

# **Análisis Comparativo De La Investigación Y Desarrollo Tecnológico De Coca Cola Femsa Entre Colombia Y México**



Angy Lizzeth Vergara Garcia

**Universidad Piloto De Colombia**

Junio De 2016

Bogotá D.C

Análisis Comparativo De La Investigación Y Desarrollo Tecnológico De Coca Cola Femsa Entre  
Colombia Y México

Angy Lizzeth Vergara Garcia

Universidad Piloto De Colombia  
Facultad De Ciencias Sociales Y Empresariales  
Programa De Negocios Internacionales  
Bogotá DC 2016

Análisis Comparativo De La Investigación Y Desarrollo Tecnológico De Coca Cola Femsa Entre  
Colombia Y México

Angy Lizzeth Vergara Garcia

Trabajo De Grado Para Optar Al Título De Profesional De Negocios Internacionales

Directora: Judith Salinas

Universidad Piloto De Colombia  
Facultad De Ciencias Sociales Y Empresariales  
Programa De Negocios Internacionales  
Bogotá DC  
2016

## Contenido

RESUMEN EJECUTIVO .....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
OBJETIVO GENERAL.....	7
OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	7
MARCO CONTEXTUAL .....	8
1. LOS ANTECEDENTES DE COCA COLA FEMSA.....	9
Linea del Tiempo de la empresa: .....	9
1.1 LA HISTORIA .....	12
1.2. LA EMPRESA.....	15
1.3. PRESENCIA.....	18
1.4 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS .....	19
2. DESARROLLO COMERCIAL Y PRODUCTIVO DE COCA COLA FEMSA (COLOMBIA) Y (MEXICO) .....	20
2.1. ANALISIS DEL MERCADO DE BEBIDAS .....	20
2.2. SEGMENTO DE BEBIDAS CARBONATADAS.....	22
2.3. TENDENCIAS DE CONSUMO .....	24
3. PROCESO DE LA TECNIFICACION PRODUCTIVA DE COCA COLA FEMSA .....	26
3.1. TECNIFICACIÓN TECNOLÓGICA PRODUCTIVA .....	26
3.3. PROCESO DE PRODUCCION COCA COLA.....	29
4. COCA COLA FEMSA Y SU INFLUENCIA REGIONAL .....	38
4.1. IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL DE LA EMPRESA.....	38
4.2. PRINCIPALES COMPETIDORES DE PRODUCTOS .....	39
CONCLUSIONES.....	42
ANEXOS .....	44
1. Video visto en Coca Cola Femsa Toluca, La historia de Coca Cola Femsa .....	44
2. Video Visto en Coca Cola Femsa Toluca, Esto es Femsa .....	44
3. Fotografías en la planta De Coca Cola Femsa En Toluca.....	44
4. Video Misión a México.....	44
5. Video Entrevista Amigo Mexicano en la Universidad del Politécnico .....	44
Bibliografía .....	45

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En este proyecto se busca conocer y comparar la industria de Coca- Cola Femsa entre Colombia y México, dado que es una industria de gran auge e importancia en los negocios internacionales, así como los demás sectores estos buscan satisfacer los deseos y necesidades de una población que aumenta día a día el consumiendo de bebidas Carbonatadas.

Coca-Cola FEMSA posee distintos productos que forman parte de un amplio portafolio, que son una referencia para cada uno de los clientes y consumidores ya que además de esto, el mercado posee un fortalecimiento comercial de gran impacto en los diferentes segmentos de clientes, generando diferentes estrategias comerciales con una única visión, satisfacer los deseos y necesidades de cada uno de los consumidores tanto colombianos como mexicanos, brindando un producto único, innovador y de excelente calidad, pero cada uno con un sabor peculiar y único que los hace representativos en los diferentes mercados de acuerdo a su segmento objetivo.

Así mismo cabe resaltar la importancia de Coca Cola Femsa en México y su influencia comercial en este mercado además de ser una marca posicionada a nivel mundial, posee un fortalecimiento comercial y económico en este país; cuenta con múltiples alianzas que lo convierten en un socio estratégico para su penetración en las diversas ciudades, en Colombia su impacto es un poco más reducido ya que contamos con otras compañías nacionales como es el caso de Bavaria con un impacto comercial en sus bebidas alcohólicas y su bebida carbonatada Pony Malta y finalmente los productos Postobon por (Ardila Lulle) con las bebidas gaseosas.

Finalmente cabe resaltar que Coca Cola Femsa ha venido escalando los diferentes mercados internacionales convirtiéndose en una compañía líder y de gran impacto que día a día trabaja en la sostenibilidad de su proyecto social, ayudar a las comunidades y al planeta.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo se realizó para dar a conocer y desarrollar una investigación comparativa entre la industria de Coca- Cola Femsa de Colombia y México, aprovechando la misión académica a México y la visita a la compañía de Coca Cola Femsa en Toluca se analizaron las diferentes estrategias comerciales y productivas de cada una de estas empresas a nivel regional, así mismo su influencia y su impacto social en esta.

Al realizar una exhausta investigación acerca de la importancia regional de esta empresa, nos damos cuenta que Coca-Cola FEMSA produce y distribuye Coca-Cola, Fanta, Sprite, Del Valle y otros productos de las marcas de The Coca-Cola Company en México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela, Brasil, Argentina y Filipinas, además de agua embotellada, jugos, té, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios; la Compañía cuenta con 64 plantas embotelladoras y atiende a más de 346 millones de consumidores, a través de cerca de 2,900,000 detallistas, con más de 120,000 colaboradores a nivel mundial; el 47.9% del capital social es propiedad de Femsa, así como el 28.1% de subsidiarias de The Coca-Cola Company, y el 24.0% del público inversionista. (Femsa C. C., Informe de sostenibilidad , s.f.)

Posteriormente durante el desarrollo del trabajo, se implementará los conocimientos aprendidos durante el proceso académico ya visto en las diferentes temáticas de la malla curricular, como lo estudiado en la materia de eje fundamental Negocios en Latinoamérica la

cual nos enfocó sobre los múltiples acuerdos y tratados entre los países Latinoamericanos, la importancia de mantener las relaciones comerciales y empresariales con los distintos países, manteniendo estas relaciones con los distintos socios estratégicos.

Finalmente, las distintas conferencias dadas en México facilitaron el proceso del desarrollo de esta monografía, ya que me permitieron desarrollar, analizar, identificar y comparar el mercado de esta gran industria para que posteriormente se tenga una idea aterrizada y clara de la importancia, de Coca cola Femsa tanto en Colombia como en México, analizando su historia y su evolución en el mercado, comparando los distintos procesos de esta compañía en los diferentes países Colombia y México.

### **OBJETIVO GENERAL**

Comparar Coca- Cola Femsa en Colombia y en México, analizando la tecnificación del sistema productivo y comercial en el mercado regional.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Describir los antecedentes históricos y evolutivos de Coca- Cola Femsa como empresa
2. Comparar el desarrollo comercial y productivo en el proceso de la tecnificación tecnológica.

3. Analizar la importancia de esta industria en Colombia y México comparando el mercado regional.

## **MARCO CONTEXTUAL**

Los Negocios Internacionales se orientan en la formación académica de la innovación, el liderazgo y el espíritu empresarial de cada uno de los estudiantes, apoyados de una malla curricular en la gestión de negocios de diversos ejes temáticos, que orientan la formación para el aprendizaje autónomo y para el desarrollo de habilidades de pensamiento, de interpretación, uso de información y de trabajo en grupo; la misión a México se realizó en el contexto académico donde los estudiantes adquirieron conocimiento y nuevas experiencias como futuros profesionales de Negocios Internacionales.

Así mismo, en el viaje a México se analizaron los diferentes temas que fueron de gran interés para el desarrollo de nuestro trabajo de grado entre los cuales encontramos: como hacer negocios con México, La importancia y el impacto del TLCAN, la salida a la planta de Coca Cola Femsá en Toluca, Emprendimiento e innovación en los negocios, Procolombia oportunidades de las pequeñas empresas en México, los cuales permitieron el análisis y el desarrollo de esta misión.

Finalmente para el desarrollo de mi temática la visita a la planta de coca cola Femsá en Toluca me fueron de gran interés y gran importancia ya que influyeron en el progreso de la monografía, donde pude conocer todo el proceso de la tecnificación productiva de coca cola



Femsa en este país (México), así mismo me permitió realizar un análisis comparativo frente a la industria colombiana con la mexicana, midiendo cada uno de sus procesos de producción, comercialización y distribución, teniendo en cuenta las diferencias culturales y los gustos de cada uno de los consumidores, analizando su importancia tanto comercial como productiva en el mercado regional.

## **1. LOS ANTECEDENTES DE COCA COLA FEMSA**

Coca cola Femsa se encuentra fundamentada en la historia y la tradición de dos grandes instituciones, FEMSA y The Coca-Cola Company, quienes en 1993 se asociaron, dando origen como empresa pública a lo que es hoy Coca-Cola FEMSA: El embotellador más grande de productos Coca-Cola en el mundo.

