Taller 2: Paradigmas de la organizacion

Presentado por:

Juan Esteban Diaz 20212201615

Profesor

Ing, JAVIER ANDRES MARTINEZ PEREZ

Curso

Fundamentos de administración

Universidad Surcolombiana

Neiva – Huila

2023

Contenido

[Introducción 3](#_Toc128072229)

[1. De las organizaciones o empresas de la región escojan una para el análisis y den una breve descripción. Esta debe ser tenida en cuenta de aquí en adelante para los próximos trabajos. 3](#_Toc128072230)

[2. Hacer un cuadro comparativo entre los diferentes paradigmas administrativos del siglo XX y cuál es aplicable a la organización seleccionada. 4](#_Toc128072231)

[3. De las 10 escuelas o paradigmas del pensamiento estratégico, ¿con cuál se identifica más la organización que seleccionaron? Dar un ejemplo. 6](#_Toc128072232)

[4. Identificar en la lectura las diferentes definiciones de la palabra paradigma. ¿Con cuál se identifica más la organización que seleccionaron? 7](#_Toc128072233)

[Referencias 7](#_Toc128072234)

# Introducción

Este trabajo se hizo con base al material subido en la plataforma Classroom, el cual es un archivo pdf en el cual encontramos un texto de 49 paginas basado en la investigación y análisis de **LAS TEORIAS DE LA ORGANIZACIÓN Y LA GESTION: DE UN PARADIGMA A OTRO,** el cual fue hecho por Alvaro Zapata Dominguez, Profesor Titular Universidad del Valle, en dicho documento se encontrara información relacionada con las preguntas propuestas por el profesor y del mismo modo se deberá utilizar los diferentes métodos de estudio para buscar información relacionada a una empresa o organizaciones de la región para hacer un análisis de la misma y compararla con los paradigmas propuestos dentro del material guía. En este trabajo el estudiante deberá analizar y comparar los diferentes paradigmas o ideologías de diferentes autores para nutrirse de dichos conocimientos y emplearlos con base a la comparación de empresas basadas en nuestra cultura y sociedad, buscando paradigmas que puedan estar relacionados con el texto y buscar porque se relacionan con la misma, (DOMINGUEZ, 2023).

# 1. De las organizaciones o empresas de la región escojan una para el análisis y den una breve descripción. Esta debe ser tenida en cuenta de aquí en adelante para los próximos trabajos.

En este caso los estudiantes decidieron escoger una empresa en particular que es de propiedad intelectual extranjera pero que debido a su estructura organizativa permite su expendio intelectual a mas de 200 países, en los cuales sus proveedores pueden ser grandes, medianos y pequeños el expendio de la misma, dicha empresa es catalogada con el gigante rojo o por su color distintivo a otras marcas de la competencia, dicha empresa es Coca-Cola.

“Coca-Cola es una de las empresas más grandes e icónicas del mundo, con presencia en más de 200 países y una amplia variedad de productos, incluyendo refrescos, jugos, bebidas energéticas y agua embotellada. Fundada en 1886 en Atlanta, Estados Unidos, la compañía ha mantenido su posición de liderazgo en la industria de bebidas durante más de un siglo, (Forbes, 2023)”

Dicha empresa se encuentra en el país de residencia de los estudiantes, el cual es Colombia y en específico en la región del huila, En cuanto a su modelo de venta, Coca-Cola utiliza una estrategia de distribución masiva para llegar a una amplia base de consumidores en todo el mundo. La compañía trabaja con embotelladoras locales en cada país para producir, envasar y distribuir sus productos en la región, lo que le permite adaptar su oferta a las preferencias de los consumidores locales y cumplir con las regulaciones de cada país, (THE COCA-COLA COMPANY, 2023).

Debido a esta estructura organizativa de venta y producción, Coca-Cola puede facilitar su venta en los diversos países, ya sea exportando ya sea el embotellado o el jarabe o ambos a un determinado socio de distribución, el cual es el encargado de vender dichos productos a los mercados, tiendas o otros distribuidores haciendo su fácil distribución.

Para concluir se denoto un ejemplo en el cual la gente dice que la Coca-Cola sabe diferente en una determinada región o país, dicho motivo es que Coca-Cola no se centra en la venta bruta del producto si no en la materia prima y no en el producto completo, haciendo que los deferentes socios o distribuidores se encarguen de la preparación, variando en calidad o sabor.

