan algunos comportamientos del cliente, y quien es el encargado de calificar un servicio en un rango de bueno a malo, en el momento que sobrepase o no sus expectativas.

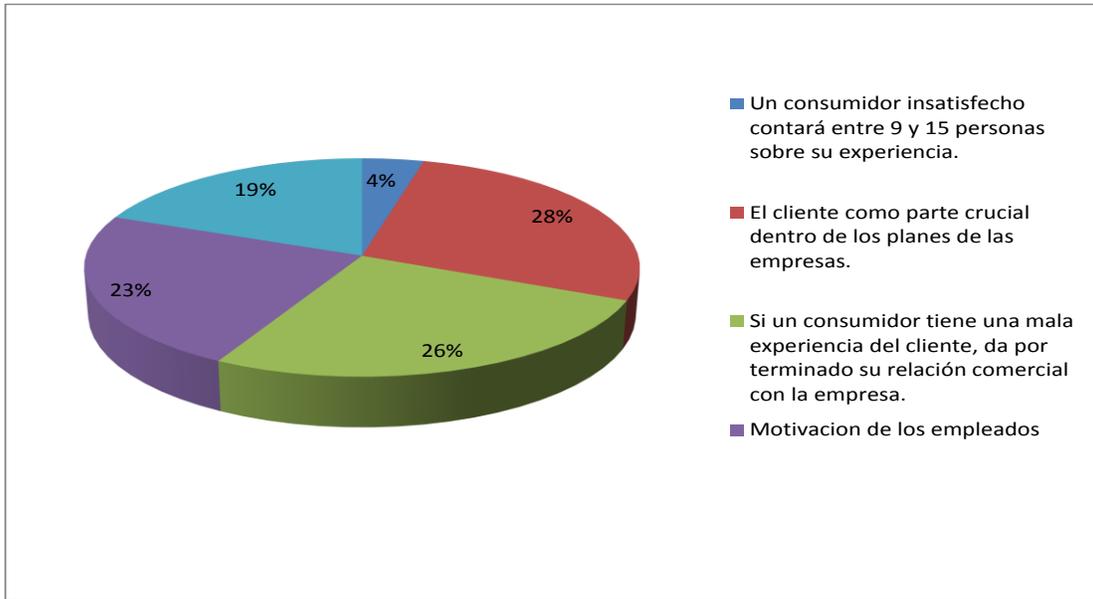
## ESTADISTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE

| ASPECTOS   | IMPORTANCIA<br>% |
|--|------------------|
| Empresas que están trabajando en el servicio al cliente están superando a sus competidores.  | 81%              |
| Empresas ofrecen a los clientes la capacidad de seguimiento de los problemas a través de Internet.   | 91%              |
| La gestión de clientes la mejor experiencia en el uso de los adoptantes de clase comentarios de los clientes para tomar la decisión estratégica.     | 70%              |
| Mejorar la retención de clientes.  | 42%              |
| Mejorar la satisfacción del cliente.   | 33%              |
| Un consumidor insatisfecho contará entre 9 y 15 personas sobre su experiencia. Alrededor del 13% de clientes insatisfechos decir más de 20 personas. | 13%              |
| Para la mayor parte de las empresas Norteamericanas el cliente es parte crucial dentro de sus planes.  | 90%              |
| Si un consumidor tiene una mala experiencia del cliente, da por terminado su relación comercial con la empresa.                                      | 86%              |
| Las empresas motivan a sus empleados para tratar a los clientes de manera justa.   | 76%              |
| Las empresas proporcionan herramientas eficaces y de capacitación para ganarse la confianza de sus clientes.   | 62%              |

Fuente: 20 Customer service statistics for 2011. <http://www.customer1.com/blog/customer-service-statistics>

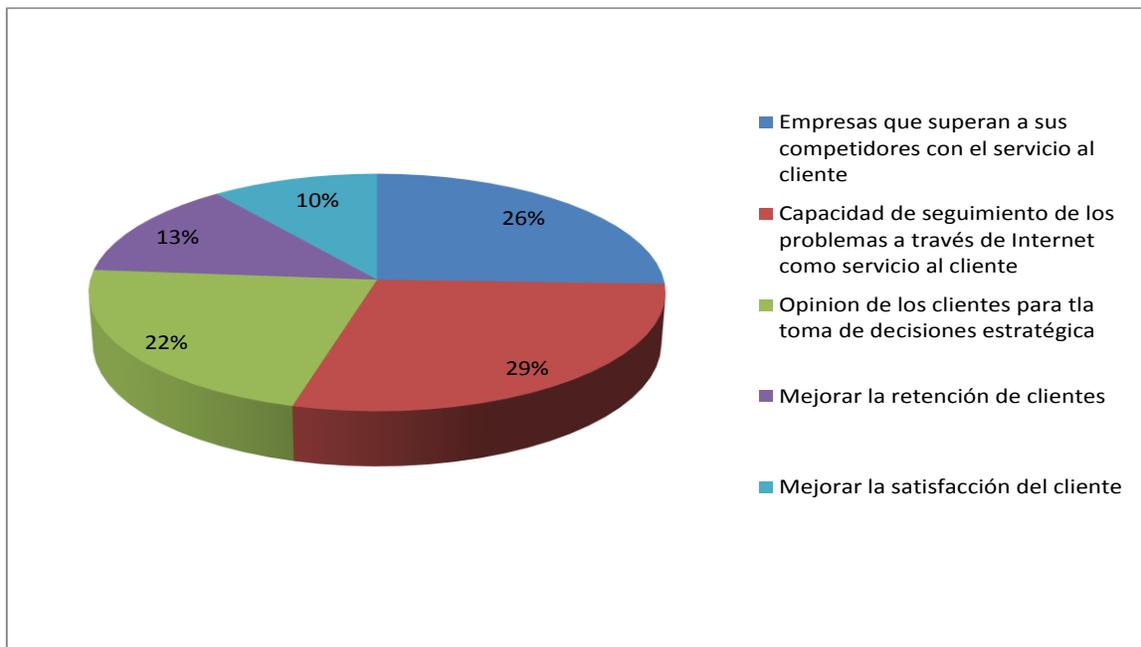
## ASPECTOS DE IMPORTANCIA EN EMPRESAS Y CLIENTES FRENTE AL SERVICIO AL CLIENTE

Grafico No. 1



Fuente: Grafico fuente propia (<http://www.customer1.com/blog/customer-service-statistics>)