Operan en la mayor parte de América Latina y Asia, dos de las regiones más atractivas para la industria, teniendo presencia en: México, Costa Rica, Panamá, Nicaragua, Guatemala, Colombia, Venezuela, Argentina, Brasil y Filipinas.

### **Linea del Tiempo de la empresa:**

Para analizar la evolución de la empresa, miraremos detalladamente la línea del tiempo de los principales avances significativos de la compañía, que dieron origen a lo que es hoy en día Coca Cola Femsa en el mundo.

Así mismo la evolución de esta gran compañía en algunos países de Latinoamérica, y como fue su proceso desde su nacimiento hasta su continuidad en la actualidad; a continuación observaremos algunas fechas claves para el avance comercial y productivo de esta empresa:



Surge Coca Cola  
Femsa Argentina

**1994**

Adquisición de panamerican  
beverages (PANAMCO)  
Nicaragua, costa rica,  
Guatemala, Panamá, Brasil,  
Colombia y Venezuela.

**2003**

Incorporación al  
portafolio de  
productos Matte Leao  
en Brasil

**2010**

México: fusión con grupo  
fomento queretano  
(FOQUE) incorporación de  
santa clara a través de jugos  
del Valle

**20012**

**1993**

Se consolida la sociedad  
entre The Coca-Cola  
Company y Grupo Femsa  
y así surge Coca- Cola  
Femsa

**2001**

Femsa adquiere la  
compañía  
refresquera Mundet

**2007**

Adquisición junto  
con The Coca-Cola  
Company de jugos  
del Valle.

**2011**

Panamá: adquisición  
de estrella azul junto  
con The Coca-Cola  
Company México;  
fusión de Coca Cola  
Femsa con grupo  
Tampico e integración  
de CIMSA a las  
operaciones.

**2013**

Filipinas: expansión de  
las operaciones a Asia.  
México Integración de  
grupo Yolia las  
operaciones de Brasil,  
integración de Spaipa a  
las operaciones  
adquisición de  
fluminense, empresa  
embotelladora de Brasil.


Como nos damos cuenta Coca cola Femsa ha tenido una evolucion significativa a lo largo de su trayectoria, penetrando los diferentes mercados en Latinoamerica, y otras partes del mundo, logrando ser una empresa lider y reconocida a nivel mundial, teniendo reconocimiento por parte del mercado y teniendo marca por parte de los usuarios.

## 1.1 LA HISTORIA

Coca Cola Femsa inicia su historia en 1890, y desde ahí comenzó su principal propósito, mantener siempre el desarrollo y las relaciones comerciales de cada una de las industrias socias, siguiendo en todo momento cinco ejes de desarrollo: la innovación constante, el desempeño eficiente, el crecimiento sólido, el respeto al medio ambiente y el desarrollo tanto del personal como de las comunidades en donde operan.


El esfuerzo ha tenido frutos, hoy en día el resultado del trabajo y los avances evolutivos de esta empresa han sido reconocido tanto por los accionistas, como por los colaboradores y la comunidad a la que van dirigidos.

A continuación, miraremos una pequeña secuencia historia de esta empresa a lo largo de su trayectoria, sus alianzas y su progreso a lo largo del mercado. (Femsa T. C.-C., s.f.)

<p style="text-align: center;"><b>Década de 1890</b></p> 	<p>Su lejanía con la capital, un entorno político social complejo y la falta de oportunidades rezagaban al norte de México ante el desarrollo del centro del país, por lo que un grupo de emprendedores de Monterrey, Nuevo León, identificó la oportunidad de crear una empresa que aprovechara el crecimiento nacional y global. Fue así como se fundó la Cervecería Cuauhtémoc, que se convertiría en la impulsora</p>
--	---

<p>Imagen Tomada De: Tecnológico de Monterrey Cervecería Cuauhtémoc</p>	<p>del desarrollo socioeconómico en la región.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Década de 1930</b></p>  <p>Imagen Tomada De: Tecnológico de Monterrey Cervecería Cuauhtémoc</p>	<p>En una década de estabilización e institucionalización del país, y como respuesta a las necesidades de diálogo entre el sector público y la iniciativa privada, Luis G. Sada, consejero de la Cervecería Cuauhtémoc, impulsó la creación de la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), con el objetivo de promover conciencia empresarial y reformas sociales, económicas, jurídicas y políticas que fomentaran el desarrollo nacional y la conciliación de intereses entre los trabajadores y el sector patronal.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Década de 1940</b></p>  <p>Imagen Tomada De: Tecnológico de Monterrey Cervecería Cuauhtémoc</p>	<p>El desarrollo de Nuevo León avanzaba y se estimaba que el sistema educativo no sería capaz de proveer los suficientes profesionistas con las competencias necesarias para cumplir las demandas de su crecimiento. Fue así como un grupo de empresarios liderados por Don Eugenio Garza Sada, líder de la Cervecería Cuauhtémoc, crearon el Tecnológico de Monterrey con la misión de formar integralmente a hombres y mujeres y con la creencia de que el desarrollo humano es la clave para un mejor país.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Década de 1950</b></p>  <p>Imagen Tomada De: Tecnológico de</p>	<p>México atravesaba la transición hacia la modernización y la sociedad requería mecanismos para construir un patrimonio de largo plazo, por tal motivo se fortaleció la política de vivienda y se inauguró la Colonia Cuauhtémoc. Entre 1957 y 1972, se entregaron a los colaboradores 1,318 casas contribuyendo a su bienestar integral. El total de personas que laboraban en la empresa era alrededor de 5,000.</p>

<p>Monterrey Cervecería Cuauhtémoc</p>	
<p><b>Década de 1990</b></p>  <p>Imagen Tomada De: Coca Cola Delivery Truck Knoxville</p>	<p>En estos años marcados por la globalización y la apertura de mercados, la empresa se alineó a estándares internacionales cotizando en la Bolsa de Valores de Nueva York. Con este gran paso se fortalecieron las prácticas de transparencia, rendición de cuentas y gobierno corporativo, fomentando así la confianza de inversionistas globales. En esta década se llevó a cabo la asociación con The Coca-Cola Company y la primera compra de una empresa fuera de México.</p>
<p><b>Década de 2000</b></p>  <p>Imagen Tomada De: Informe de sostenibilidad Femsa.</p>	<p>Se consolidó la internacionalización de la compañía con la compra de Panamerican Beverages, Inc., Panamco. Con esto, la compañía se convirtió en la embotelladora de productos Coca-Cola más grande de América Latina y la segunda más grande del mundo. Posteriormente, se realizarían más adquisiciones que harían de FEMSA una empresa de clase mundial. Más adelante, ante la complejidad de retos globales, riesgos de entorno, disponibilidad de recursos y baja calidad de vida de las comunidades donde existe operación, se creó Fundación FEMSA, una institución de inversión social que contribuye a la educación, ciencia y tecnología para el uso sostenible del agua y el bienestar de la sociedad.</p>
<p><b>Década de 2010</b></p>  <p>Imagen Tomada De: Informe de</p>	<p>La presencia en diversos sectores, países y culturas aumentó la importancia de identificar las necesidades de cada entorno, para propiciar las condiciones sociales, económicas y ambientales para la adecuada operación y crecimiento de los negocios. Por lo anterior, se fortaleció la misión de generar valor económico y social vinculando el concepto de sostenibilidad en los procesos de negocio y de toma de decisión.</p>

sostenibilidad Femsa.	
<b>Actualidad</b>	
	
Imagen Tomada De: The Coca-Cola Company Productos.	

Hoy en día Femsa es una empresa multinacional que ofrece servicios integrales de logística que generan valor a sus clientes con un alto enfoque en la innovación y la seguridad. Con presencia en siete países de América Latina: México, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Perú y Brasil, es fuente de empleo para más de 13,000 personas.

(Femsa, s.f.)

## 1.2. LA EMPRESA

### MEXICO:

FEMSA es una empresa mexicana fundada hace 125 años, Actualmente tiene presencia y opera en 12 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Filipinas, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú y Venezuela, posee más de 357 millones de personas a través de sus multiplex Unidades de Negocio: Coca-Cola FEMSA, FEMSA Comercio y FEMSA Negocios Estratégicos, las cuales generaron ingresos en 2015 por \$311,589 millones de pesos mexicanos (USD \$18,121 millones) y 261,464 empleos directos; además, son el segundo accionista más grande de Heineken a nivel global, al contar con el 20% de participación accionaria.

Por otro lado, cuentan con operaciones a través de 63 plantas embotelladoras y 345 centros de distribución ofreciendo así mismo más de 110 marcas de bebidas y con 14,061 tiendas OXXO en México y Colombia.

Es el embotellador público más grande de bebidas de la marca Coca-Cola a nivel mundial, distribuyendo más de 3,400 millones de cajas unidad al año; opera en Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Filipinas, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá y Venezuela.

