



## MERCADO

El público meta del Sistema Coca-Cola son apasionados por la vida que creen y ayudan a construir un mundo mejor y a destapar la felicidad todos los días. Su compromiso está en promover el bienestar, la sostenibilidad y satisfacer los gustos y necesidades de sus consumidores, ofreciéndoles – a través de la innovación – un amplio portafolio de bebidas y empaques para cada ocasión y estilo de vida, elaborados bajo altos estándares de calidad.

## HISTORIA

El 8 de mayo de 1886 John Pemberton hace una mezcla única y crea una bebida gaseosa que la ofrece en la Farmacia Jacobs. Ese mismo año, Frank Robinson, contador de Pemberton, le da el nombre de Coca-Cola y diseña su distintiva tipografía que se reconoce hoy en día. El primer anuncio aparece en el Atlanta Journal presentando a Coca-Cola como "la bebida deliciosa y refrescante". Un año después, Pemberton registra el "jarabe y extracto de Coca-Cola" en la oficina de patentes de Estados Unidos.

En 1892, Asa Candler compra el invento de Pemberton por \$2500, convirtiéndose en el primer Presidente de la Compañía Coca-Cola. Nueve años después de su creación, Coca-Cola es consumida en todo Estados Unidos. En 1899, Candler vende por \$1 los derechos de embotellar Coca-Cola, dudando sobre la oportunidad de venta de la bebida embotellada. En 1906, abren las primeras plantas embotelladoras fuera de Estados Unidos en Canadá, Cuba y Panamá.

Para 1915, Coca-Cola necesitaba diferenciarse de otras marcas que intentaban imitarla, por lo que Alexander Samuelson hizo un diseño especial de la botella, y así nace la famosa botella Contour, cuyo diseño se inspiró en la fruta del cacao, dándole la forma que la caracteriza hoy en día.

En 1919, un grupo de inversionistas encabezados por Ernest Woodruff compra la Compañía por \$25 millones. En 1923, Woodruff es nombrado Presidente de la Compañía, quien con su liderazgo expandió el negocio a más países.

Desde entonces, la Compañía forma parte de distintas iniciativas a nivel mundial. En 1928, se establece la alianza con el Movimiento Olímpico. Coca-Cola tiene



una estrecha relación con la FIFA desde 1974, es patrocinador oficial de la Copa Mundial desde 1978 y apoya distintas selecciones nacionales, así como programas de fútbol y actividad física a nivel mundial.

En 1931, la Compañía buscó resaltar la magia de la Navidad y gracias a la creación del artista Hodson Sundblom se creó la primera ilustración de Santa Claus – con la imagen y el tradicional vestido rojo y blanco con el que actualmente se conoce.

En 1985, Coca-Cola traspasa las barreras al ser el primer refresco consumido en el espacio por los astronautas a bordo del transbordador espacial Challenger.

La Compañía ha venido diversificando su portafolio. En 1955 lanza Fanta Naranja, convirtiéndose en el primer nuevo producto de la Compañía. En 1960 se incorpora Minute Maid y en 1961 se introduce Sprite. En

1981, se lanza Diet Coke – la primera extensión de la marca Coca-Cola. En 1985, por primera vez en 99 años, Coca-Cola cambia su fórmula e introduce "New Coke", pero 79 días después regresa a la fórmula original denominada "Coca-Cola Classic". A partir del 2000 se lanzan nuevos productos como Coca-Cola Zero, Simply Orange, Vainilla Coke y Coca-Cola Life.

Desde 1925 la fórmula secreta de Coca-Cola había sido guardada en la bóveda del Trust Company Bank de Atlanta, en donde se mantuvo hasta el 2011, cuando fue trasladada al Museo Coca-Cola que fue inaugurado en 1990.

