

# 1926



*Coca-Cola*<sup>MR</sup>  
80 AÑOS DESTAPANDO  
HISTORIAS EN MEXICO

# 2006



**80** años se dicen rápido, pero para Coca-Cola han significado años de esfuerzo, trabajo, dedicación, y, sobre todo, de construir paso a paso una relación única y especial entre la marca más conocida y valiosa del mundo y los mexicanos.

Sin embargo, este camino no habría podido recorrerse sin los embotelladores, nuestros clientes, nuestros proveedores y, por supuesto, cada uno de los trabajadores, quienes a lo largo de la cadena de valor contribuyen para que, día tras día, nuestro producto llegue a manos de los consumidores, quienes con su preferencia son la razón fundamental de que ésta sea una historia de éxito.

En estos 80 años, nuestro negocio se ha consolidado. Cuenta ahora con el soporte de 13 grupos embotelladores, empresas todas independientes y cien por ciento mexicanas, con las que en conjunto hemos invertido año con año de manera constante y consistente, en las buenas y en las malas.

Son miles los negocios, de todos tamaños, los que subsisten gracias a los servicios que ofrecen al Sistema Coca-Cola; como miles son también las pequeñas empresas a las que apoyamos de diversas maneras. Es así, que actualmente Coca-Cola y los embotelladores han generado alrededor de 80 mil empleos directos y más de 500 mil indirectos.

En estas décadas desde luego también se han ampliado los gustos y necesidades de los consumidores, y hemos trabajado arduamente para atenderlos y mantener su preferencia, ya sea a través del desarrollo de nuevos empaques, nuevos productos e innovadoras promociones, o acercándolos a eventos musicales y deportivos que no sólo les dan acceso a entretenimiento familiar, sino que promueven un estilo de vida activo y saludable.

Por todo esto, los invito a celebrar estos primeros 80 años, a refrendar el compromiso de trabajar en la construcción de un futuro de bienestar para todos, así como a hacer extensivas dos sencillas palabras a cada uno de los que han recorrido con nosotros este camino: *muchas gracias.*

James Quincey  
Presidente de Coca-Cola México



# LOS EMPAQUES

Al poco tiempo del nacimiento de COCA-COLA, su envase se convirtió en un elemento distintivo. Desde la tradicional botella *contour* hasta los recipientes más innovadores, todos los empaques han hecho de la historia de COCA-COLA algo único.

**C**OCA-COLA surgió en una fuente de sodas y se servía en vasos, por lo que no era posible comercializarla fuera de este tipo de establecimientos. Ante este hecho, surgió la necesidad de utilizar botellas para envasar y distribuir el producto. Al principio se empleó una botella de vidrio conocida como "Hutchinson", con un corcho que hacía las veces de tapón y que debía ser empujado hacia abajo para poder beber el líquido.

Esta primera solución era poco funcional y además se utilizaba como empaque genérico en la venta de muchas otras bebidas, lo que permitió que surgieran imitaciones de COCA-COLA. Para evitarlo, Asa Grigs Candler, entonces dueño de la marca, así como los embotelladores, publicaron una convocatoria en **1913** con el fin de

diseñar un envase único que el consumidor pudiera reconocer inmediatamente.

En ese mismo año, Root Glass Company fue la empresa que presentó la primera botella distintiva de COCA-COLA. Existen muchas versiones acerca del objeto que inspiró su diseño. Algunos dicen que los creativos se basaron en la figura femenina de la época, otros aseguran que fue la silueta del grano de cacao la que les dio la idea. Lo cierto es que la botella aceptada por The Coca-Cola Company se patentó en **1915** bajo el nombre de botella *contour*.

A partir de ese momento y hasta nuestros días, la inconfundible botella de COCA-COLA ha tenido modificaciones, siempre pensando en la mejor forma de presentar el producto y adaptarse a las necesidades del consumidor.





# DE COCA-COLA

¿Sabías que la botella *contour* es el envase más reconocido en la historia del mundo?

Y tú ¿qué presentación prefieres para disfrutar de una COCA-COLA bien fría?

“La botella de COCA-COLA es lo máximo, lo más original que conozco. Creo que todas las marcas de la empresa tienen un elemento que hace únicas a sus botellas.”

*Carlos Carrillo, consultor.*

Los primeros cambios de la botella *contour* consistieron en la forma de etiquetarla (originalmente se hacía con papel, después fueron impresas), en hacer más ligero el peso del vidrio de los envases y en aumentar el tamaño de las botellas para ofrecer al consumidor mayor cantidad de bebida.

En años recientes, con la llegada de nuevos materiales y tomando siempre como punto de partida la botella *contour*, se ha continuado innovando en materia de empaques. Por ejemplo, hoy COCA-COLA se encuentra en el mercado en varios tamaños, en botellas hechas de distintas formas que se usan en promociones especiales y en envases que obedecen a la ocasión de consumo.

Es así que a través de los años se han desarrollado nuevos envases tales como la lata y el de plástico

PET, que han involucrado a los mexicanos en la cultura del reciclado.

En los últimos 15 años los cambios que ha tenido este empaque han sido significativos; desde la disminución gradual y constante en el peso del envase de vidrio, hasta la innovación de cerca de 30 presentaciones de COCA-COLA que actualmente existen.

COCA-COLA sabe de la importancia del empaque en la interacción con el consumidor y por ello, siempre ha puesto especial cuidado en la forma de presentar su producto, buscando nuevas alternativas que ofrecer en función de las necesidades y ocasión de consumo del mercado. •





# COCA-COLA, EL TRIO PE

Desde su llegada a México en 1926, COCA-COLA ha refrescado a millones de personas con su inigualable sabor, y al promover estilos de vida activos y saludables –a través de actividades musicales y deportivas– ha generado una gran cercanía e identificación entre la marca y los consumidores de todas las edades.