Distribuye sus productos en más de 2.7 millones de puntos de venta, atendiendo a más de 357 millones de consumidores, con diversas marcas como Coca-Cola, Coca-Cola Light, Coca-Cola Zero, Coca-Cola Life, Fanta, Fresca, Sprite, Sprite Zero, Powerade, Del Valle, Ciel, FUZE Tea, Fuze Tea Light, Delaware Punch, Powerade ION4, Vitaminwater, BURN, Santa Clara, Estrella Azul y Blak; En 2015 generó 99,018 empleos directos y más de 1.9 millones de empleos indirectos.

A través de OXXO, OXXO Gas, Doña Tota, Bara, Farmacias Yza y Farmacias Moderna, atiende a más de 10.8 millones de clientes diariamente; así mismo la cadena de tiendas OXXO cuenta con 14,061 tiendas, de las cuales 1,208 fueron abiertas durante 2015.

Finalmente, en 2015 se anunció la adquisición de Farmacias Farmacón, que opera más de 200 establecimientos en los estados de Sinaloa, Baja California y Baja California Sur, en México, así como la participación mayoritaria de Grupo Socofar con base en Chile, que opera más de 640 farmacias y 150 tiendas de belleza en este país, además de 150 farmacias en Colombia. (Femsa I. d., s.f.)

### **COLOMBIA:**

La nueva planta hará parte del Parque Industrial FEMSA, ubicado en una Zona Franca Permanente, que contará con una extensión aproximada de 27 hectáreas que se convertirán en el clúster de bebidas no alcohólicas más moderno de la región, con tecnología de vanguardia y amigable con el medio ambiente y el entorno. El proyecto cuenta con nuevas tecnologías y los



más altos estándares de ingeniería y arquitectura que optimizan los recursos no renovables. Por ejemplo, los techos de la estructura de la Planta, cuentan con una superficie de 70.000 metros cuadrados y están diseñados para recoger anualmente alrededor de 60.000 metros cúbicos de agua. Asimismo, la construcción cuenta con avances de ingeniería para optimizar la utilización de luz día y reducir sustancialmente el consumo energético con el que se proyecta un ahorro de energía entre el 20% y el 40%. Con tecnologías como estas, esperamos que la Planta cuente con la Certificación LEED.

En 2014 Coca-Cola FEMSA obtuvo la mayor venta anual de la historia de la compañía en Colombia llegando a los 298 millones de cajas unitarias, lo que significa un incremento en las ventas de 8,2% respecto a 2013, generado por la consolidación de las marcas del segmento carbonatado y la creciente demanda del consumidor por productos como Powerade, Fuze Tea, Del Valle, Brisa y Manantial.

La compañía espera seguir consolidando su portafolio de productos entre los consumidores colombianos, así como generando valor económico, social y ambiental en las comunidades donde opera. Actualmente se está ejecutando nuestra inversión más importante de los últimos años en Colombia con la construcción de la nueva planta embotelladora en el municipio de Tocancipá, que hará parte del Parque Industrial FEMSA, y que se convertirá en el clúster de bebidas no alcohólicas más moderno de la región, con tecnología de punta y amigable con el medio ambiente y el entorno.

Durante estos casi 12 años de presencia en Colombia se han tenido resultados positivos, por eso vemos al país con gran potencial de crecimiento y la nueva planta de Tocancipá nos ayudará a seguir firmes en el proceso de consolidación constante. De hecho, Colombia es el primero de los 10 países donde tenemos presencia, en el que se lleva a cabo un proyecto de la magnitud Parque

Industrial FEMSA, cuya planta embotelladora representa grandes avances en innovación, tecnología y sustentabilidad. (Dinero, 2015)

### 1.3. PRESENCIA

Coca cola Femsa tiene presencia en 9 países de Latinoamérica México, Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Venezuela.

Cuanta con distintos activos entre los cuales encontramos:

- ❖ 31 plantas embotelladoras
- ❖ 353 centros de distribución
- ❖ Alrededor de 1500 millones de clientes potenciales
- ❖ Más de 200 millones de consumidores. (Hernandez, Universidad Iberoamericana, s.f.)



## 1.4 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS



**Imagen Tomada De: Coca Cola Company- Femsa**

Para satisfacer las necesidades de cada uno de los consumidores y de los diferentes mercados, Femsa cuenta con un amplio portafolio, integrado por 116 marcas, incluyendo refrescos, aguas con o sin gas, té listo para beber, café, jugos y néctares, bebidas a base de frutas, bebidas para deportistas, bebidas energéticas y bebidas fortificadas.

Así mismo las bebidas de Coca-Cola FEMSA corresponden a el 20.6% de productos reducidos o sin calorías y el 3.2% a bebidas vitaminadas, fibras, minerales o suplementos nutricionales agregados, representando un 23.8% del portafolio.

A través del 100% del portafolio se busca satisfacer las diferentes necesidades de consumo en el mercado, proveer bebidas para cada estilo de vida, gusto y ocasión brindando así un alto estándar de calidad en cada uno de los productos, que pueda ser confiable en todo momento.

Para Coca-Cola FEMSA es muy importante garantizar la calidad a lo largo de todo el ciclo de vida de cada uno de los productos y en consistencia, como parte del Sistema Coca-Cola,

operamos de acuerdo con los “Requerimientos Operativos de Coca-Cola” (KORE por sus siglas en inglés). (Femsa T. C.-C., s.f.)

## **2. DESARROLLO COMERCIAL Y PRODUCTIVO DE COCA COLA FEMSA (COLOMBIA) Y (MEXICO)**

### **2.1. ANALISIS DEL MERCADO DE BEBIDAS**

#### **COLOMBIA:**

Las bebidas no alcohólicas en Colombia mantienen un crecimiento constante gracias a dos fuerzas principales, el aumento de la renta disponible y la disminución de la pobreza. Este segundo punto fue uno de los factores más determinantes en el aumento del consumo de este tipo de productos, debido a que hubo un descenso significativo de la pobreza en los últimos tres años, al pasar del 37% en el 2010 al 33% en el 2013, es decir que, cerca de 1,7 millones de personas ingresaron al estrato medio y se convirtieron en consumidores activos del mercado, para beneficio de las categorías de refrescos, según datos de Euromonitor.

De igual manera, la tendencia de buscar productos más naturales, que contribuyan y brinden bienestar en la salud han hecho que los consumidores de bebidas tradicionales como los carbonatos, más conocidos como gaseosas, se cambien a alternativas más saludables como el agua embotellada, té, jugos y concentrados de frutas, entre otros.

La fabricación de refrescos en Colombia la lideran dos empresas: Postobon S.A. y Fomento Económico Mexicano S.A. (Femsa), quienes en un principio se posicionaron en el mercado ofreciendo sus bebidas exclusivamente en el segmento de hotelería. Sin embargo, ellos identificaron un nuevo mercado potencial. Se trató de la venta al detal en barrios populares, en

donde habitaban personas con ingresos medios y bajos, es decir la clase obrera, quienes tenían la necesidad de hidratarse constantemente y, además, acompañar sus comidas.

Es por esto que, las dos empresas se aliaron individualmente con terceros que, en este caso, eran los proveedores de alimentos como las tiendas y los puestos de comida rápida, para ofrecer sus productos en estas zonas. (Legiscomex, Industria de bebidas en Colombia , 2015)

### **MEXICO:**

México es un país de gran distribución geográfica y goza del crecimiento más rápido respecto al consumo per cápita de refrescos, con una fuerte penetración de las bebidas con sabor a fruta y bebidas carbonatadas para niños y adultos.

El consumo de bebidas (con gas y sin gas) representa en el gasto corriente de los hogares mexicanos destinado a alimentos, bebidas y tabaco en el 2013 el 3.5%, según la Encuesta Nacional de Ingreso-Gasto de los Hogares en México elaborada por INEGI.

En el 2015 del gasto total realizado en bebidas no alcohólicas, las familias gastan en promedio 8.7% en jugos. Además, del total del gasto realizado en bebidas consumidas dentro del hogar, alimentos y bebidas consumidas fuera del hogar y tabaco, en promedio los hogares destinan 2.3% a la compra de jugos. (Alimenticia, s.f.)

<b>Porcentaje respecto del gasto total de bebidas no alcohólicas destinado a cada tipo de bebidas</b>	
<b>Tipo de bebida no alcohólica</b>	<b>Total</b>
Refrescos y bebidas con y sin gas	68.2%
Jugos	8.7%
Concentrados	18.1%
Agua	4.3%
Otras	0.7%
<b>Total bebidas no alcohólicas</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Elaboración propia con base a datos de la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares, INEGI.

## **2.2.SEGMENTO DE BEBIDAS CARBONATADAS**

### **MEXICO:**

Dentro del segmento de bebidas carbonatadas, los competidores más destacados en México son: Coca-Cola, Pepsico, Mundet, Cadbury, Jarritos, Grupo Peñafiel, Ajemex, Aga Group y Cooperativa Pascual Boing entre otros, segmento donde Coca-Cola como líder encabeza la lista con un 62.6% del total del mercado mexicano.