Grafico No. 2



Fuente: Grafico fuente propia (<http://www.customer1.com/blog/customer-service-statistics>)

De acuerdo a la información presentada en los gráficos anteriores se puede determinar lo siguiente:

La motivación de los empleados permite que una empresa pueda exceder las expectativas de sus clientes, razón por la cual la organización debe brindar mecanismos adecuados para que su personal pueda identificar riesgos, impactos, o alertas que puedan dar una solución a tiempo de los problemas que están por venir, lo anterior a fin de mejorar la satisfacción al cliente, y tener un aspecto diferenciador frente a su competencia.

Para adentrarnos más al tema, se realizará una comparación de lo que es el servicio al cliente entre empresas de Estados Unidos y colombianas, las compañías escogidas han sido las siguientes:

Walmart Vs. Almacenes Éxito.

Coca-Cola Vs. Postobón

CNN Vs. TNT

Walmart es una empresa creada por Sam Walton en el año de 1969 en Delaware, cuya filosofía fue dada en una estrategia de precios bajos, y cuya gran expansión a nivel mundial da inicio en los años 90. La empresa ayudó a impulsar la productividad de Estados Unidos, reducir la inflación y apuntalar el poder adquisitivo de millones de personas.<sup>3</sup> Walmart tiene presencia en México, Argentina, Chile, Reino Unido, Canadá, Costa Rica, Brasil, Puerto Rico, Honduras, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Japón y China, lo que le ha permitido posicionar su imagen de marca.

Walton fue considerado una persona que no solo buscaba la mejora continua, sino la implementación de mecanismos organizacionales para desarrollar nuevas estrategias de negocio, entre las cuales involucraba motivación del personal para generar nuevas ideas, y que de esta forma adquirir un beneficio mutuo.

En el caso de Almacenes Éxito, es una empresa de origen colombiano fundada por el señor Gustavo Toro en el año de 1949. Los principales hitos que han marcado la historia de esta empresa han sido los siguientes:

1949: Inicia su operación Almacenes Éxito en un pequeño local de Medellín, vendía retazos, saldos y cobijas.

1950: Se constituye la firma Gustavo Toro y Cía.

1960: La compañía amplía sus instalaciones, dedicando su actividad comercial a la venta de telas y confecciones, a precios sin competencia.

---

<sup>3</sup> Historia de Walmart. <http://www.historiasdegrandes exitos.com/2009/11/historia-de-wal-mart.html>

1970: Se inaugura el centro comercial éxito en Medellín.

1975: Almacenes éxito se establece como corporación

1982: Se crea fundación éxito como forma de responsabilidad social

1989: Se inaugura el primer almacén éxito en la calle 80 de la ciudad de Bogotá

1997: Se inaugura el éxito en la ciudad de Cali.

2001: Se consolida la fusión entre almacenes éxito y cadenalco

2004: Se celebra los 55 años de la cadena de supermercado.

2007: Almacenes éxito adquiere Carulla

2009: Se firma la alianza empresarial entre éxito y cafam.

Al considerar la historia de estas dos industrias que a pesar de su diferencial cultural, son consideradas empresas visionarias, es importante identificar cual es su enfoque en el servicio al cliente, y que teoría administrativa es la que más se adapta a su filosofía, de igual forma conocer sus aspectos comunes, o diferencias marcadas.

En primera instancia, almacenes éxito de Colombia realiza dos mediciones, la primera se enfoca en evaluar el clima laboral y la segunda se basa en una auditoria que le permita conocer la calidad del servicio al cliente.<sup>4</sup> Para ellos el servicio al cliente está determinado en aspectos emocionales y racionales, estimulando al personal para que transmita un gusto al cliente, y de igual forma compartir opiniones frente a las experiencias de compra.

En el caso de Walt Mart, su principal servicio al cliente lo brinda a través de sus empleados, con líderes que motiven, orienten y capaciten con paciencia, ya que lograr una cultura orientada al servicio requiere de aprendizaje.

De acuerdo a lo anteriormente mencionado, es posible dirigir el enfoque del desarrollo empresarial de estas compañías en la teoría de las relaciones humanas, y la teoría de la motivación del trabajo, propuesta por Elton Mayo, y Frederick Herzberg respectivamente.

La teoría de Elton Mayo, se enfoca en el estado de ánimo y la motivación que brinda una organización para que sus empleados puedan estar a gusto con el desempeño laboral que están realizando.

---

<sup>4</sup> EL TIEMPO. COM. Almacenes Éxito. 11 de Marzo de 2012. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1534934>

*“La actitud del empleado frente a su trabajo y la naturaleza del grupo en el cual participa son factores decisivos de la productividad”<sup>5</sup>*

La teoría de Frederick Herzberg, se enfoca en dos factores que afectan de diversa manera el comportamiento humano.

Estos factores son extrínsecos e intrínsecos, los cuales se enfocan en la relación del individuo frente a su trabajo, y la actitud que demandan frente a las actividades desarrolladas, ya que a raíz de este aspecto es posible determinar el éxito o fracaso.

La satisfacción en las actividades realizadas es un aspecto motivador, pero la insatisfacción en el cargo es un factor negativo que puede verse reflejado en el ambiente laboral, el salario y los compañeros.

En este aspecto la teoría de Herzberg busca proporcionar motivación, a través del enriquecimiento de las tareas que realiza cada individuo, de acuerdo a sus características personales.

La segunda compañía que pretendemos analizar, es Coca-Cola Company la cual fue constituida oficialmente en Atlanta en el año 1886.