## COCA-COLA Y LA MÚSICA

La relación de COCA-COLA con la música comenzó a finales de los años treinta, cuando la música era –como lo es aún– uno de los vínculos emocionales más fuertes entre la gente. Buscando estar en constante comunicación con sus consumidores, COCA-COLA comenzó a utilizar este medio y a involucrarse con los artistas más populares de la época.

Una de las primeras actividades en este sentido, fue realizar la producción de *jingles*, en los que famosas figuras de la música cantaban en los anuncios de la radio temas relacionados con la bebida, dejando en la mente del consumidor una agradable melodía con claros mensajes acerca del producto. Más tarde, se empezaron también a patrocinar programas de radio y televisión, así como giras de presentaciones y conciertos de los grupos y solistas del momento.

A últimas décadas, el lazo de COCA-COLA con la música se volvió tan sólido que muchas de sus promociones han involucrado a los artistas más populares de cada generación. Así, la marca ha invitado al consumidor –por sólo mencionar un ejemplo– a canjear taparrosas –o en su momento corcholatas– por material discográfico y entradas a los conciertos de sus artistas favoritos.

El acceso a estas promociones ha ido evolucionando y actualizándose hacia medios más modernos; tal es el caso de la página de Internet Konec-t Coca-Cola, a través de la cual se pueden subastar puntos obtenidos en taparrosas a cambio de premios que permiten seguir muy de cerca las carreras de los intérpretes más conocidos, entre otras cosas.



Sin duda alguna, la actividad más importante que COCA-COLA ha realizado en nuestro país en torno a la música es la **Rockola Coca-Cola**, la cual consiste en un



espectáculo itinerante 100% mexicano creado para acercar a millones de mexicanos a los artistas del momento a través de conciertos montados y producidos con la más alta tecnología. En sus casi 12 años de existencia, este proyecto ha reunido a **más de 16 millones de personas**. Debido a su inigualable éxito, la **Rockola Coca-Cola** hoy se replica en casi toda Latinoamérica.

### ¿SABÍAS QUE?

El equipo que trabaja detrás de la **Rockola COCA-COLA** está compuesto por más de 40 profesionales en producción, audio y entretenimiento. Además, la Rockola ha llegado a reunir hasta **140,000** personas por evento.



# MÚSICA Y DEPORTE: EFECTO

## COCA-COLA Y EL DEPORTE

COCA-COLA siempre ha buscado promover un estilo de vida saludable entre la gente, pues para refrescar el cuerpo no sólo se necesita una deliciosa bebida, sino que también es importante la práctica de algún deporte como una forma de enriquecer nuestro espíritu.



¿Quién no recuerda los Juegos Olímpicos celebrados en México en 1968? Debido al apoyo global que COCA-COLA ya ofrecía al Comité Olímpico Internacional desde 1928, la bebida refrescante por excelencia estuvo presente en este histórico evento, cuya sede fue el Estadio Olímpico de Ciudad Universitaria.

Años más tarde, COCA-COLA brindó su colaboración para el desarrollo del Mundial de Fútbol de 1970 y de los Juegos Panamericanos de 1975. El lazo con los deportes ya era reconocido por los mexicanos, por lo que en 1986, durante la segunda Copa Mundial de Fútbol celebrada en México, el público esperaba con inquietud las promociones y publicidad de COCA-COLA.

Muchos de nosotros todavía mantenemos en nuestra memoria la última participación de nuestra Selección Mexicana frente a la escuadra alemana, celebrada el 21 de junio de 1986. COCA-COLA estuvo ahí, esta vez invitando a la afición a realizar la **Ola Coca-Cola**, hoy un fenómeno reconocido en los estadios en el

mundo. ¿Quién no ha sentido la emoción de estar en un partido y hacer la ola junto a miles de aficionados?

Además del apoyo que COCA-COLA brinda a la FIFA y al Comité Olímpico Internacional, en nuestro país patrocina al Comité Olímpico Mexicano, al Consejo Nacional del Deporte, a 12 equipos profesionales de fútbol soccer, a seis de fútbol americano, así como a deportistas de renombre internacional, como la velocista Ana Gabriela Guevara y la golfista Lorena Ochoa, entre otros.

Pero COCA-COLA no sólo ofrece ayuda a los proyectos deportivos existentes, sino que ha creado iniciativas para motivar a los jóvenes a la práctica de la actividad física. El más reconocido es la **Copa Coca-Cola**, la cual es el torneo intersecundarias más importante de México y reconocido por la



Federación Mexicana de Fútbol, en el que más de 100 mil estudiantes —hombres y mujeres— de todos los estados de la República Mexicana pueden demostrar año con año su pasión por el deporte y luchar por conseguir el tan anhelado trofeo.

Sin duda, COCA-COLA seguirá apoyando éstas y otras disciplinas para seguir estando cerca de ti y refrescarte en cuerpo, mente y espíritu. •

“A mi escuela llegaron los de la Copa Coca-Cola. Fue muy emocionante participar, aunque nos eliminaron pronto porque hay muchos chavos que juegan muy bien. El premio de este año era ir al Mundial. Ahora sí para la Copa que sigue mis cuates y yo estamos entrenando, porque queremos ser los campeones.”

Miguel Angel Suárez,  
estudiante de secundaria.