El segmento de bebidas carbonatadas registró un crecimiento global del 2%, cifra que para el 2006 llegó a 2.3%, alcanzando con esto a los 196,000 millones de litros aproximadamente, y manteniendo así un crecimiento anual promedio de 2.1% sostenido desde el 2001. Estas cifras reflejan la madurez alcanzada por este segmento, ya que durante las décadas de los 70's, 80's y principios de los 90's sostenía crecimientos anuales de 10% en promedio.

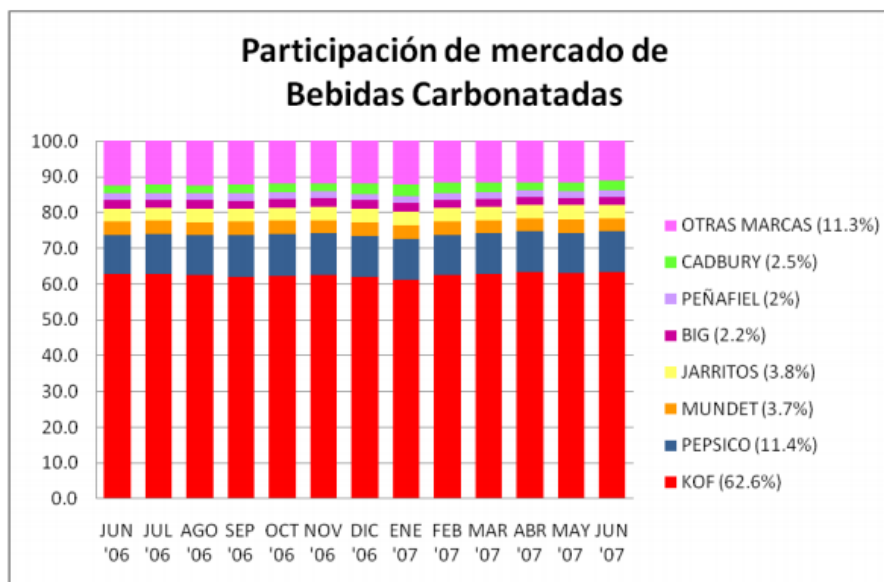


Imagen Tomada de: Coca Cola Femsa, Bebidas carbonatadas

Como nos damos cuenta El mercado de bebidas en México, es uno de los más competitivos e innovadores, pero es también uno de los más rentables. Este mercado se compone de dos grandes grupos: de bebidas alcohólicas y bebidas no alcohólicas, y éste último grupo se divide en dos segmentos: de bebidas carbonatadas o CSD's por sus siglas en inglés (Carbonated Soft Drinks) y bebidas no carbonatadas. (Hernandez, Universidad Iberoamericana, s.f.)

### **COLOMBIA:**

Tomarse una gaseosa, un jugo o un té, puede ser la actividad más común para cualquier colombiano, pero detrás de cada sorbo de estas bebidas hay un mercado con ventas que en el último año superaron los \$3,5 billones y los 2.000 millones de litros. Esto lo convierte en uno de los sectores más dinámicos del país, con un crecimiento de 9% en 2014, frente al dato de 2013.

La innovación se constituye en uno de los factores que marca la pauta de esta industria, que es dominada por las gaseosas, ya que debe adaptarse de manera permanente a las nuevas tendencias de consumo de los compradores.

El mercado de las bebidas no alcohólicas, listas para consumir, está compuesto de acuerdo con sus volúmenes de ventas por: bebidas gaseosas, con un 64%; los jugos de frutas, con un 17%; el agua embotellada, con un 9%; el té, con un 3%; las bebidas energizantes 4% e isotónicas, con un 4%.

Sergio Mattos, gerente de la industria de bebidas de Nielsen Colombia, explica que el crecimiento de mercado de bebidas no alcohólicas en Colombia (9%) es positivo pues supera en 5 puntos porcentuales el que presentan los otros productos de consumo en el país, que es de un 4%. El crecimiento de los precios es de un 8% al año.

"Este crecimiento va acompañado de un gran esfuerzo por parte de los fabricantes en términos de sacrificar márgenes y alcanzar los volúmenes que manejan actualmente", dijo el experto.

Indicó que en una economía como la colombiana que está en desaceleración, con la actual devaluación e incremento en precios y una confianza del consumidor que no está en sus mejores niveles, los productos de consumo masivo no registran un desempeño muy positivo ya que, si bien no decrecen, están creciendo a tasas muy bajas. (Heraldo, 2015)

### **2.3.TENDENCIAS DE CONSUMO**

#### **MEXICO:**



Con un promedio de 164 litros por persona al año, México tiene el mayor índice de consumo de refrescos y bebidas azucaradas en el mundo, por encima de países como Estados Unidos, lo cual, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud (EN SANUT) 2014, supera incluso la ingesta de productos básicos, sólo por debajo de la leche y la tortilla.

Según datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares (ENIGH) del INEGI en 2015, se destina entre el 7.5 y 12% de los ingresos de las familias a la compra de refrescos, aguas y jugos embotellados, destacando una mayor demanda los de cola, que cubren 70% del mercado. En 6 de cada 10 hogares se consume refresco. (Bienestar, 2014)

## **COLOMBIA:**

Las bebidas no alcohólicas se consumen en todas las poblaciones, siendo el estrato medio el mayor comprador con un 62% de participación, seguido por el bajo con un 29%, mientras el alto ocupa un 9% de dicha industria.

Estas cifras están ligadas al crecimiento del país, ya que según datos del DANE, el consumo per cápita de estos refrescos creció un 7% durante los últimos cinco años (2009–2013).

El consumidor colombiano se siente atraído por los precios especiales y las promociones, específicamente aquellas que le obsequian otro producto (pague uno lleve dos). Así mismo, las personas están optando por adquirir bienes más saludables, con menos contenido de azúcar, grasas, altas adiciones de fibra, calcio, descafeinados y deslactosados. Las ciudades que consumen mayores cantidades de gaseosas son Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, quienes

sobresalen por ser las de mayor población. (Legiscomex, BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS EN COLOMBIA , 2015)

### **3. PROCESO DE LA TECNIFICACION PRODUCTIVA DE COCA COLA FEMSA**

#### **3.1.TECNIFICACIÓN TECNOLÓGICA PRODUCTIVA**

Coca-Cola Femsa trabaja día a día en la investigación y el desarrollo tecnológico de sus procesos de producción y comercialización; así mismo la compañía invierte anualmente en tecnología de punta en su maquinaria y en I+D para crear productos con altos estándares de calidad y así mismo satisfacer la oferta y demanda del mercado; actualmente se destinó 40 millones de dólares a la innovación el año pasado, este gasto incluye innovación tecnológica y de operación, la cual, en opinión del gerente de Arquitectura Tecnológica Empresarial de Coca-Cola Femsa, Hugo Moreno, debe ser aplicada cuidadosamente, pues normalmente son procesos que requieren muchos recursos.

En el marco del SAP Forum México 2015, el directivo de la embotelladora pública más grande de Coca-Cola expresó que la innovación tecnológica debe darse en colaboración con socios estratégicos de la industria, como la que tienen con SAP; Por eso, dijo, utilizan un modelo de ‘coinnovación’, que consiste en hacer alianzas estratégicas con los desarrolladores de tecnología.

Los grandes crecimientos de las empresas estarán relacionados con el de las tecnologías de la información, en Coca-Cola se busca la adopción temprana de tecnologías que impacte el negocio principal, que es vender mejor los refrescos, estudiar a los clientes y saber qué es lo que quieren, “la tecnología de coinnovación (de empresas con firmas tecnológicas) tiene un proceso de maduración en las grandes firmas que deben encontrar la forma de implementarlos rápidamente y replicarlos en distintos mercados” indicó el CIO de Coca-Cola Femsa. (Financiero, 2016)

## **COLOMBIA:**

La innovación en tecnología permitirá un ahorro de entre el 20 y el 30% en el uso de agua, así como el uso eficiente de energía, que proyecta un ahorro de entre el 20 y el 40%, lo que hace de esta nueva planta un ejemplo de arquitectura industrial avanzada y productividad en Latinoamérica”, dijo John Santa Maria, director General Coca-Cola FEMSA.

De acuerdo con los directivos de empresa, la nueva planta reúne tecnología alemana, italiana, española, argentina, americana y colombiana, representadas en una capacidad instalada en la Fase I de dos líneas grandes de producción de 75 millones de cajas unidad al año y una capacidad adicional en la Fase II, a partir de julio próximo, representada por tres líneas medianas con una capacidad de 55 millones de cajas unidad al año.

El proyecto en Tocancipá se suma a los centros de producción de Bogotá, Medellín, Bucaramanga, Barranquilla, Cali y La Calera. (Espectador, 2015)

### **MEXICO:**

La tecnología juega un papel muy importante en el cumplimiento de los objetivos de Coca Cola Femsa, ya que es una herramienta excelente para optimizar el trabajo y lograr los mejores resultados.