Coca-Cola Company la cual fue constituida oficialmente en Atlanta en el año 1886, inicialmente era comercializada en las farmacias como un producto de medicina, como un remedio que calmaba la sed. Frank Robinson creó su nombre, logotipo y diseño actual, posteriormente fue vendida a un grupo de abogados de Estados Unidos. Desde entonces es conocida como Coca-Cola Company la cual fue fundada oficialmente hasta el año de 1881.

Coca Cola siempre ha estado ligada a la publicidad, tres semanas después de haber lanzado el producto al mercado, se insertaron las primeras líneas publicitarias en el diario “Journal-Constitution”. Desde entonces la publicidad ha sido una de las herramientas más fuertes de esta compañía.

Fue hasta 1923 que Coca Cola expandió su mercado al resto del mundo, esto se constituyó oficialmente hasta 1931. A lo largo del tiempo los avances tecnológicos y el pensamiento innovador han caracterizado a la compañía.

En la época de los 40, durante la II Guerra Mundial se creó un envase especial para suministrar el líquido a los soldados, sin conocer la acogida que tendría en el mercado, la “lata de Coca Cola”. Para el año 1955 Woodruff abandona la presidencia de la compañía, luego de haber convertido a Coca Cola en la bebida universal.

---

<sup>5</sup> Elton Mayo. En Línea

[http://sigma.poligran.edu.co/politecnico/apoyo/administracion/admon1/pags/juego%20carrera%20de%20observacion/ELTON\\_MAYO.html](http://sigma.poligran.edu.co/politecnico/apoyo/administracion/admon1/pags/juego%20carrera%20de%20observacion/ELTON_MAYO.html)

Un nuevo siglo llegó para Cola Cola, para el año 2000 ya era una de las bebidas favoritas a nivel mundial, fue galardonada con un reconocimiento luego de 120 años de trayectoria en el mercado. Para el año 2008 se convierte en una de las marcas más valoradas en el mundo, así lo declara la revista BusinessWeek. Actualmente alcanzan los 71.000 empleados, sobrepasa las 500 marcas y lanza unas 700 nuevas bebidas.

Su continuo crecimiento y solidez ha sido evidente en todo el mercado a nivel mundial, su trayectoria y sostenibilidad han hecho de Coca Cola Company la empresa líder en el sector de bebidas, ha logrado sobrevivir a un mercado que ha presenciado un sin número de cambios en aspectos tecnológicos, sociales, económicos y culturales.

A pesar de la solidez, esta compañía ha presentado algunos altibajos. En el periodo comprendido entre 2000 y 2005 se evidenció una disminución del 11% en las ventas en Norteamérica y en Europa, más de trece directivos renunciaron, mientras que a su competencia se le atribuía un crecimiento significativo. Sin embargo siempre se ha mantenido en el mercado gracias a estrategias claramente definidas.

El Museo "The New World of Coca-Cola" muestra claramente como la compañía invierte una suma elevada de dinero para mantener y consolidando su imagen a nivel mundial, la inversión está dada en aproximadamente 96 millones de dólares. Un museo totalmente dotado de dos salas de cine, un espacio exclusivo para que sus visitantes degusten todos sus productos comercializados en todo el mundo. Esta compañía creó un espacio interactivo y exclusivo para promocionar y dar entretenimiento a sus clientes.

Una de las características de esta compañía ha sido la constante búsqueda de fidelizar y lograr la confianza de sus consumidores, esto lo ha logrado gracias a sus elevadas inversiones en marketing, posicionamiento de imagen y atención al consumidor. La innovación tecnológica ha sido una herramienta que se ha utilizado poderosamente, por ejemplo, para el año 2005 Coca Cola realizó la implementación de un nuevo software, que gestionaba eficazmente las existencias y disponibilidad de productos al consumidor "JDA Software Group" logró reducir los niveles de existencia en un 50%, a su vez aumentó la disponibilidad del producto al 15%. Gracias a esto la compañía obtuvo grandes beneficios económicos y aumento en un 300% la oferta de productos, proporcionando a los consumidores disponibilidad total de producto.

Coca Cola se ha encargado de crear confianza y fidelidad entre sus clientes, una de las tácticas ha sido prestar minuciosa atención a sus clientes, en el año 1992 implementó una plataforma que le permitió crear un modelo de comunicación entre

los consumidores y la compañía, sin embargo aun cuando no contaba con tecnología para ello, la participación activa de sus clientes ha sido visible, podemos observarlo claramente cuando luego de noventa años de trayectoria en el mercado, Coca Cola realizó modificaciones al sabor de su producto. Inicialmente las ventas fueron significativas debido a la estrategia publicitaria, sin embargo luego de un tiempo sus clientes actuaron desfavorablemente. La compañía provoco la reacción rápida de sus clientes, recibía aproximadamente 1.500 llamadas telefónicas y cartas en donde los consumidores manifestaban su molestia. Luego de innumerables estudios y con la visión de satisfacer al cliente, Coca Cola Compañy luego de tres meses empezó a comercializar de nuevo el producto clásico, con su antigua formula.

Actualmente las organizaciones deben estar premisas a enfrentar la globalización, variaciones en el mercado y a clientes cada vez más exigentes, es por esto que compañías que giran en torno a las teorías básicas de la administración resultan parecer cada vez más obsoletas a la hora de responder a las necesidades de los mercados modernos. “En el entorno social y económico en el que el cambio se ha convertido en una constante, facilitar instrumentos que permitan reflexionar sobre como innovan las empresas es una iniciativa siempre bienvenida”. (Rey, 2008).

Gary Hamel (2008), menciona la importancia de innovar en la administración de empresas, involucrando factores como la evolución del manejo de los principios de la administración, las ventajas de la innovación y la forma en que se deben desarrollar esas ideas e iniciativas, con el fin de obtener un resultado benéfico para las empresas. Coca Cola Company ha basado la administración de la empresa en teorías básicas de la administración, con la diferencia de que a lo largo del tiempo, ha logrado implementar conceptos novedosos, que le han permitido sostenerse exitosamente en el mercado mundial.