# COCA-COLA, COMPROMETIDA CON

En COCA-COLA trabajamos todos los días con un solo objetivo: refrescar a millones de familias mexicanas, con el compromiso de beneficiar a todos aquellos con los que nos relacionamos.



**D**esde 1926, los primeros embotelladores comenzaron a imprimir un sello de compromiso social con México en sus acciones. Más tarde, el Corporativo –que comenzó operaciones en el país en 1938– se integró a estos esfuerzos, para iniciar una historia de responsabilidad social corporativa que hoy involucra a toda la Industria Mexicana de Coca-Cola.

## ESR

Con el compromiso de ser una Empresa Socialmente Responsable (ESR), Coca-Cola ha obtenido por seis años consecutivos el galardón que otorga anualmente el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) a empresas que han contribuido a mejorar la calidad de vida dentro de la organización, el cuidado y preservación del medio ambiente, al desempeño bajo un código de ética y a la vinculación con la comunidad.

Pero ser un Ciudadano Corporativo Responsable es mucho más que un conjunto de prácticas puntuales. Para Coca-Cola,

esto se concibe como una serie de principios y valores en los que se basa toda decisión corporativa. Estos mismos valores se ven reflejados en la implementación de programas que impulsan el desarrollo del país en el ámbito comunitario, laboral, medio ambiental y económico a fin de hacer posible el desarrollo sustentable para beneficio de las actuales y futuras generaciones.

## FUNDACIÓN COCA-COLA

¿Quién no sueña con un país con mejores oportunidades de educación para todos? Bajo esta premisa se creó la Fundación Coca-Cola, con el objetivo de apoyar la educación entre la niñez mexicana, con especial énfasis en los más necesitados. Es así que a sólo cinco años de su creación, Fundación Coca-Cola ha logrado construir 35 escuelas para comunidades rurales y remodelar 65 albergues escolares indígenas, en donde niños de esas zonas cuentan con instalaciones adecuadas, hospedaje de lunes a viernes, alimentos y atención médica periódica.

Simultáneamente, Fundación Coca-Cola incentiva la participación entre los asociados de la empresa, quienes de manera voluntaria donan su tiempo y recursos para beneficiar a las comunidades menos favorecidas del país.

Por otro lado, la institución apoya a más de 120 asociaciones civiles que de igual forma están comprometidas con la construcción de un mejor país.



**FUNDACIÓN  
COCA-COLA** MR



# N LA COMUNIDAD

“Para mí Coca-Cola es una promesa de calidad cumplida por muchos aspectos: su **calidad humana**, el profesionalismo y compromiso de su gente, el compañerismo, el empeño de todos, entre muchas otras cosas”.

*Liliana Aranda Siliceo,  
Coordinación de Calidad de No Carbonatados,  
Coca-Cola.*

## COCA-COLA Y EL PLANETA

En Coca-Cola sabemos que los recursos naturales y el medio ambiente son irremplazables y hay que cuidarlos por el bien de las actuales y futuras generaciones. Por esta razón, COCA-COLA siempre ha promovido el uso de envases retornables, la recolección de desechos, así como el reciclado de residuos.

El Sistema Coca-Cola lleva a cabo año con año diversas acciones de **sustentabilidad** con el fin de cuidar el ambiente y reducir los efectos negativos que ha sufrido el planeta en las últimas décadas. Una muestra de ello es la Industria Mexicana de Reciclaje (IMER), primera planta creada en Latinoamérica para el reciclado de botellas PET grado alimenticio y que procesa 25 mil toneladas de PET post-consumo al año, lo que la coloca como la más grande del mundo en su categoría. Por otro lado, 38 embotelladoras han sido certificadas como

“Industria Limpia” por la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) y 38 plantas cuentan con sistemas para el tratamiento de aguas residuales.

Asimismo, Coca-Cola se ha dado a la tarea de reemplazar prácticamente el cien por ciento de sus equipos de refrigeración por nuevos aparatos que utilizan tecnologías que son amigables con el ambiente, pues no dañan la capa de ozono y a la vez ahorran energía.

## NUESTRO COMPROMISO HACIA EL FUTURO

Lo que en 1926 inició como un sueño de empresarios mexicanos visionarios, hoy es un Sistema que invierte en México más

de 630 millones de dólares anuales y genera más de 80 mil empleos directos y al menos 500 mil indirectos.

Además, los 13 Grupos Embotelladores que conforman la Industria Mexicana de Coca-Cola, llevan a cabo acciones locales para promover la capacitación de microempresarios, la salud, la educación, el deporte y la cultura; a través de pláticas, becas, torneos, concursos, ferias y exposiciones.



A 80 años de camino, reafirmamos que seguiremos realizando estos esfuerzos y nos comprometemos a largo plazo con todos aquellos con quienes nos relacionamos. Estamos conscientes de que estas iniciativas tienen un efecto positivo y seguros de que sólo de esta forma se logrará el desarrollo económico, social y medioambiental que todos queremos para Coca-Cola y para México. •

Otros esfuerzos de Coca-Cola incluyen: la creación en 1976 del Premio Nacional en Ciencia y Tecnología de Alimentos, en colaboración con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), el desarrollo de la Copa Coca-Cola de fútbol, el apoyo a destacados deportistas nacionales, la producción de eventos como la Rockola Coca-Cola, así como patrocinios a talentos musicales y artísticos. Impulsamos también todas aquellas iniciativas a favor de una mejor sociedad.