Muestra de ello es la planta de Coca-Cola FEMSA México ubicada en Toluca, que ya cuenta con una nueva línea de envases retornables de plástico con formato de dos litros, que incorpora importantes aspectos de innovación y tecnología para garantizar los máximos estándares de calidad, además de cubrir las normas de seguridad, calidad y medio ambiente.

Entre sus innovaciones destaca el uso de tecnología de inspección para asegurar la inocuidad de los procesos, sistemas para garantizar que los cajones salgan llenos y detectar faltantes de etiquetas, así como el uso de última generación de la maquinaria en el encajonado y desencajonado.

Alineados con el compromiso del cuidado del medio ambiente y recursos naturales, esta nueva línea cuenta con la tecnología más avanzada para el equipo de lavadoras de botellas y cajones, orientados a maximizar la eficiencia del agua y energía eléctrica. (Femsa C. C., La tecnología nuestro mejor aliado , s.f.)

### 3.3. PROCESO DE PRODUCCION COCA COLA

A continuación, miraremos y analizaremos el proceso tecnológico para la fabricación de la bebida carbonatada Coca Cola, iniciando previamente con el procedimiento del tratamiento del Agua, seguido del proceso del Jarabe Azucarado de esta.

#### TRATAMIENTO DE AGUAS:

En este proceso vemos como se inicia previamente la llegada del agua potable por medio de las tuberías para pasar por un procedimiento de purificación y así mismo tratar el agua como lo veremos en la siguiente imagen:

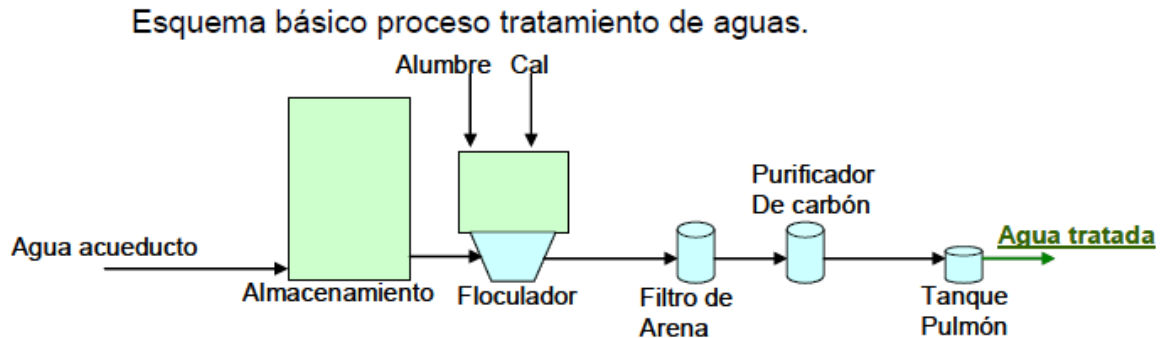


Imagen Tomada De: Plan De Mantenimiento Utilizando Técnicas De Diagnóstico De Última Tecnología Para Una Planta Productora De Bebidas

Como nos damos cuenta encontramos un tanque de almacenamiento con capacidad para más de 500 m<sup>3</sup> el cual pasa por un equipo floculador que mediante la utilización de un coagulante y un controlador de pH, el equipo se encarga de retirar la materia orgánica que pueda

llegar a tener el agua de esta forma el agua es clarificada, posteriormente es pasada por unos filtros de arena los cuales se encargan de retirar los sólidos en suspensión que pueda traer el agua y no fueron retirados en el floculador, de esta manera el agua es enviada a los purificadores de carbón los cuales retiran el cloro, olores y sabores que pueda tener el agua, finalmente para poder ser enviada a un tanque pulmón, y finalizar el proceso de tratar el agua. (MARTINEZ, Plan De Mantenimiento Utilizando Tecnicas De Diagnostico De Ultima Tecnologia Para Una Planta Productora De Bebidas, s.f.)

**Elaboración de jarabe:** Para el procedimiento de la elaboración del jarabe es importante que el azúcar sea vaciada manualmente en una tolva para ser transportada por un tornillo hacia un tanque enchaquetado donde es diluida en agua purificada y mediante calentamiento se aumenta la temperatura hasta aproximadamente 80 C, en este momento se adiciona agua carbonatada fría en proporción aproximada de 1:10 del volumen total del tanque calentamiento para eliminar cualquier suciedad que tenga el azúcar, este proceso es denominado “flotación” como lo veremos en la siguiente imagen. (MARTINEZ, Plan De Mantenimiento Utilizando Tecnicas De Diagnostico De Ultima Tecnologia Para Una Planta Productora De Bebidas, s.f.)

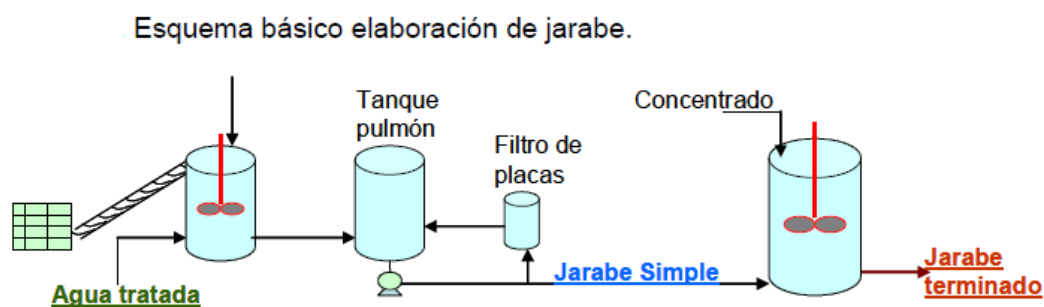


Imagen Tomada De: Plan De Mantenimiento Utilizando Técnicas De Diagnóstico De Última Tecnología Para Una Planta Productora De Bebidas

luego de hacer esta mezcla se pasada a un tanque pulmón donde por un proceso de recirculación con un filtro de placas termina de eliminar residuos sólidos, impurezas y baja el color para obtener “jarabe simple”, este, según la receta particular de cada producto, de acuerdo con la producción planificada es enviado hacia los tanques de jarabe terminado; se les llama de esta manera debido a que es donde culmina el proceso de elaboración de jarabe, en dichos tanques el jarabe simple se mezcla con el concentrado correspondiente, se deja reposar por un lapso específico y posteriormente se bombea directamente a las líneas de producción.

Después de hacer el jarabe pasamos a realizar el embotellado, depaletizado y el descajonado los cuales son:

**Embotellado:** En el proceso de embotellado intervienen equipos necesarios para garantizar la corrida de toda la línea, donde principalmente los equipos que intervienen en una línea de llenado desde que llegan las botellas del mercado hasta que sale lista para ser cargada en los camiones de distribución como lo vimos en la compañía de Coca Cola Femsa en Toluca. (MARTINEZ, Plan De Mantenimiento Utilizando Tecnicas De Diagnostico De Ultima Tecnologia Para Una Planta Productura De Bebidas, s.f.)

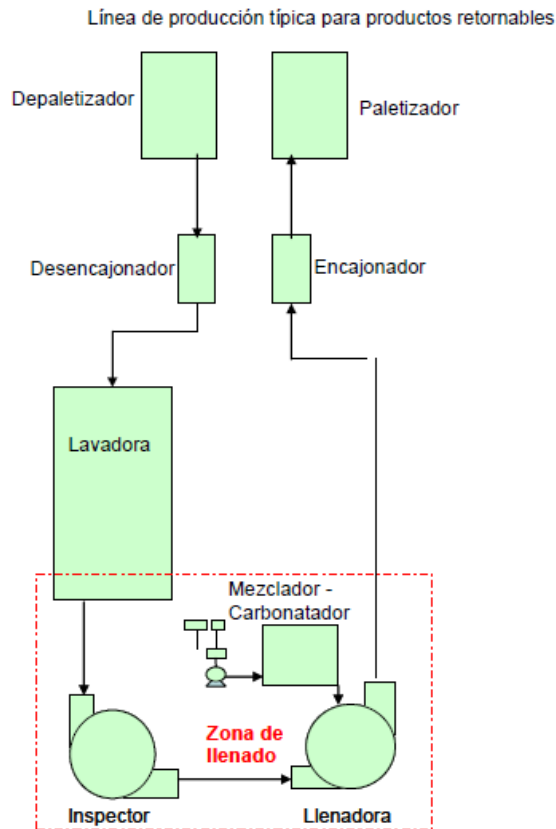


Imagen Tomada De: Plan De Mantenimiento Utilizando Técnicas De Diagnóstico De Última Tecnología Para Una Planta Productora De Bebidas

**Depaletizado:** Es la primera estación del proceso y tiene por objeto proveer de cajas con botellas vacías a la línea de producción. El proceso consiste en traer de bodega por medio de un montacargas, las estibas, depositarlas en el transportador de rodillos del equipo y este automáticamente las ubica en el transportador de cajas.