En Colombia las bebidas gaseosas inicialmente eran importadas de Inglaterra, fue hasta la década de 1900, que Valerio Tobón Olarte, un joven farmacéuta, pensó en desarrollar iniciativas comerciales en la elaboración de refrescos dulces. Posteriormente formalizo una alianza con el Señor Gabriel Posada Villa, quien poseía amplio conocimiento intelectual y cultural inyectó innovación y nuevas ideas a la primer formula comercializada denominada “Kola Campaña”. Fue hasta a partir del año de 1904 que se constituyo a “Posada & Tobón”, desde allí inicia una historia de éxito y desarrollo de una nueva industria en nuestro país.

El desarrollo de esta empresa tuvo que sobrepasar los obstáculos de subdesarrollo del país, sin embargo de allí surgió una de sus primeras estrategias de expansión. Desde entonces inicio a expandirse regionalmente y distribuir sus productos en las ciudades de Medellín, Cali, Manizales y Bogotá. En el año 1917 la compañía

presento cambios estructurales positivos en donde se contemplo el lanzamiento de nuevos productos, inversión tecnológica y expansión. Gracias a su crecimiento empezaron a surgir competidores en el mercado, como compañías “La Colombiana” y “Gaseosas La Leona” sin embargo esto no impidió que la evolución de la compañía fuera evidente. En el año de 1927 celebó un contrato con Coca Cola Compañy apoyando el proceso de distribución y embotellamiento, este se finalizo por la decisión de esta organización de establecer una planta propia en el país. Durante la segunda Guerra Mundial la empresa se vio afectada drásticamente, posiblemente las reformas hechas por el gobierno a los diferentes sectores agroindustriales, políticas de protección y alzas en los precios de las importaciones y aranceles. Mientras la competencia se fusionaba para enfrentar los efectos negativos y cambios presentados en la industria, pero sus esfuerzos fueron nulos y dichas compañías fueron absorbidas por Posada & Tobón, a partir de ese momento para el año 1955 su razón social fue cambiada a Refrescos Postobón. Surge otra compañía en el mercado “Gaseosas Lux” la cual era liderada por un empresario santandereano Carlos Ardila Lülle, quienes plantearon una agresiva campaña competitiva contra Postobón. Aprovechando las acciones que poseía en esta organización aprovecho para hacer parte de la junta directiva y de los ejecutivos de la empresa. Ardila Lülle se vinculo a la compañía, allí inicio su incursión en el mercado de las bebidas, posteriormente se evidencio un constante crecimiento y lanzamiento de productos nuevos al mercado. Durante la época de los 70`s y 80`s ya había generado alianzas con otras compañías, obteniendo franquicias para embotellar productos como “Pepsi Cola, Ginger y Agua”. Adicionalmente multiplico su capacidad de producción y distribución. Postobón S.A. se convirtió rápidamente en la empresa de bebidas líder en el mercado colombiano.

La organización Ardila Lülle conformo un conglomerado empresarial, adquiriendo empresas de diferentes sectores empresariales del país. Para finales de los 90`s la compañía tuvo que enfrentar varias complicaciones económicas, el alza de los precios del azúcar y problemas de recesión económica. Fue durante esta época que la lucha competitiva en el mercado colombiano contra la empresa Coca Cola Company ya era un hecho, a pesar de las deudas de la empresa que ascendía hacia los 700.000 millones de pesos, esto la llevo a pensar en realizar alianzas estratégicas con “Pepsi”, sin embargo no funciono. Durante esta época se vio obligada a tomar decisiones drásticas, como la venta de dos de sus marcas, recesiones económicas y extender el financiamiento de su deuda a siete años. Posteriormente la organización Ardila Lülle se vio obligada a tomar medidas de inversión en mercadeo y publicidad e implementar un plan comercial agresivo y de posicionamiento de marca, el cual le dio un nuevo rumbo a la empresa colombiana.

En el año 2004 la compañía celebró 100 años de presencia y variedad de productos en el mercado, la empresa durante este tiempo se ha enfocado básicamente en el aumento de capacidad y diversificación de productos, fue durante los últimos años que Postobón organizó actividades comerciales fuertes de innovación y promoción que le permite tener aún más reconocimiento en el mercado nacional.

A pesar de ser una empresa de larga trayectoria en el país, su inversión y estrategias de servicio al cliente no han sido muy intensas. Su marca ha sostenido estrategias de mercadeo y tradición. Un acontecimiento sucedido en el año 2009 se pudo evidenciar las debilidades de calidad de los productos de la compañía Postobón S.A. “Un tendero descubrió un roedor dentro de la botella de un refresco” (Quevedo, 2008), esto generó gran conmoción entre los consumidores y repercutió significativamente en las ventas de la compañía. El caso fue llevado a discusión a la Corte del Estado.

Desarrollo estrategias de marketing enfocadas en apoyar el desarrollo del deporte colombiano, en distintas disciplinas como el automovilismo y fútbol. Sin embargo los productos de esta compañía tienen un gran reconocimiento de los consumidores, ya que ha sido una de las compañías más exitosas a lo largo de la historia del desarrollo empresarial colombiano, el cual ha dado origen a las necesidades de preparación de los gerentes de hoy.

Al igual que Coca Cola Company la empresa Gaseosas Postobón S.A ha establecido estrategias con el fin de satisfacer al cliente y llegar al consumidor en el momento que lo necesita. Sin lugar a dudas estamos hablando de dos empresas exitosas, y podemos evidenciar varias características diferenciadoras que pueden repercutir poderosamente en la satisfacción del cliente “Calidad y servicio al cliente”. La combinación y adaptación de estos factores en una organización, no solo permiten aumentar el éxito de una compañía, adicionalmente lograr la fidelización y lealtad de sus consumidores y por ende la satisfacción del mismo.