# COCA-COLA EN

Probablemente desde pequeños conocemos a COCA-COLA, porque se consumía en nuestra familia, por su publicidad o por su presencia en miles de comercios del país. Pero ¿sabemos cómo y cuándo llegó a México? Hoy, 8 de cada 10 mexicanos que piensan en una bebida tienen en mente a COCA-COLA. ¿Cómo ha sido posible lograr esto? A través de una historia que inició hace 80 años.

COCA-COLA nació en Atlanta, Georgia, en 1886. Ocurrió en una fuente de sodas, cuando un empleado mezcló por accidente el tónico reanimante creado por el Dr. **John S. Pemberton** con agua carbonatada. Al probar el resultado se descubrió lo que sería la bebida más popular del mundo. Dos años después de su hallazgo, Pemberton murió y la ya registrada marca COCA-COLA pasó a manos de **Asa Grigs Candler**. Al término de la Primera Guerra Mundial, Candler vendió la marca a **Robert W. Woodruff**, quien tuvo la visión de traer COCA-COLA a México.

negocios nacionales y la llegada paulatina de las primeras marcas extranjeras, así como de comerciantes de lejanas tierras. Fue entonces que **Harrison Jones**, colaborador de Robert W. Woodruff, llegó a nuestro país para ver la oportunidad de introducir la bebida.

**En** 1926 México estaba recuperando la paz poco a poco, después del doloroso proceso de la Revolución. Tras la inestabilidad económica que dejaron los años de guerra, la gente vivía con esperanza los primeros pasos hacia la industrialización, la creciente circulación de automóviles en las calles, el desarrollo de los

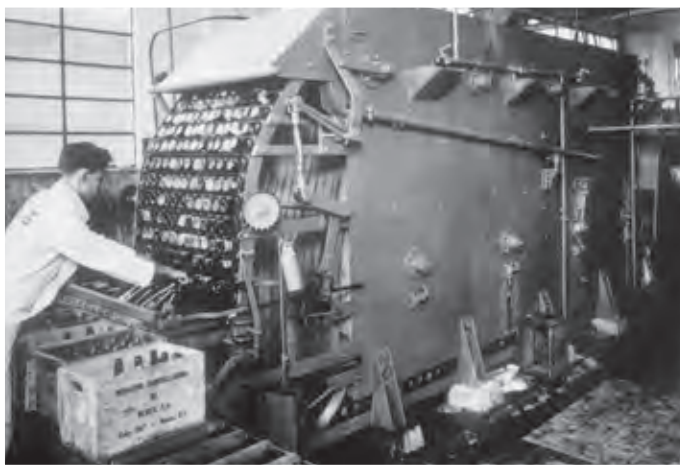


En ese mismo año la Compañía otorgó la primera concesión de embotellado en México a **Manuel L. Barragán** y **Herman H. Fleishman**, originarios de las ciudades de Monterrey y Tampico, respectivamente. El primero crearía lo que hoy es **Embotelladoras ARCA**, mientras que el segundo fundaba **Grupo Tampico**. Por supuesto el inicio fue difícil, pues había que convencer a los consumidores de que una bebida negra podía ser deliciosa y refrescante. El producto se embotellaba a la velocidad de 10 botellas por minuto, en antiguas líneas de producción que no se parecen casi en nada a las que hoy en día pueden embotellar más de 100 mil botellas de COCA-COLA por minuto.





# MÉXICO



Además, eran distribuidas por medio de carretas jaladas por caballos o mulas, ya que aunque cada vez había más automóviles, la mayoría de los transportes de carga seguían siendo rudimentarios.

Con el transcurso de los meses, COCA-COLA avanzó a pasos agigantados y –superando los obstáculos financieros que no eran muy alentadores para el país– comenzó a expandirse por medio de nuevos embotelladores. En 1927 dos nuevos empresarios se sumaron al equipo: Emilio Arizpe Santos en Coahuila construía lo que hoy es parte de **Embotelladoras ARCA**, y a su vez el **Grupo Fomento Queretano**, que fue fundado por el Sr. Roberto Ruiz Obregón. En



1929, COCA-COLA llegó a la Ciudad de México a través de Grupo Mundet –antecesor de lo que hoy es **Coca-Cola FEMSA**– y a Guadalajara por medio de la Embotelladora La Favorita, iniciando así lo que hoy conocemos como **Grupo Continental**.

Comenzó la **década de los treinta** y la economía del país seguía inestable. Pese a esto, la Compañía continuaba creciendo y en 1931 la bebida llegó al sur de México, específicamente a la ciudad de Mérida, abriendo camino a lo que hoy es **Grupo Peninsular**.

El efecto Coca-Cola era ya una realidad: había llegado a México para quedarse y vivir de la mano de los mexicanos nuevas experiencias.

## OFICIALMENTE MEXICANA

A finales de los treinta y principios de los cuarenta, en la prensa escrita podían verse desplegados con las leyendas: “Mis invitados prefieren COCA-COLA” y “Tengamos fe en la victoria”.



Con la creciente demanda de concesiones para embotellar el producto, era necesario tener en México una oficina que estableciera un canal de comunicación entre la matriz, en la ciudad de Atlanta, y los embotelladores mexicanos. En 1938 se creó la primera empresa subsidiaria de **The Coca-Cola Export Corporation** y después de un doble cambio de nombre, en 1944 se instituyó The Coca-Cola Export Co. Sucursal en México.

COCA-COLA seguía escribiendo más páginas de éxito en su historia gracias a que se sumaban más plantas. Esta vez serían Cuernavaca y Colima las ciudades que tendrían nuevas embotelladoras en el Sistema, que años más tarde formarían la **Coordinación Industrial Mexicana, S.A. (CIMSA)** y la **Embotelladora de Colima**, respectivamente. Así, para 1945 había ya 28 plantas.