**Desencajonado:** El transportador de cajas lleva desde la depaletizador hasta el desencajonador las botellas, este equipo se posiciona sobre las botellas y por medio de unas “ventosas”, que trabajan con presión de aire, sostiene firmemente las botellas, desde el pico hasta



el cuello de las mismas, las levanta y las coloca en una banda transportadora que las lleva a la siguiente estación del proceso; por su parte las cajas, ya vacías, continúan su recorrido hasta la maquina encajadora.

**Lavado:** La lavadora de botellas mediante un proceso totalmente automático hace un mantenimiento de cada una de las botellas con el fin de mantener su limpieza, para el proceso productivo las botellas vacías provenientes del desencajador, realizando las siguientes fases: (MARTINEZ, Plan De Mantenimiento Utilizando Tecnicas De Diagnostico De Ultima Tecnologia Para Una Planta Productora De Bebidas, s.f.)

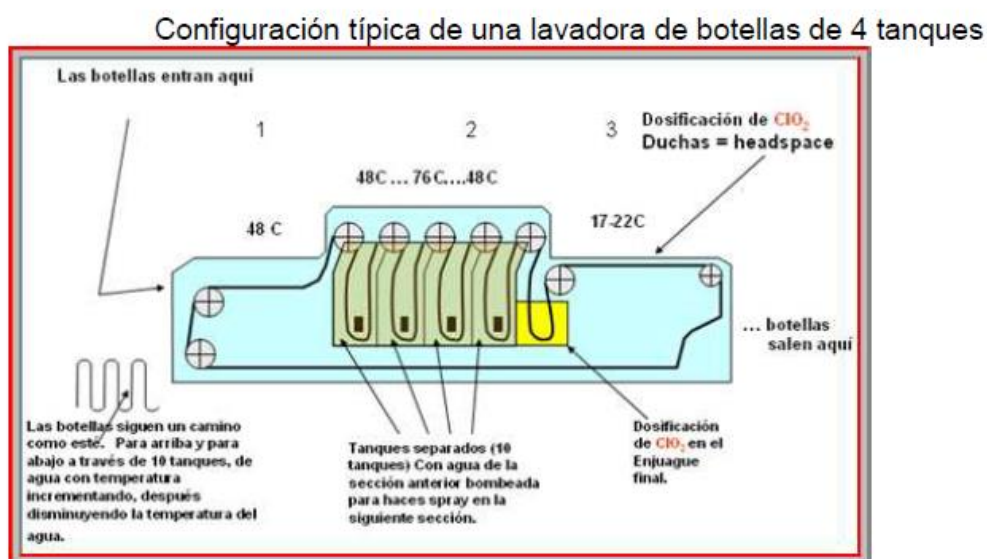


Imagen Tomada De: Plan De Mantenimiento Utilizando Técnicas De Diagnóstico De Última Tecnología Para Una Planta Productora De Bebidas

**Prelavado:** Las botellas ingresan a unas filas de 44 compartimientos (bolsillos), llamadas cestas, e inician un ascenso completamente vertical durante el cual son rociadas con agua recirculada del último enjuague de la lavadora, por medio de chorros a una presión de 17 a 21

libra por pulgada cuadrada (psi), con la finalidad de retirar la suciedad superficial de la botella y precalentarla para evitar explosión por choque térmico.

Este paso del proceso de lavado es sumamente importante puesto que evita la excesiva contaminación del primer tanque de inmersión, para aumentar el aprovechamiento de la solución cáustica.

**Lavado:** Generalmente las lavadoras cuentan con tres tanques de lavado o de inmersión, donde además de sumergir las botellas también se les inyecta solución por medio de chorros a una presión entre 17 y 21 psi; aquí las botellas son llenadas rápidamente con solución cáustica a una concentración de 3 a 3.5% de Hidróxido de sodio (NaOH) en agua suavizada durante un tiempo mínimo de 5 minutos, los parámetros de temperatura para estos tanques deben encontrarse entre 50 y 62 °C. Luego las botellas son sumergidas en un cuarto tanque con parámetros de temperatura de 45 a 50 °C y una concentración de soda cáustica entre 0.5 y 1 % producida por arrastre.

**Pre- enjuague:** Es el último de los tanques de inmersión, llenado por rebose con agua proveniente de los enjuagues finales de la lavadora, debe encontrarse a una temperatura entre 30 y 35 °C. Su función es eliminar los restos de soda cáustica.

**Enjuagues Finales:** Después de salir del último tanque de inmersión las botellas comienzan a recorrer las zonas de enjuagues internos y externos, donde se utiliza agua recirculada, cada una de estas zonas cuenta con tres inyectores internos y tres de rociadores externos, todos a presión en filas entre 17 y 21 psi para mayor penetración.

Luego llegan a la zona de enjuague final que es la última etapa del proceso de lavado de las botellas y está destinada a obtener envases brillantes y estériles. Consta de tres inyectores

internos y tres de rociadores externos trabajando a una presión entre 14 y 25psi, todos alimentados con agua fresca a temperatura ambiente clorinada entre 1 y 3 partes por millón (p.p.m.)

**Inspección:** Las botellas que salen de la lavadora, son enviadas directamente a un inspector electrónico, el cual se encarga de retirar botellas con defectos, o que no garanticen la excelente calidad del producto, algunos de los defectos retirados eficientemente por el inspector son: Botellas de otro producto, botellas con cuerpo extraño en su interior, botellas con la boca despiciada, etiqueta muy gastada, entre otras.

El equipo utiliza un arreglo de cámaras electrónicas de alta resolución y cada botella es inspeccionada por más de 5 unidades de estas, donde compara una a una el estado de las botellas con un patrón predeterminado previamente para el producto en particular a embotellar.

**Carbo y Mezclador:** El jarabe proveniente del tanque de jarabe terminado (sala de jarabe terminado) se bombea a través de una tubería directamente a un contenedor llamado “vaso de jarabe”, llega a una temperatura aproximada de 15°C, donde posteriormente pasará al proceso de mezcla. (MARTINEZ, Plan De Mantenimiento Utilizando Tecnicas De Diagnostico De Ultima Tecnologia Para Una Planta Productura De Bebidas, s.f.)

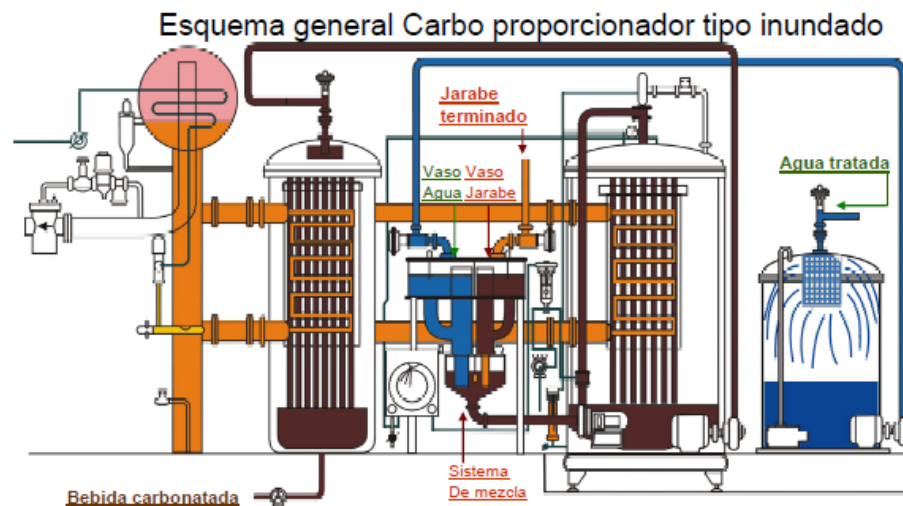


Imagen Tomada De: Plan De Mantenimiento Utilizando Técnicas De Diagnóstico De Última Tecnología Para Una Planta Productora De Bebidas

El agua tratada es pre enfriada hasta alcanzar una temperatura aproximada de 12°C, durante este proceso de enfriamiento recibe una dosificación de CO<sub>2</sub>, con el objeto de eliminar el aire presente en el agua, hasta alcanzar las condiciones adecuadas para ser bombeada a un recipiente llamado “vaso de agua” para posteriormente pasar al sistema de mezcla.

De acuerdo con el producto que va a ser embotellado, una proporción específica de agua pre carbonatada y jarabe es de forma totalmente automática, mezclada proporcionalmente (dependiendo del equipo y tecnología se realiza por gravedad o por medidores de flujo másico) para luego pasar a proceso de carbonatación.

Mediante la utilización de un sistema de enfriamiento, la mezcla (agua pre carbonatada + jarabe) es enfriada hasta aproximadamente 2°C y de esta manera aporta CO<sub>2</sub> al producto, ajustando a las condiciones de calidad requeridas.

**Llenado y Tapado:** La bebida es enviada del carbonatador por diferencia de presión hasta el tazón de la llenadora, allí el producto desciende a las botellas en flujo laminar, hasta la altura predeterminada según la especificación del producto, luego las botellas llenas pasan al coronador, donde la tapa es posicionada sobre la botella y es ajustada firmemente para evitar la pérdida de presión al interior de la botella.