Entraremos también a analizar la compañía Cable News Network (Cadena de Noticias por Cable), mejor conocido como CNN, frente a la compañía colombiana Nuestra Tele Noticias 24 Horas conocida en nuestro país como NTN 24 en la búsqueda de dar conocer qué factores les han llevado a posicionarse como las mejores compañías de comunicación del mundo, teniendo como parte fundamental la teoría clásica de la administración fundada por el ingeniero francés Fayol, en donde su principal enfoque es la estructura que debe tener una organización para lograr la eficiencia.

## RESEÑA HISTORICA CNN INTERNACIONAL

*CNN internacional*, esta es una historia del triunfo de la voluntad, del premio a la audacia y a la fidelidad, casi obsesión, por una idea en la que muy pocos creyeron al principio: hacer noticias como nunca se habían hecho antes. Ted Turner, encarnación del sueño americano, ha demostrado que todavía es posible seguir creyendo en la audacia personal y en la rentabilidad de ir contracorriente en un mundo que se vuelve más y más conservador. Esta es la verdadera historia de unas personas que hicieron lo imposible.

CNN International (CNNI) es un canal de televisión de noticias, actualidad y programas de negocios en inglés. Es propiedad de Time Warner está afiliada y comparte la mayoría de su contenido con CNN, la cual está limitada a Estados Unidos y Canadá.

Se puede ver en la mayor parte del mundo, distribuida vía satélite y cable. Llega internacionalmente a más de 200 millones de hogares y habitaciones de hoteles en más de 200 países. Para la mayoría de televidentes es Free to air, sin embargo, algunas compañías de televisión de pago la incluye en sus paquetes televisivos, además se puede observar gratuitamente en el sitio web de CNN. Se considera que es la segunda cadena más grande de noticias después de BBC World.

Desde su lanzamiento el 1 de junio de 1980, la cadena se ha expandido notablemente, incluyendo en la actualidad 15 cadenas de televisión de cable y satélite, doce sitios web y dos cadenas de radio. CNN ha lanzado también varias cadenas en otros idiomas como español y turco.

En los días previos a aquél 1 de junio de 1980, fecha de inauguración de la Cable News Network (CNN), Whittemore puntualiza en su obra: Después de anunciar el surgimiento de la CNN en Las Vegas, Turner se quedó en el congreso para participar en una mesa redonda con Marshall McLuhan, cuyo libro *Understanding Media*, publicado en 1964, incluía la famosa frase "**el medio es el mensaje**"<sup>6</sup>, probablemente nadie en aquel atestado auditorio cayó en la cuenta de que poder contemplar a Turner y McLuhan compartiendo el mismo escenario era una oportunidad histórica, pero mientras el hombre de más edad albergaba el concepto de una unidad mundial a través de la televisión, el más joven lo tenía ya en sus manos".

---

<sup>6</sup> CNN:Historia de un fenómeno empresarial y ... - Revista **TELOS** [www.campusred.net/telos/anteriores/num\\_033/actuali\\_libros1.html](http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_033/actuali_libros1.html)

Diez años después, en ocasión de la Guerra del Golfo, el concepto de noticias en directo las 24 horas del día, retransmitidas por satélite a los televidentes por los sistemas de cable de todo el mundo, alcanzaría su demostración más contundente: seríamos todos espectadores de un relato visual, dinámico, momento a momento, de los sucesos a medida que estos se desarrollaban.

Así, se había convertido en un hecho aquella profecía de aldea global lanzada por McLuhan. *La CNN la hizo posible.*

### ***Apuntes importantes***

- Actualmente CNN es el canal de noticias más visto en Estados Unidos, siguiéndole Fox News Channel.
- En 1997 fue galardonada con el Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades.
- CNN en Español: Cadena que emite para América Latina. Fue lanzada el 17 de marzo de 1997. Su sede se encuentra en Atlanta, Georgia.
- CNN en Español es el medio de información televisiva más importante a nivel latinoamericano, su inicio se remonta a 1988 cuando CNN comenzó a producir noticieros para la cadena hispana Telemundo. Cinco años después, en 1993, nació el Noticiero CNN Internacional para América Latina.
- El 17 de marzo de 1997 comenzó la transmisión de noticias las 24 horas del día y ese mismo año fue lanzado CNN en espanol.com (el portal de internet)<sup>7</sup>.

### ***CNN en español***

CNN en Español es el canal de televisión de noticias operado por Time Warner y dirigido a Latinoamérica-Caribe y al público hablante del español en Estados Unidos. Es la versión hispanohablante de CNN, y fue creado en 17 de marzo de 1997. Transmite las 24 horas noticias en español para América Latina-Caribe y Estados Unidos con estudios en Atlanta, Georgia, Estados Unidos. CNN también tiene una CNN en Español Radio Red con su propio personal.<sup>3</sup>

---

<sup>7</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/CNN\\_en\\_Espa%C3%B1ol](http://es.wikipedia.org/wiki/CNN_en_Espa%C3%B1ol)

*A continuación su marca y slogan frente al mundo:*

CNN International



|                      |  |
|----------------------|--|
| Nombre público       | CNN International  |
| Eslogan              | Go Beyond Borders / The world news líder - Ir Más allá de las fronteras / El líder mundial en noticias |
| Programación         | Informativa  |
| Propietario          | Time Warner  |
| Operado por          | Turner Broadcasting Sistema  |
| País                 | Estados Unidos   |
| Fundador             | Ted Turner   |
| Inicio transmisiones | de 1985  |
| Formato imagen       | de 4:3 (SDTV)  |
| Área transmisión     | de Internacional   |

|  |   |         |         |
|--|---|---------|---------|
| Ubicación  | CNN Center, Atlanta, Georgia                      |         |         |
| Nombre anterior  | CNN Financial Network                             |         |         |
| Canal/es hermano/s   | CNN<br>CNN<br>HLN<br>CNN-IBN<br>n-tv<br>CNN Chile | Airport | Network |
| Disponibilidad   |   |         |         |
| Terrestre  |   |         |         |
|  <b>TDT</b>         | Andorra: 36                                       |         |         |
| Satélite   |   |         |         |
|  <b>Digital+</b>  | Dial: 75  |         |         |
|  <b>Direc TV</b>  | 706   |         |         |
| Cable  |   |         |         |
|  <b>ONO</b>       | Dial: 144   |         |         |
|  <b>Euskaltel</b> | Dial: 950   |         |         |
|  <b>Telecable</b> | Dial: 75  |         |         |
|  <b>Direc TV</b>  | Dial: 706   |         |         |