## SABOR CON LOS CINCO SENTIDOS

En la **década de los cuarenta**, los embotelladores comenzaron a invertir en diversos medios publicitarios: programas de radio, carteles, desplegados de prensa, decoración de fachadas en comercios y todo lo necesario para reforzar la imagen de la marca impactando los cinco sentidos del consumidor.

La Compañía estaba en una de sus mejores épocas, razón por la cual se creó en México la primera Planta de Concentrados fuera de los Estados Unidos. Además, **Grupo RICA** iniciaría su historia al abrir su primera planta en Pachuca, en 1943.

¿Quién no recuerda la clásica botellita de 6.5 oz (192 ml)? Hasta 1945, esa era la única presentación de COCA-COLA, pero gracias a los avances de la industria y al impactante crecimiento de la marca, se comenzaron a producir tamaños más grandes, que iban desde 10 oz (295 ml) hasta las 26 oz (769 ml), lo que permitió que la bebida pudiera disfrutarse por toda la familia partiendo de un solo empaque.

## REBELDÍA, FANTASÍA... SED DE CAMBIO

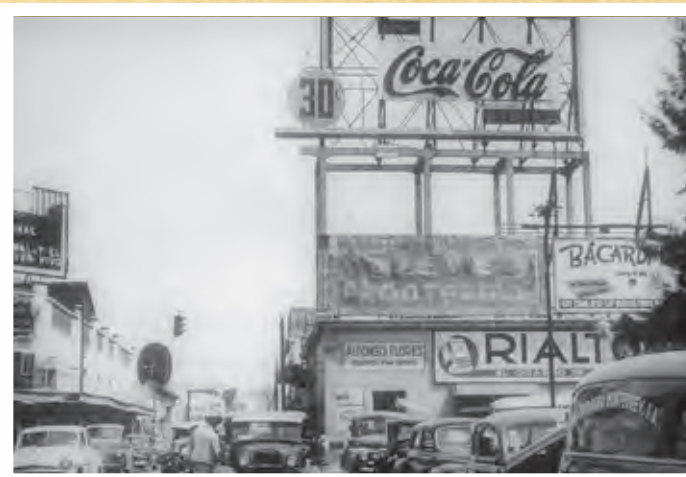
A mediados de los años cincuenta, el mundo comenzó a dar un giro trascendental que se extendería hasta finales de los sesenta. La

voz de Elvis Presley y —más tarde— las melodías de Los Beatles causaban que la juventud se desbordara en un espíritu de revolución ideológica. En esta época se marcó una profunda brecha entre generaciones y predominaba el repudio a las guerras, se apoyaban causas políticas en pro de países en vías de desarrollo y se aplaudían todos los intentos de paz e igualdad entre los seres humanos y las naciones.



COCA-COLA quiso ser parte de estos cambios, por lo que sorprendió al consumidor con ideas tan innovadoras como el **post-mix** (adelanto tecnológico introducido en México en 1956 que permitía preparar la bebida en los centros de consumo y cadenas de comida rápida), el cual significó una gran oportunidad para disfrutar el producto fuera del hogar.

En 1958 COCA-COLA concedió a los embotelladores el derecho a que ellos mismos nombraran a sus distribuidores dentro de sus respectivos territorios, lo que les permitió mayor crecimiento en cada una de las zonas que abarcaban. Se instalaron bodegas en las ciudades más importantes y se multiplicó la capacidad de distribución de las plantas. Al finalizar ese decenio, ya sumaban 53 plantas embotelladoras, contando las recién integradas **Embotelladora del Nayar** y **Bebidas Refrescantes de Nogales**.





En los años sesenta y setenta llegaron al Sistema nuevas franquicias embotelladoras, lo cual permitió alcanzar la cifra de 63 plantas.

Uno de los cambios más grandes de los cincuenta y sesenta fue que Coca-Cola por primera vez amplió su portafolio de productos, introduciendo **FANTA** en 1956 y **SPRITE** en 1966.



## MÁS OPCIONES, MÁS CAPACIDAD Y MENOS CALORÍAS

La **década de los setenta** trajo mayor crecimiento. Se instalaron líneas embotelladoras de tipo “doble”, es decir, con dos válvulas de llenado, un importante adelanto que generó mayor volumen de producción. Otras innovaciones fueron los mecanismos para envasar refrescos en recipientes no retornables y de medio litro.

De 1977 a 1981 se sumaron al Sistema: la **Cadena Jordan** con sus embotelladoras en Ciudad Cuauhtémoc, Chihuahua, y en Los Mochis, Sinaloa; y lo que hoy es **Grupo Yoli**, con sede en Acapulco, por lo que al finalizar 1985 existían ya en operación 85 plantas.

En los **años ochenta** se introdujo la primera opción de refresco de cola bajo en calorías con **DIET COKE**. Inicialmente sólo tuvo presencia en Tampico y en la Ciudad de México en 1986, más tarde se llevó a todo el territorio mexicano, pues gozó de gran demanda por

parte de los consumidores que, además de disfrutar el sabor de la tradicional COCA-COLA, buscaban una opción *light*.

En 1997 la Compañía cambió el nombre de este producto a **COCA-COLA LIGHT**, que se anunciaba con la leyenda: “¡Nada mejor que mucho sabor y pocas calorías!”.

Los años que siguieron fueron marco de un crecimiento constante, mismo que ha continuado hasta nuestros días y que no cesará, pues la marca de refresco más popular del mundo tiene un compromiso por ofrecer continuamente lo mejor a sus consumidores.