**Empacado:** Luego de tapadas las botellas son llevadas a través de una banda transportadora hasta la máquina encajadora, donde se lleva a cabo un proceso de etiquetado y empaquetado de 6 a 12 unidades por empaque dependiendo del distribuidor.

**Paletizado:** El equipo recibe individualmente, a través de bandas transportadoras, cajas llenas de botellas con producto y entrega a la bodega de producto terminado, por medio de montacargas, estibas armadas adecuadamente para ser almacenadas de forma segura. (MARTINEZ, Plan De Mantenimiento Utilizando Tecnicas De Diagnostico De Ultima Tecnologia Para Una Planta Productura De Bebidas, s.f.)

### **ANALISIS PROCESO COLOMBIA Y MEXICO:**

Coca Cola Femsa es una empresa de gran trayectoria y liderazgo a nivel mundial, por esta razón día a día trabaja en la I+D de sus procesos de tecnificación con el fin de satisfacer los deseos y necesidades de su público objetivo.

Esta empresa reúne tecnología alemana, italiana, española, argentina, americana, mexicana y colombiana, con el fin de tecnificar y facilitar la elaboración de sus múltiples procesos en especial la elaboración de la Coca Cola en sus diversas presentaciones, cabe resaltar que cada una de las máquinas utilizadas cuentan con una capacidad instalada en la Fase I de dos líneas grandes de producción de 75 millones de cajas unidad al año y una capacidad adicional en

la Fase II, representada por tres líneas medianas con una capacidad de 55 millones de cajas unidad al año.

Por otro lado, cabe resaltar que Coca Cola Femsa utiliza el mismo procedimiento para la elaboración de la Coca Cola en todos los países donde tiene presencia, utilizando siempre tecnología de primera mano que ayude y facilite el proceso de producción de cada uno de sus productos, la diferencia que podría existir en sus bebidas sería el sabor entre la dosis de azúcar que se le agregue al jarabe ya que es necesario conocer el mercado y el segmento al cual va dirigido y de esta manera la Marca se adecua a sus necesidades y sus preferencias de mercado, pero manteniendo siempre su presentación y sus altos estándares de calidad a nivel mundial.

Finalmente, como nos damos cuenta el proceso de producción de la tecnificación de Coca Cola es similar en todos los países donde cuenta con su planta, ya que para esta empresa el proceso de tecnificación tecnológica es de gran importancia para el desarrollo de cada uno de los productos, teniendo la tecnología como socio clave y aliado para cada uno de sus procedimientos, y así brindar el mejor servicio y producto final para cada uno de los consumidores en su respectivo país.

#### **4. COCA COLA FEMSA Y SU INFLUENCIA REGIONAL**

##### **4.1.IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL DE LA EMPRESA**

Durante su participación, FEMSA destacó que durante más de 120 años de historia su filosofía ha sido el promover la creación simultánea de valor económico y social, con un enfoque de mejoría integral en las condiciones de las comunidades y entornos donde se desarrollen proyectos. Un ejemplo es la Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua, orientada a la

restauración y conservación de cuencas de agua, a través de la integración de fideicomisos interinstitucionales dedicados exclusivamente a la conservación de las cuencas.

Este esquema parte de la propia estrategia corporativa de Sostenibilidad de FEMSA a través de la cual se busca establecer una estrecha relación entre las comunidades y sus ecosistemas, generando un sentido de pertenencia entre quienes las habitan y de responsabilidad para los que utilizan sus recursos, lo que permite un desarrollo sostenible y de largo plazo.

“En FEMSA estamos impulsando acciones integrales que nos permiten generar un impacto positivo en nuestras actividades de negocio, nuestra relación con accionistas, comunidades, así como con nuestro medio ambiente. Es por ello que impulsamos prácticas orientadas a una adecuada administración de recursos hídricos, promoción y uso de energías renovables, eficiencia energética, así como el fomento del reusó de recursos y la cultura del reciclaje, lo que impacta en aspectos como: reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, uso de energías limpias, así como una mejor administración de recursos naturales”, detalló Luis Fernando Ramírez, Gerente de Sostenibilidad Ambiental de FEMSA.

Adicionalmente, hay cada vez un mayor interés de las empresas de consolidar alianzas con aquellos que comparten objetivos a favor del medio ambiente y las comunidades. (Femsa C. C., s.f.)

## **4.2.PRINCIPALES COMPETIDORES DE PRODUCTOS**

### **MEXICO:**

Los principales competidores para Coca Cola Femsa en México principalmente son dos grandes compañías Arca Continental la cual es la competencia directa de FEMSA ya que es la


segunda embotelladora The Coca Cola Company en América Latina y PepsiCo la cual ofrece productos similares, satisfaciendo los deseos y necesidades del mercado mexicano.

<p><b>ARCA CONTINENTAL:</b></p>  <p>Imagen Tomada De: Portafolio de Arca Continental</p>  <p>Imagen Tomada De: Arca Continental</p>	<p>Arca Continental es una empresa dedicada a la producción, distribución y venta de bebidas no alcohólicas de las marcas propiedad de The Coca-Cola Company, así como botanas saladas bajo las marcas Bokados en México, Inalecsa en Ecuador y Wise en los Estados Unidos. Junto con The Coca-Cola Company, lidera el segmento de lácteos de alto valor agregado en Ecuador bajo las marcas de Tonicorp.</p> <p>Con una destacada trayectoria de más de 90 años, Arca Continental es la segunda embotelladora de Coca-Cola más grande de América Latina y una de las más importante del mundo. En su franquicia de Coca-Cola, la empresa atiende a una población de más de 83 millones en la región norte y occidente de México, así como en Ecuador, Perú y en la región norte de Argentina. (Continental, s.f.)</p>
<p><b>PEPSICO:</b></p>  <p>Imagen Tomada De: Pepsi, seekingalpha.com</p>	<p>Es una empresa multinacional Americana de bebidas y aperitivos.</p> <p>PepsiCo ha ampliado su portafolio de productos de Pepsi a una gama más amplia de marcas de alimentos y bebidas, la más grande de las cuales incluye una adquisición de Tropicana en 1998 y de Quaker Oats en 2001, lo que añade el Gatorade marca a su cartera. (PepsiCo, s.f.)</p>

## COLOMBIA:

Los principales competidores para Coca Cola Femsa en Colombia principalmente son dos grandes compañías, Productos Postobon y Bavaria ofreciendo multiplex productos de gran similitud, satisfaciendo los deseos y necesidades del mercado colombiano.



<p style="text-align: center;"><b>POSTOBON:</b></p>  <p style="text-align: center;">Imagen Tomada De: Productos Postobon compañía</p>	<p>La compañía cuenta con la mayor participación de mercado en la industria de las bebidas no alcohólicas en Colombia y es la empresa con capital 100% colombiano más grande en ingresos en este sector.</p> <p>Cuenta con 111 años de historia en los cuales ha sido pionera en el desarrollo de la mayoría de categorías de bebidas existentes en el mercado colombiano.</p> <p>Actualmente, participa en categorías como gaseosas, aguas, jugos, hidratantes, energizantes y té, contando con un portafolio de más de 35 marcas y 250 referencias, en el cual se destacan las marcas gaseosas Postobón, colombiana, Pepsi, Breña, Hipinto, Popular, Seven Up, Mountain Dew, Jugos Hit, Tutti Frutti, Mr. Tea, Agua Cristal, Agua Oasis, ¡H2Oh!, Gatorade, Squash, Peak y Lipton Tea, entre otras. (Postobon, s.f.)</p>
<p style="text-align: center;"><b>BAVARIA:</b></p>  <p style="text-align: center;">Imagen Tomada De: Bavaria S.A.</p>	<p>Por más de 126 años hemos acompañado a los colombianos, ofreciéndoles un completo portafolio de productos de calidad y tradición.</p> <p>Somos la compañía líder de bebidas en Colombia, la operación más grande de SABMiller en Latinoamérica y uno de los contribuyentes más importantes a las utilidades de ese grupo cervecero en el mundo.</p> <p>Nuestras marcas Aguila, Aguila Cero, Aguila Light, Club Colombia Dorada, Club Colombia Negra, Club Colombia Roja, Cola &amp; Pola, Costeña, Costeñita, Grolsch, Miller Lite, Miller Genuine Draft, Peroni, Pilsen, Poker, Poker Ligera, Redd's y Pony Malta son líderes en Colombia en sus respectivas categorías de bebidas. (Bavaria, s.f.)</p>

Como nos damos cuenta Coca Cola Company tiene una fuerte competencia en el mercado colombiano, ya que como sabemos Postobon domina el mercado de las bebidas sin alcohol ocupando el primer lugar en el sector de bebidas y a nivel nacional, así mismo Bavaria es la compañía líder de bebidas alcohólicas en Colombia, teniendo una trayectoria y un posicionamiento alto en el país; pero cabe resaltar la importancia y el esfuerzo de Coca Cola

Company ya que esta ha logrado escalar lentamente el mercado colombiano y lograr un posicionamiento y una importancia comercial en este.