# 2. Hacer un cuadro comparativo entre los diferentes paradigmas administrativos del siglo XX y cuál es aplicable a la organización seleccionada.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| TEMA RELACIONADO | PARADIHMAS ADMINISTRATIVOS DEL SIGLO XX | APLICABILIDAD A LA ORGANIZACIÓN(COCA-COLA) |
| PREDICCIONES ERRADAS DE EXPERDOTS | “Es quimérico imaginar que el automóvil va a desplazar al ferrocarril en el movimiento de pasajeros y carga a largas distancias”. Congreso Americano de Vías, 1913. | Uno de los principales medios de transporte de los productos de Coca-Cola son los automóviles, en este caso especializados en la carga. |
| PARADIGMAS | La oficina virtual. Trabajar en cualquier lugar en todo tiempo, representa el  nuevo paradigma. | Debido a la revolución de los paradigmas del siglo 20, acabo por abarcar el tema de la virtualidad, ya que en estos momentos no es necesario estar presente en la empresa para trabajar o comercializar el producto, la empresa coca cola ya se esta actualizando en el sentido de la virtualidad, sacándole el máximo provecho. |
| PARADIGMA DE LA COMPLEJIDAD: | Este paradigma se enfoca en entender los sistemas complejos y su comportamiento. Como dice Edgar Morin, "los sistemas complejos son aquellos que tienen múltiples interacciones entre sus partes y que dan lugar a una emergencia, a una organización, a una capacidad de autorganización" (Morin, 2008). | Coca-Cola es un sistema muy complejo, que tiende a tener múltiples interacciones con sus partes institucionales, en las cuales se dicha organización tiende a auto organizarse para cumplir todos los lineamientos para la producción del producto, para no tener una emergencia en su modelo deproducción. |
| LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA | El siglo XX fue testigo de una explosión de avances tecnológicos que cambiaron la forma en que las personas viven, trabajan y se comunican. La invención del automóvil, la televisión, el teléfono inteligente y la computadora personal son solo algunos ejemplos de la revolución tecnológica del siglo XX. | La empresa Coca-Cola a adoptado diversos cambios con base a los avances tecnológicos del siglo XX, transformando su estilo de venta, enfocándose en diversos tipos de marketing para la venta del producto, entre otros avances adaptados a la compañía. |
| LA GLOBALIZACIÓN | El siglo XX también fue testigo del surgimiento de la economía global y la creciente interconexión de los países y las culturas del mundo. Las empresas multinacionales como Coca Cola y McDonald's se convirtieron en iconos de la globalización, y el comercio internacional se expandió enormemente. | En este paradigma dicha compañía es un claro ejemplo, ya que es considerada una pionera de paradigmas en la globalización, dando auge al crecimiento de la economía global, dando grandes beneficios a los diversos países asociados a la marca y dando un claro ejemplo de la globalización a gran escala. |

# 3. De las 10 escuelas o paradigmas del pensamiento estratégico, ¿con cuál se identifica más la organización que seleccionaron? Dar un ejemplo.

De las 10 escuelas o paradigmas del pensamiento estratégico, la escuela que mas se identifica a la empresa escogida es la escuela del aprendizaje, Escuela del aprendizaje. Según esta escuela, el mundo es muy complejo para que la estrategia se pueda diseñar en un instante, en un plan o en la definición de la visión. La elaboración de la estrategia se logra progresivamente, al ritmo de la adaptación de la empresa o de su aprendizaje, por lo que se concibe como proceso emergente, (DOMINGUEZ, 2023) ”, del mismo modo la organización ha adoptado otras escuelas mientras ha ido creciendo, denotando lo mencionado anterior mente, debido a la historia de la organización se puede apreciar un constante aprendizaje a lo largo del tiempo, basándose en un entorno local, en el cual se empezó su venta en Atlanta, Georgia, hasta llegar a mas de 200 países, dando asi una revolución global, en la cual dicha empresa a tenido que ir cambiando su manera de actuar hasta adaptarse a su entorno global, por lo tanto debió pasar por una serie de aprendizaje, ya que no se había superado el paradigma de la globalización, por lo tanto no había ninguna estrategia instantánea para llegar a los países actuales, no obstante se debe tener en cuenta de que la organización actual de Coca-Cola es una mezcla de escuelas del pensamiento estratégico, como la escuela del poder donde se entiende que la compañía tuvo que elaborar estrategia de negociación entre grupos opuestos, en este caso dentro de los creadores o expendedores originales hasta los nuevos expendedores regionales o dentro del país de venta, asi sucesivamente se pueden nombrar algunas escuelas adaptadas a la organización de Coca-Cola, pero su principal estructura se base en la escuela del aprendizaje.

# 4. Identificar en la lectura las diferentes definiciones de la palabra paradigma. ¿Con cuál se identifica más la organización que seleccionaron?

De los diversos dignificados de paradigmas el que más hace alusión a la organización de Coca-Cola, es el siguiente:

“Paradigma metafísico, hace alusión a las creencias en modelos particulares. “Aunque varía la fuerza de los compromisos del grupo, con consecuencias no triviales, a lo largo del espectro de los modelos heurístico a ontológico, sin embargo, todos los modelos tienen funciones similares. Entre otras cosas, dan al grupo sus analogías y metáforas preferidas o permisibles. Y al hacer esto ayudan a determinar lo que será aceptado como explicación y como solución de problemas: a la inversa, ayudan en la determinación de la lista de enigmas no resueltos y en la evaluación de la importancia de cada uno”

Dicho paradigma hace referencia al sistema actual de venta del producto principal de Coca-Cola ya que tienden a tener sistemas similares, en este caso es la comercialización del jarabe o embotellado de la bebida carbonatada sabor a Coca-Cola, en donde la organización sigue apegada al mismo sistema, dando consigo otras ventas de productos similares con las mismas funciones, por lo tanto dan analogías o metáforas preferidas, dando asi un paradigma de que puede ser aceptado dando soluciones al problema sin salirse de lo ya conocido.

# Referencias

DOMINGUEZ, A. Z. (2023). LAS TEORIAS DE LA ORGANIZACIÓN Y LA GESTION:. 1-49.

*Forbes*. (23 de 02 de 2023). Obtenido de https://www.forbes.com/companies/coca-cola/?sh=1ff708ce438c

Ruíz, E. (2001). LENGUAJES DE PROGRAMACIÓN: CONCEPTOS Y PARADIGMAS. *SISBIB*.

*THE COCA-COLA COMPANY*. (23 de 02 de 2023). Obtenido de https://www.coca-colacompany.com/company/coca-cola-system