## CRECIMIENTO CONSTANTE

En estos 80 años, la historia de COCA-COLA ha ido de la mano con la de México, teniendo como principal motivación el consumidor.

Gracias a esta visión, lo que inició con sencillas y rudimentarias plantas de embotellado de COCA-COLA, es ahora un gran Sistema conformado por 13 Grupos Embotelladores, todos empresarios mexicanos, que han establecido en nuestro país 408 centros de distribución y tienen más de 23 mil 600 vehículos de distribución y cubren cerca de 10 mil rutas.

Para los años que vienen, COCA-COLA tiene un firme objetivo: continuar siendo —en cada época y para cada generación— la bebida refrescante que hace más gratos los momentos familiares, refuerza la unión entre las personas y deja un gran sabor tanto en el paladar como en el espíritu. •





# ÍCONOS Y ANÉCDOTAS

El ícono que identifica a COCA-COLA en todo el mundo es, sin duda, la **botella contour**. Si no has leído la página 2 de este número especial, te invitamos a que lo hagas y así conozcas su historia.

## COCA-COLA Y SANTA CLAUS

Todos estamos familiarizados con la imagen de Santa Claus, aunque quizás no sabemos que hubo muchas versiones antes del “Santa” que conocemos, cada una adaptada a la cultura de su región. Pero el hombre rechoncho de traje rojo que va por el mundo provocando sonrisas y esperanza en la temporada navideña, fue creado por COCA-COLA.



Al iniciar la década de los veinte, cuando Robert W. Woodruff adquirió la marca, comenzó la búsqueda de nuevas formas de acercamiento con el consumidor. Fue en la Navidad de 1931, época en la que la gente se reponía de la Gran Depresión, cuando Woodruff decidió crear un símbolo que contagiara paz y esperanza a toda la gente. Solicitó los servicios del artista americano Haddon Sundblom, quien diseñó (bajo los lineamientos de Woodruff) al Santa Claus que conocemos. El efecto de esta creación fue tal, que esta imagen se internacionalizó y se convirtió en un emblema de la Navidad que

ha sido uno de los vínculos más fuertes entre COCA-COLA y sus consumidores.

## COCA-COLA VIAJA AL ESPACIO

¿Quién puede olvidar la frase: “Un pequeño paso para el hombre, pero un gran paso para la humanidad”? El primer viaje del hombre a la Luna fue otro de los momentos históricos de la humanidad en los que COCA-COLA estuvo presente, patrocinando en 1969 la transmisión televisiva de este trascendental acontecimiento. 22 años más tarde, en 1991, COCA-COLA y la Agencia Espacial Soviética llevaron al espacio el refresco más famoso del mundo en una “lata espacial” a bordo de la estación MIR. COCA-COLA se convirtió así en el primer refresco gaseoso que viajó al espacio y circundó la atmósfera terrestre.



## OSOS POLARES COCA-COLA

Santa Claus fue el símbolo navideño característico de la marca por muchos años, sin embargo, para acercarse a sus consumidores de nuevas formas, COCA-COLA lanzó en 1993 una campaña navideña completamente diferente, esta vez con unos personajes muy simpáticos: los osos polares.



La marca presentó a toda una familia de ellos, que se quedaron en nuestra memoria gracias a aquel anuncio en donde observaban una impresionante aurora boreal mientras

disfrutaban de una COCA-COLA. Tanto gustaron estos mamíferos que la marca los ha utilizado en la Caravana Coca-Cola, en eventos especiales –como los Juegos Olímpicos de Atlanta en 1996– y como artículos coleccionables.

## EL LOGOTIPO DE COCA-COLA

El primer nombre de la bebida más refrescante del mundo era Vino Coca Pemberton, en honor a su creador, John Pemberton.



Fue Frank Robinson, socio de éste, quien –a fin de registrar y patentar el invento con un nombre más fácil de recordar–, bautizó a la bebida como COCA-COLA. Él mismo fue quien trazó el primer logotipo con una tipografía clásica de la época llamada *Spencerian Script*, letra elegantísima que se utilizaba a finales del siglo XIX para redactar documentos oficiales y formales. A partir de este episodio, el logotipo de COCA-COLA se convirtió en un símbolo que se reconoce en todo el mundo y que se ha adaptado a idiomas como el japonés, el chino y el hebreo para establecer un vínculo más fuerte con esas culturas. •

## ¿SABÍAS QUE?

La protección legal de la marca COCA-COLA se remonta a principios del siglo pasado y desde entonces ha estado a cargo del **despacho de abogados Basham, Ringe y Correa, S.C.** Ellos fueron los responsables de registrar en México: el logotipo de la marca, su etiqueta, su nombre, la palabra *Coke* y muchos elementos más. En México, actualmente el portafolio de marcas de The Coca-Cola Company excede los 300 registros.



# LOS PRIMEROS AÑOS DE PUBLICIDAD

Muchos de nosotros recordamos los *slogans* de COCA-COLA y guardamos en la memoria varias de sus campañas que transmiten optimismo al mundo de maneras siempre diferentes.

Sin embargo, pocos sabemos cómo inició la magia de la publicidad de COCA-COLA en nuestro país.

## LA RADIO, EL PRIMER MEDIO DE ACERCAMIENTO

Hoy en día nos es difícil imaginarlo, por los grandes avances tecnológicos que experimentamos con los actuales medios de comunicación, pero cuando COCA-COLA comenzó su publicidad en México –en la década de los cuarenta–, las familias mexicanas tenían un pasatiempo predilecto: reunirse en la sala de su casa en torno a un aparato de radio.