## **CONCLUSIONES**

En conclusión, Coca Cola Femsa es una empresa líder a nivel mundial con un fuerte impacto tanto económico como social, que tiene una única visión sostenible donde principalmente orienta sus acciones de Responsabilidad Social en cuatro ejes: Calidad de vida en la empresa, salud y bienestar, cuidado del medio ambiente y vinculación con la comunidad.

Así mismo esta compañía posee distintos productos que forman parte de un amplio portafolio, que son una referencia para cada uno de los clientes y consumidores, por esta razón Femsa es la empresa integrada de bebidas con mayores ventas en América Latina con un amplio número de marcas líderes de cerveza y refrescos que día a día compiten en el mercado con diferentes estrategias comerciales con una única visión, satisfacer los deseos y necesidades de cada uno de los consumidores tanto colombianos como mexicanos, brindando un producto único, innovador y de excelente calidad. (Femsa T. C.-C., s.f.)

En cuanto al análisis comparativo de la investigación y desarrollo tecnológico de Coca Cola Femsa entre Colombia y México nos damos cuenta que esta empresa trabaja día a día de la mano de la Investigación Y el Desarrollo Tecnológico de sus procesos tanto productivos como comerciales, Coca Cola Femsa cuenta con maquinaria de alta tecnología en los diferentes países donde tiene presencia ya que para esta empresa es fundamental el buen funcionamiento de los procesos de la producción de sus productos en especial de los productos de Coca Cola, por esta razón cuenta con maquinaria traída de Alemania, Italia, Estados Unidos, México, España, Argentina y Colombia que se complementan entre sí para crear un proceso único y eficaz de su

portafolio de servicios; así mismo nos damos cuenta que Femsa tiene más maquinaria que trabajadores en sus compañías, esto se da ya que principalmente trabajan de la mano con la comunidad donde buscan ayudar y crear distintas alianzas para su fundación de cuidado del medio ambiente y de la sostenibilidad social, por esta razón invierten anualmente millones de dólares en maquinaria que tecnifica los multiplex procesos de producción y así ahorran tiempo y generan más utilidades que serán de ayuda para la comunidad.

Femsa trabaja en la alianza de distintas marcas y compañías con el fin de ser más competitivo a nivel mundial y ser reconocida como el embotellador público más grande de productos Coca-Cola en el mundo por volumen; y en el sector cervecero como el segundo accionista más importante de Heineken, una de las cerveceras líderes en el mundo con presencia en más de 70 países.

En cuanto al comercio participa a través de FEMSA Comercio, que comprende una División Comercial que opera diferentes cadenas de formato pequeño, destacando OXXO la cadena de mini súper, así mismo a través de FEMSA Negocios Estratégicos, ofrece servicios de logística, soluciones de refrigeración en el punto de venta y soluciones en plásticos a las empresas FEMSA y a clientes externos.

Finalmente, esta compañía genera un fuerte impacto a nivel económico ya que representa el 40% de consumo en las diferentes familias de Latinoamérica que consumen su amplio portafolio de productos; así mismo la importancia de The Coca Cola Company en el mundo hacen que esta empresa no solo cuente con un reconocimiento comercial por los clientes si no también un reconocimiento de la marca por sus consumidores.

## **ANEXOS**

1. Video visto en Coca Cola Femsa Toluca, La historia de Coca Cola Femsa
2. Video Visto en Coca Cola Femsa Toluca, Esto es Femsa
3. Fotografías en la planta De Coca Cola Femsa En Toluca
4. Video Misión a México
5. Video Entrevista Amigo Mexicano en la Universidad del Politécnico

## Bibliografía

- Alimenticia, I. (s.f.). *Bebidas* . Obtenido de <http://www.industriaalimenticia.com/articulos/83147-reportaje-annual-de-bebidas>
- Bavaria. (s.f.). *quienes somos* . Obtenido de <http://www.bavaria.co/acerca-de-nosotros/quienes-somos>
- Bienestar. (2014). *Mexico mayor consumidor de bebidas*. Obtenido de <http://bienestar.salud180.com/salud-dia-dia/mexico-mayor-consumidor-de-refrescos>
- Continental, A. (s.f.). *Nuestra Compañía*. Obtenido de <http://www.arcacontal.com/nuestra-compa%C3%B1%C3%ADa.aspx>
- Dinero, E. (26 de Enero de 2015). *Coca-Cola Femsa Colombia logró récord en ventas*. Obtenido de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/operacion-coca-cola-colombia/205097>
- Espectador, E. (05 de junio de 2015). *Nueva planta de Coca-Cola FEMSA en Colombia*. Obtenido de <http://www.elespectador.com/noticias/economia/nueva-planta-de-coca-cola-femsa-colombia-articulo-564783>
- Femsa. (s.f.). *Informe de sostenibilidad* . Obtenido de 125 años creando valor : <http://www.informesostenibilidad.femsa.com/pdf/informe-sostenibilidad-FEMSA-2015.pdf>
- Femsa, C. C. (s.f.). *EMPRESAS MEXICANAS FORTALECEN ENFOQUES CON IMPACTO POSITIVO EN ASPECTOS SOCIALES Y AMBIENTALES*. Obtenido de <http://www.femsa.com/es/medios/empresas-mexicanas-fortalecen-enfoques-con-impacto-positivo-en-aspectos-sociales-y>
- Femsa, C. C. (s.f.). *Informe de sostenibilidad* . Obtenido de Coca Cola Femsa : <https://www.coca-colafemsa.com/assets/files/es/Sostenibilidad/Informe%20de%20Sostenibilidad%202013%20-%20Coca-Cola%20FEMSA.pdf>
- Femsa, C. C. (s.f.). *La tecnología nuestro mejor aliado* . Obtenido de <http://www.femsa.com/es/femsa-informa/la-tecnolog%C3%ADa-nuestro-mejor-aliado>
- Femsa, I. d. (s.f.). *Coca Cola Femsa*. Obtenido de The Coca Cola Company: <http://www.informesostenibilidad.femsa.com/pdf/informe-sostenibilidad-FEMSA-2015.pdf>
- Femsa, T. C.-C. (s.f.). *Historia Femsa* . Obtenido de <http://www.femsa.com/es/conoce-femsa/nuestro-origen/historia>
- Financiero, E. (6 de junio de 2016). *Innovación, clave para las empresas: Femsa*. Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/tech/innovacion-clave-para-las-empresas-femsa.html>
- Heraldo, E. E. (28 de 10 de 2015). *Las bebidas no alcohólicas mueven \$3,5 billones al año*. Obtenido de <http://www.elheraldo.co/economia/las-bebidas-no-alcoholicas-mueven-35-billones-al-ano-225111>

- Hernandez, L. (s.f.). *Universidad Iberoamericana*. Obtenido de Coca Cola Femsa :  
<http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/015516/015516.pdf>
- Hernandez, L. (s.f.). *Universidad Iberoamericana*. Obtenido de Coca Cola Femsa :  
<http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/015516/015516.pdf>
- internacionales, U. P.-N. (2016). *PARÁMETROS REGLAMENTARIOS PARA LA ELABORACIÓN DE MONOGRAFIA COMO TRABAJO DE GRADO*.
- Legiscomex. (2015). *BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS EN COLOMBIA* . Obtenido de  
<http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/informe-sectorial-bebidas-no-alcoholicas-colombia-completo-rci285.pdf>
- Legiscomex. (2015). *Industria de bebidas en Colombia* . Obtenido de Coca Cola Femsa, Grupo Postobon :  
<http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/informe-sectorial-bebidas-no-alcoholicas-colombia-completo-rci285.pdf>
- MARTINEZ, D. A. (s.f.). *Plan De Mantenimiento Utilizando Tecnicas De Diagnostico De Ultima Tecnologia Para Una Planta Productura De Bebidas*. Obtenido de  
<http://repositorio.uis.edu.co/jspui/bitstream/123456789/7837/2/121726.pdf>
- MARTINEZ, D. A. (s.f.). *Universidad Industrial De Santander* . Obtenido de PLAN DE MANTENIMIENTO UTILIZANDO TECNICAS DE DIAGNOSTICO DE ULTIMA TECNOLOGIA PARA UNA PLANTA PRODUCTURA DE BEBIDAS:  
<http://repositorio.uis.edu.co/jspui/bitstream/123456789/7837/2/121726.pdf>
- Pepsi. (s.f.). *Pepsi*. Obtenido de <http://www.pepsi.com/es-co/d>
- PepsiCo. (s.f.). *Quienes Somos*. Obtenido de <http://www.pepsico.com/Company/Global-Brands>
- Postobon. (s.f.). *Quienes Somos*. Obtenido de <http://www.postobon.com/la-compania/quienes-somos>
- sostenibilidad, I. d. (s.f.). *Coca Cola Femsa*. Obtenido de <https://www.coca-colafemsa.com/assets/files/es/Sostenibilidad/Informe%20de%20Sostenibilidad%202013%20-%20Coca-Cola%20FEMSA.pdf>