## IPTV en ADSL

 **Imagenio** Dial: 140

 **Orange TV** Dial: 82

 **Jazztelia TV**

**Fuente:** [http://es.wikipedia.org/wiki/CNN\\_International](http://es.wikipedia.org/wiki/CNN_International)

### **RESEÑA HISTORICA NTN 24 COLOMBIA**

Nuestra Tele Noticias 24 Horas (usualmente abreviado NTN24), es un canal internacional de noticias propiedad de RCN Televisión que emite las 24 horas del día para Sudamérica, Centroamérica, las Islas del Caribe, los hispanohablantes en Norteamérica. Su sede central se encuentra en Bogotá, Colombia, y se apoya con corresponsales en las principales ciudades del mundo. De la dirección editorial del canal se encarga la periodista colombiana Claudia Gurisatti, su lanzamiento oficial al aire fue el 3 de noviembre del año 2008<sup>2</sup>.

Este noticiero cubre las 24 horas con programación muy ágil que se distribuye de la siguiente manera: dos horas dedicadas a la economía, seis horas de entretenimiento en donde disfrutaremos de: futbol, farándula, moda, cine, música etc. Ocho horas con programación de opinión, periodismo crítico e investigativo, nueve horas con las noticias que ocurren alrededor del mundo.

La programación está estructurada de tal forma, que la teleaudiencia puede disfrutar de programas completos de opinión y crítica, alternados con segmentos de media o una hora con las noticias más relevantes de Latinoamérica y el mundo.

En menor cantidad, solo seis horas de 24, está dedicado al entretenimiento, dígame futbol, entrevistas a reconocidos artistas o como el programa contador de historias que cuenta historias curiosas que ocurren en los pueblos. Y algo que llama la atención es que solo dedican 2 horas a todo lo relacionado con la economía. En lo referente a la parte noticiosa es muy ágil y tienen la característica de que lo es noticia

importante en el momento o en el día, acapara toda la atención, al punto de cubrirla por todas las horas que sea necesario, o interrumpir en cualquier momento la programación regular. También es importante recalcar que hay poca interrupción por anuncios comerciales la mayoría de anuncios son referentes a los programas NTN24 o de organizaciones de derechos humanos y defensores de planeta como Green Peace<sup>8</sup>

### ***Apuntes importantes***

- Ardila Lulle da origen en 1978 RCN Televisión, una programadora de televisión bajo la misma plataforma, que se convertiría en 1998 en canal privado de televisión con señal abierta sobre el territorio Colombiano y adicionalmente desarrollaría en 2008 un nuevo canal alterno de señal por cable denominado NTN24.
- Claudia Gurisatti, Directora de NTN24, fue galardonada este martes con el premio Simón Bolívar, el máximo reconocimiento al periodismo en Colombia, con una conmovedora entrevista al General de la Policía Luis Mendieta, que estuvo secuestrado por las FARC por más de 11 años.
- Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar "Mejor Investigación en Televisión" 2010. Documental "Guantánamo: ¿Hasta Cuándo?".
- Premio de Periodismo en Salud "José María Mora" 2010. Programa "Contador de Historias", Investigación sobre Donación y Tráfico de Órganos, dirigido por Álvaro Vélez.
- Premio Analdex "Mejor Trabajo Periodístico" 2010. Programa "En Suma", Especial "Crisis entre Vecinos: Colombia y Venezuela".
- "Premio a la Investigación Periodística sobre Cáncer de Próstata" 2010, otorgado por la Sociedad Colombiana de Urología.

*A continuación su marca y slogan frente al mundo:*

---

<sup>8</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/NTN\\_24](http://es.wikipedia.org/wiki/NTN_24)

NTN24



|                     |   |
|---------------------|---|
| Nombre público      | Nuestra Tele Noticias 24 Horas  |
| Eslogan             | <i>"Noticias sin parar"<br/>" El canal internacional de noticias de latino para latino"</i>   |
| Programación        | Noticias  |
| País                | Colombia  |
| Fundación           | 2008  |
| Área de transmisión | Sudamérica, Centroamérica, Islas del Caribe y Norteamérica  |
| Ubicación           |  Bogotá  |
| Canal/es hermano/s  | MundoFOX, RCN Televisión  |
| Sitio web           | <a href="http://ntn24.com">ntn24.com</a> <a href="http://ntn24news.com">ntn24news.com</a><br><a href="http://reporteros.ntn24.com">reporteros.ntn24.com</a> |
| Disponibilidad      |   |
| Terrestre           |   |
| Hi-tv               | canal 16  |

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Satélite                    |  |
| DirecTV                     | canal 145  |
| DirecTV Suramérica o Caribe | canal 725  |
| Telefónica Telecom          | canal 404  |
| SKY México                  | canal 635  |
| Cable                       |  |
| UNE                         | 20   |
| Telmex Básico               | Canales 56 / 71  |
| Telmex Avanzada             | Canal 461  |
| Supercable                  | Canal 22   |
| Multivision Bolivia         | Confirmar canal  |
| Cablevisión (México)        | Canal 484  |
| Satélite Radio              |  |
| Emisora Virtual NTN24       | <a href="http://www.rcnmundo.com">www.rcnmundo.com</a> |

|                |    |  |
|----------------|----|--|
| Ver en línea   |    |  |
| Señal Internet | en | <a href="http://www.ntn24.com">www.ntn24.com</a><br><a href="https://facebook.com/canalNTN24">facebook.com/canalNTN24</a><br><a href="https://twitter.com/ntn24">twitter.com/ntn24</a> <a href="http://rcnmundo.com">rcnmundo.com</a><br>EMISORA VIRTUAL NTN24 |