Desde las radionovelas que atrapaban semana a semana a las amas de casa, hasta los programas dedicados a los intérpretes musicales de moda, la radio conquistaba el corazón de la gente y era el medio de comunicación consentido del público, al llevarle de manera oportuna las noticias de eventos tan trascendentales como la Segunda Guerra Mundial.

Debido al acercamiento que la radio lograba con las familias mexicanas, COCA-COLA comenzó a trabajar con creativos publicistas para hacer llegar de



manera efectiva sus mensajes a la gente. Una de las primeras estrategias publicitarias que idearon fue el acercarse a las personalidades musicales más representativas de la época, con las cuales produjeron pequeñas canciones en las que se narraban los atributos de la marca siguiendo los ritmos de moda. Así nacieron los primeros *jingles*: anuncios grabados con música que se transmitían en la radio.

Los primeros anuncios radiales de COCA-COLA eran puramente instrumentales. Las notas de violines, piano, violonchelo y otros instrumentos envolvían los espacios a donde llegaban estos comerciales, enmarcados por una voz institucional que decía: “Toma COCA-COLA, la pausa que refresca”, frase que seguramente nuestros padres o abuelos recuerdan con cierta nostalgia, pues fue adoptada y comentada durante muchas décadas.

Ya para 1950, los cantantes más populares comenzaron a anunciar a COCA-COLA en la radio. Aún hoy







permanecen en la memoria de muchas personas tonadas de los comerciales con las voces de grandes estrellas, como: Manolo Muñoz, Marco Antonio Muñoz, Sonia López, Vianey Valdés, las Hermanas Águila, la Familia Rufino y Lucha Villa

Estas actividades publicitarias sembraron el fuerte vínculo que aún tiene la marca con la música, a través de los artistas más representativos de cada generación. A la fecha, esta forma de promoción sigue siendo una de las maneras preferidas de COCA-COLA para comunicarse con el consumidor.

¿Quién no conoció la cautivadora voz de la Reina de la salsa? La maravillosa Celia Cruz fue uno de los primeros de muchos talentos que grabaron melodías publicitarias al lado de COCA-COLA.

## LA EVOLUCIÓN A LA TELEVISIÓN

La década de los sesenta trajo consigo una rebelión frente a los cánones establecidos, en la que todo cambió: los aparatos eléctricos, los medios de comunicación, la música, la ropa, las profesiones, así como la forma



de percibir la vida. Las mujeres comenzaron a vestir pantalones, las jóvenes parejas exigían amor y paz en conciertos masivos de Rock & Roll y los derechos humanos empezaban a cobrar relevancia.

Al tiempo que crecía este movimiento social juvenil, la televisión cobraba fuerza. Si antes la gente se reunía en torno al radio, ahora el televisor ocupaba su lugar. Ubicado en la sala de la casa, se encendía en horarios específicos para sintonizar un programa y disfrutarlo en compañía de toda la familia.

En esta transformación, COCA-COLA fue una de las primeras marcas que comenzaron a tener presencia con los nacientes *spots*, que se transmitían por televisión.

Sin embargo, la evolución publicitaria no se daba sólo con el cambio de un medio a otro: los intereses de los consumidores eran también diferentes y COCA-COLA se sumó a los jóvenes que comenzaron a alzar la voz para abogar por un mundo mejor. Éstas eran –y siguen siendo– ideas

que movían a la marca y que desde entonces serían parte importante de sus mensajes.

El parteaguas en la forma de hacer publicidad lo marcó uno de los comerciales de COCA-COLA más conocidos en el mundo, “La Colina”, con un trascendente mensaje: la unión mundial, representada por 200 jóvenes de múltiples etnias y nacionalidades que le cantaban a la humanidad en diferentes idiomas, para promover un sentido de tolerancia y fraternidad.

Así se dio a conocer el verdadero concepto de “refrescar al mundo” que hasta hoy es parte básica de la misión de la marca y de la Compañía. Porque “refrescar” no sólo es brindarle al consumidor su bebida favorita, sino también darle esperanza, mostrarle el lado bueno de la vida e invitarlo a compartir, con todos los seres que lo rodean, valores como el amor y la armonía.

## EL CINE COMO MEDIO PUBLICITARIO

Desde su creación, el cine ha sido una de las actividades que más disfruta la gente. Si bien al principio no era un medio tan popular como la televisión y la radio, con el tiempo los cines se abarrotaban en los estrenos de las cintas clásicas. Fue entonces que COCA-COLA incursionó en este medio para mantenerse cerca del consumidor.

Las primeras intervenciones de la marca se dieron a través de la presentación de las noticias que se proyectaban antes del comienzo de la película, dando pie a los primeros patrocinios en México, en los que una voz en *off* decía: “COCA-COLA presenta...”

A partir de los años cincuenta, los comerciales que se producían para televisión comenzaron a proyectarse de igual forma en el cine, así se sustituyó la presentación de noticias por un mensaje más completo y entretenido de la marca.

¿Quién puede olvidar a estrellas como la protagonista de Gran Hotel, Greta Garbo, o al primer Tarzán del cine, Johnny Weissmuller? Sus interpretaciones siguen vigentes hasta nuestros días, al igual que la publicidad de COCA-COLA en el cine, que, como en la radio y en la televisión, se asoció con importantes actores en México para estar cerca del consumidor y producir artículos promocionales coleccionables.