**Fuente:** [http://es.wikipedia.org/wiki/NTN\\_24](http://es.wikipedia.org/wiki/NTN_24)

En 1916 surgió en Francia la denominada teoría clásica de la administración, fundada por el ingeniero francés Fayol la cual se difundió con rapidez por Europa. Esta teoría se distinguía por el énfasis en la estructura que debe tener una organización para lograr la eficiencia; en la teoría clásica se parte de un todo organizacional y de su estructura para garantizar la eficiencia de todas las partes involucradas, sean ellas órganos o personas.

Dentro de la teoría de la administración clásica se encuentra un enfoque que busca trabajar las relaciones humanas dentro de una organización, donde su principal protagonista es la comunicación, en la actualidad el funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación; esta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos. La comunicación implica la transmisión de una determinada información donde se da la participación de elementos importantes como el código, emisor y receptor, ellos cumplen una diferente función; pero su finalidad es llevar de un punto a otro la información.

Es así como las organizaciones *CNN Internacional* y *NTN24* han buscado por este medio durante varios años ser líder en entretenimiento y comunicación a nivel global, también generar un enlace entre las naciones. Cada organización se ha especializado en ser la mejor, y generar un bienestar a la sociedad buscando el bien común y como mejorarla.

Ted Turner es un empresario enfocado en la televisión por cable, carteleras, propietario de equipos deportivos, ambientalista y filantrópico. EL está enfocado en labores relacionadas con la filantropía, con el fin de hacer algo por mejorar el mundo para las futuras generaciones. Y esta además relacionado con diferentes fundaciones<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> [http://www.timewarner.com/corp/aboutus/mission\\_values.htm](http://www.timewarner.com/corp/aboutus/mission_values.htm)

Ted Turner dentro de su organización tiene como parte fundamental fomentar el desarrollo de las personas por medio del conocimiento. El éxito continuo de la empresa se basa en los valores que nos rigen como:

- Creatividad
- Enfoque al consumidor
- Agilidad
- Trabajo en equipo
- Integridad
- Diversidad
- Responsabilidad

Carlos Ardila Lulle conocido como forjador de empresas fundo y consolido la organización empresarial Ardila Lulle, ha sido igualmente distinguido en Colombia por el Gobierno Nacional con la condecoración Orden de la Gran Cruz de Boyacá (máxima distinción civil otorgada en Colombia) y el mérito de haber sido elegido como el empresario del Siglo XX en Colombia por los principales decanos y académicos en el área de administración de empresas, recibió la carta de naturaleza Española de manos del Rey de España Don Juan Carlos I de Borbón; es también catalogado como uno de los hombres más ricos de Latinoamérica y ha figurado en varias ocasiones en la lista Forbes.

La Organización Ardila Lulle está integrada por gran variedad de compañías dedicadas a la producción y transformación de bienes y servicios en sectores tan diversos como las comunicaciones, bebidas, entretenimiento, entre otros. Esta organización está integrada por más de 80 compañías que generan más de 40.000 puestos de trabajo en el país.

Su vida ha sido ejemplo y práctica constante de un férreo espíritu de lucha fundamentada en un profundo respeto por los valores; aspectos que se reflejan en la estructura de una Organización que hoy participa en los principales sectores de la economía nacional<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> [www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/ardila-lulle.htm](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/biografias/ardila-lulle.htm)

El empresario Ardila Lulle maneja como prioridad dentro de su organización valores de alta estima y de profundo respeto por los valores; aspectos que se reflejan en la estructura de su organización como:

- Honestidad.
- Integridad.
- Férreo espíritu de lucha.
- Responsabilidad.
- Creatividad.
- Ética
- Trabajo en equipo
- Competitividad
- Responsabilidad ciudadana

Cada uno de los anteriores empresarios han sido generadores de gran riqueza para su país, y las compañías que actualmente sostienen cuentan con características en común. Ellos parten de la importancia de contar con valores que aporten a cada organización una estructura fuerte y que haga parte de la vida de cada persona que las conforman.

Además tienen presente el bienestar común que se pueda brindar a la sociedad, por medio de la generación de empleo y la creación de servicios de intercambio a nivel nacional; sus pensamientos son a nivel global no individualistas y este puede ser el causante de tan gran éxito.

Por otra parte manifiestan en sus compañías la importancia del “*consumidor*”, y sus servicios abarcan cada una de las necesidades del mismo, generando así su mayor propósito que es impactarles y fidelizarlos; lo anterior desencadena un sin número de estrategias que juntamente con su equipo de trabajo elaboran y ponen en marcha.

Su visión ha sido el crecimiento, la expansión de sus productos y servicios, trabajan de manera incesante; obsesionados por el trabajo, disciplinados, ambiciosos por el bienestar de su sociedad, corren detrás de las oportunidades en el mercado y ofrecen pro actividad ya que siempre tiene algo en mente.

Para finalizar cada uno de estos empresarios mencionados a lo largo de la investigación, han superado etapas difíciles en sus vidas, no solo en el ámbito empresarial, sino también a nivel familiar; y han transformado cada una de estas

situaciones en oportunidades, no amenazas. Es evidente que cada uno de ellos ha estimado la importancia que la organización desde un inicio se rija bajo las teorías de la administración como punto de partida, juntamente con la riqueza que los valores les pueda brindar a cada uno de los que conforma su organización; siendo su propósito final la captación, satisfacción y fidelización de consumidores

## BIBLIOGRAFIA

- Collins C., James y Porras I., Jerry (1995). *Empresas que perduran: Principios exitosos de compañías triunfadoras*. Bogotá- Colombia: Editorial Norma.
- ¿Cuál es el misterioso secreto del éxito de Wal-Mart?. En Línea <http://www.forocomercial.com/autoservicio/walmart.html>
- Wal-Mart. En Línea <http://es.wikipedia.org/wiki/Walmart>
- Estructura Organizacional de una empresa de Colombia Almacenes Éxito de Colombia. En Línea:<http://www.monografias.com/trabajos67/estructura-organizacional-almacenes-exito/estructura-organizaci>
- Historias de Grandes Éxitos como se hicieron millonarios. En Línea. <http://www.historiasdegrandes exitos.com/2009/11/historia-de-wal-mart.html>
- Almacenes de cadena Éxito. En línea: <http://almacenesdecadena.blogspot.com/2007/11/exito.html>
- El Tiempo. En línea: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1534934>.
- El Servicio y la empresa. En Línea: [http://www.mercadeo.com/53\\_servicio.htm](http://www.mercadeo.com/53_servicio.htm)
- Escuela Humanística. En Línea: [http://sigma.poligran.edu.co/politecnico/apoyo/administracion/admon1/pags/juego%20carrera%20de%20observacion/ELTON\\_MAYO.html](http://sigma.poligran.edu.co/politecnico/apoyo/administracion/admon1/pags/juego%20carrera%20de%20observacion/ELTON_MAYO.html)
- CNN:Historia de un fenómeno empresarial - Revista TELOS En Línea: [www.campusred.net/telos/anteriores/num\\_033/actuali\\_libros1.html](http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_033/actuali_libros1.html)
- KPTLER, P., y RMSTRONG, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- HAGSTROM, R. (2000). *Warren Buffett*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- RICART, J. LLOPIS, J. PASTORIZA, D. (2007). *Yo dirijo*. Barcelona, España: Ediciones Deusto. pp. 141-154

- HITT, M. IRELAND, D. (2007). *Administración estratégica, competitividad y globalización*. México: Cengage Learning Editores. P154
- HAMEL, G. (2008). *El futuro de la Administración*. Boston: Harvard Business school Publishing
- Empresas descentralizadas [En línea] [http://www.colegiocentroamericano.com/descargas/recursos/libros/Empresas\\_descentralizadas.pdf](http://www.colegiocentroamericano.com/descargas/recursos/libros/Empresas_descentralizadas.pdf)
- SANCHEZ, J. HERRERA, T. (2009). *Imagen Corporativa, influencia en la gestión empresarial*. España: ESIC Editorial. pp.41- 44
- CALDERON, G. CASTAÑO, G. (2005). *Investigación en la Administración de América Latina*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Manizales Colombia. pp.204-206
- DAVILA, C. (202) *Empresas y empresarios en la historia de Colombia siglos XIX – XX*. Colombia: Editorial Norma
- RAMIREZ, C. (2007). *Fundamentos de la Administración*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Coca Cola España [En línea] <http://conoce.cocacola.es>
- Diario el Espectador [En línea] <http://www.elespectador.com>
- Historia de Antioquia [En línea] <http://www.historiadeantioquia.info/industrializacion-en-antioquia/resena-historica-de-postobon.html>
- NTN 24 - Wikipedia, la enciclopedia libre, [En línea] [wikipedia.org/wiki/NTN\\_24](http://wikipedia.org/wiki/NTN_24).
- CNN en Español - Wikipedia, la enciclopedia libre [En línea] [es.wikipedia.org/wiki/CNN\\_en\\_Espa%C3%B1ol](http://es.wikipedia.org/wiki/CNN_en_Espa%C3%B1ol)
- Time Warner Corporation, [En línea] [www.slideshare.net/lriosp90/time-warner-corporation](http://www.slideshare.net/lriosp90/time-warner-corporation).

## ANEXOS



Fuente: [http://es.wikipedia.org/wiki/Atlanta\\_\(Georgia\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Atlanta_(Georgia))

### 1. VISITA CNN



Fuente propia: Atlanta, Visita empresarial CNN. 21 de Enero de 2012



Fuente propia: Atlanta, Visita empresarial CNN. 21 de Enero de 2012



Fuente propia: Atlanta, Visita empresarial CNN. 21 de Enero de 2012

## 2. VISITA A COCA COLA



Fuente propia: Atlanta, Visita empresarial Coca Cola. 21 de Enero de 2012



Fuente propia: Atlanta, Visita empresarial Coca Cola. 21 de Enero 2012



Fuente propia: Atlanta, Visita empresarial Coca Cola. 21 de Enero de 2012

## CONCLUSIONES

- El convenio de internacionalización que brinda la Corporación Universitaria Minuto de Dios en alianza con la Universidad de Columbus State University (CSU), es una excelente opción para nosotros como estudiantes alcanzar una nueva perspectiva de una cultura, el movimiento empresarial, y el fortalecimiento de nuestros conocimientos en el aspecto académico.
- Al comparar el aspecto administrativo Colombiano vs. el pensamiento empresarial norteamericano, es posible identificar que Colombia es un país con una riqueza inigualable, aunque el tema del TLC y la apertura económica es un aspecto hoy día latente, y en donde las mi pymes son las empresas que pueden llegar a ser las más afectadas, deben estar atentas para generar alianzas a través de Clúster, a fin de que este aspecto no les genere un impacto notable.
- Actualmente una empresa que desee competir en el mercado, busca hacer sus procesos eficientes, es aquí donde se utilizan técnicas como una ayuda útil y efectiva. Las empresas colombianas deberán enfocarse a implementar herramientas de mejoramiento continuo que generen cultura en la organización, teniendo en cuenta que este es uno de los pilares fundamentales para todas aquellas compañías que quieren competir en el mercado actual.
- Una organización es conformada por tres entes: los administradores, los empleados y sus clientes. Si alguna de sus ramas tiene deficiencias no le será posible su estabilidad y crecimiento. Cada empresario debe buscar el equilibrio en cada una de ellas para lograr su finalidad.