Tras estos 80 años de publicidad de COCA-COLA, los mensajes y los medios han seguido evolucionando. Por esta razón, la Compañía ahora trabaja en medios electrónicos e interactivos para brindar al consumidor innovadoras opciones de entretenimiento, al tiempo que disfruta de una deliciosa y refrescante COCA-COLA. Ejemplo de ellos es nuestra página de Internet, Konec-t Coca-Cola, que muestra información histórica de la marca, permite experimentar sus procesos de producción, participar en promociones interactivas, descubrir las nuevas campañas publicitarias de COCA-COLA, obtener materiales gráficos de la marca, entre muchas otras actividades. ¡Visítala, la vas a disfrutar! •



[www.coca-cola.com.mx](http://www.coca-cola.com.mx)

"Me encantan las campañas de COCA-COLA, desde chiquita siempre me llamaron la atención las pequeñas historias de cada comercial. Me acuerdo de todos los anuncios que he visto desde que tenía como siete años, son increíbles."

*Laurencia Andrade,  
publirelacionista.*



# COCA-COLA HACIA ADELANTE



**C**OCA-COLA cumple hoy 80 años y su principal objetivo es festejar muchos más para seguir refrescando a su consumidor en cuerpo, mente y espíritu. En estas primeras ocho décadas, la marca ha sido uno de los pilares de la empresa total de bebidas sin alcohol más importante del mundo: The Coca-Cola Company, y quienes la conformamos deseamos que lo siga siendo.

Este camino lo hemos forjado de la mano de nuestros socios, detallistas, proveedores, asociados y por supuesto del Sistema Embotellador. El Sistema Coca-Cola en nuestro país es totalmente mexicano, ya que está conformado por connacionales, arraigados en nuestro territorio y trabajando con y para México.

Tenemos mucho por hacer en el futuro: objetivos, retos y metas por alcanzar, entre los que destacan el **innovar constantemente** ampliando nuestro portafolio de productos y creando empaques convenientes que satisfagan los gustos de nuestros consumidores, sus cambiantes necesidades y estilos de vida. ¿Qué tal sería si en un futuro pudiéramos encontrar una COCA-COLA adicionada con ingredientes para combatir el estrés, la artritis o la presión alta; o un empaque que se enfríe en segundos si

nos encontramos en la playa; o una bebida con la cantidad exacta de azúcar y concentrado para cada consumidor? ¿Por qué no? Si hoy en día ya podemos comprar una COCA-COLA con el teléfono celular, quizás en algunos años sea posible interactuar con el empaque, de tal forma que podamos entrar a Internet con el código de barras de nuestra botella.

Por supuesto, otra de nuestras prioridades es seguir trabajando para asegurar en cada producto los **más altos estándares de calidad** que nos han caracterizado desde hace 80 años, y brindar así a todos los que disfrutan la marca una experiencia única en cada ocasión que se decidan a disfrutar una COCA-COLA.

Continuaremos invirtiendo en este país, generando empleos y contribuyendo con la economía de diferentes maneras.

Porque también queremos seguir refrescando a México con nuestras acciones, continuaremos renovando cada día **nuestro compromiso con la comunidad** que nos rodea, tanto a través de las actividades que realiza la Fundación Coca-Cola en favor de la

educación de la niñez mexicana, como con aquellas en las que refrendamos nuestro apoyo al cuidado del planeta en temas como el reciclado, el uso de tecnologías que protegen la capa de ozono y el mejor aprovechamiento de los recursos. ¿Y si existiera un empaque que se desintegre sin dejar residuos que contaminen al planeta?

Por otro lado, seguiremos incentivando estilos de vida activa y saludable a través del apoyo a los deportes, dando momentos de especial felicidad a las familias mexicanas en cada Navidad y llevando a la gente a sus artistas musicales favoritos, a través de eventos magnos con tecnologías de actualidad. ¿No sería sensacional ver un concierto de la Rockola Coca-Cola desde el celular?

Así pues, el futuro trae nuevos retos y la búsqueda de nuevas ideas para satisfacer las necesidades cambiantes del consumidor. Estamos listos para enfrentarlos a fin de brindarle la opción de poder tomar una Coca-Cola bien fría en el momento y lugar en que lo desee.

Nuestro mañana es la gente. Queremos seguir dándole gusto y entender a fondo sus requerimientos para brindarle la bebida que espera. Este es nuestro principal reto: mantenernos cerca, sin importar edad, género u ocupación, para seguir contando con la preferencia de ocho de cada diez consumidores mexicanos de bebidas sin alcohol que eligen COCA-COLA. •

¡Gracias!





# LOS SLOGANS DE COCA-COLA

1886	Tome Coca-Cola
1904	Deliciosa y refrescante
1917	Tres millones al día
1925	Seis millones al día
1927	Coca-Cola a la vuelta de la esquina
1929	La pausa que refresca
1956	Coca-Cola... Nada es tan refrescante
1957	Signo de buen gusto
1958	Coca-Cola grande
1959	Coca-Cola te refresca mejor
1963	Coca-Cola refresca en grande
1970	La chispa de la vida
1971	Coca-Cola, hay que compartir
1976	Disfruta Coca-Cola y una sonrisa
1982	Coca-Cola es así
1985	Coca-Cola es la ola del Mundial
1986	Coca-Cola es tu ola y Coca-Cola sigue tu ola
1989	Vive la sensación
1990	Siempre Coca-Cola
1999	Coca-Cola, vívela
2002	La vida tiene sabor
2003	Coca-Cola... de verdad
2005	Toma lo bueno
2006	El lado Coca-Cola de la vida





*Coca-Cola* <sup>MR</sup>

80 AÑOS DESTAPANDO  
HISTORIAS EN MEXICO