## PRODUCTO

El Sistema Coca-Cola es la compañía de bebidas más grande del mundo, que refresca a los consumidores con más de 500 marcas de bebidas gaseosas y sin gas. Liderada por Coca-Cola, una de las marcas más valiosas y reconocidas del mundo, el portafolio de la Compañía incluye 17 marcas valuadas en más de mil millones de dólares incluyendo Diet Coke, Fanta, Sprite, Coca-Cola Zero, vitaminwater, Powerade, Minute Maid, Simply, Georgia y Del Valle. Mundialmente, es el proveedor número uno de bebidas gaseosas, cafés listos para beber, jugos y bebidas hechas de jugo. Por medio del sistema de distribución de bebidas más grande del mundo, los consumidores en más de 200 países disfrutan sus bebidas en un rango de más de 1,900 millones de porciones diariamente.

En Centroamérica ofrece 48 marcas y ha innovado para ofrecer un portafolio de nuevos productos y empaques, con opciones con y sin gas, con o sin jugo, con y sin calorías. Sus principales marcas en la región son Coca-Cola, Coca-Cola Light, Coca-Cola Zero, Fanta, Sprite, Jugos del Valle, Agua Dasani (Alpina en Costa Rica y Nicaragua), Powerade y Fuze.

## INNOVACIONES

El Sistema Coca-Cola se esfuerza por refrescar, inspirar momentos de optimismo y felicidad, crear valor y hacer una diferencia positiva en el mundo. Además busca innovar en todos los componentes que integran su cadena de valor: estructuras de precios y empaques, productos, mercadeo, manera como llega al mercado,



compromiso con el medio ambiente, así como el desarrollo de las comunidades en donde operan. En el Sistema hay años de experiencia, pasión y deseo de hacer que las cosas sucedan. Junto con sus socios embotelladores, están comprometidos en hacer crecer su negocio al mismo tiempo que mejoran la calidad de vida de las personas, contribuyen a construir comunidades sostenibles y proteger el medio ambiente.

### VALOR DE LA MARCA

El Sistema Coca-Cola está comprometido en construir una conexión auténtica con sus consumidores. Esta cercanía la logran promoviendo el bienestar, la sostenibilidad y satisfaciendo los gustos y necesidades de sus consumidores, ofreciéndoles – a través de la innovación – un amplio portafolio de bebidas y empaques para cada ocasión y estilo de vida, elaborados bajo altos estándares de calidad.



### RELACIÓN CON LA COMUNIDAD

El Sistema Coca-Cola tiene el compromiso permanente de construir comunidades sostenibles, enfocados en iniciativas que reducen su huella ambiental, apoyan estilos de vida activos y saludables, crean un entorno de trabajo seguro e inclusivo para sus asociados y mejoran el desarrollo económico de las comunidades en donde operan. A la fecha, apoyan más de 3000 proyectos de sostenibilidad a nivel mundial.

En mayo de 2013, anunció cuatro compromisos de negocio para mejorar el bienestar de las personas en los países que sirve. Estos compromisos son:

1. Ofrecer opciones en bebidas bajas en y sin calorías, en todos los mercados.
2. Proporcionar información nutricional transparente y clara de sus productos, incluyendo su contenido calórico al frente de todos sus envases.

3. Ayudar a las personas a ponerse en movimiento mediante el apoyo a programas de actividad física, en todos los países en donde operan.

4. Mercadear responsablemente, incluyendo no dirigir publicidad a niños menores de 12 años en ningún lugar del mundo.

Desde el punto de vista ambiental, la administración responsable de los recursos del planeta constituye su principal compromiso con la sostenibilidad. Acordaron extender su alianza con World Wildlife Fund (WWF) y cumplir metas de conservación y desempeño, promover la Integración del valor de la naturaleza en los procesos de toma de decisiones e invitar a otros socios para ayudar a resolver los retos ambientales con soluciones integrales. En julio de 2013 anunciaron siete objetivos enfocados en el manejo responsable del agua, la energía y los empaques, así como el abastecimiento responsable de los principales Ingredientes agrícolas. Sus siete objetivos ambientales son:

1. El reabastecimiento del agua que utilizan: alcanzar una huella hídrica neutral para el 2020.
2. La mejora en la eficiencia en el uso del agua: mejorar en un 25% la eficiencia respecto al uso del agua por cada litro de producto elaborado.
3. La ayuda para la conservación de las cuencas hídricas: desarrollando programas de acceso al agua, reforestación y protección de cuencas en alianza con The Nature Conservancy (TNC) y World Wildlife Fund (WWF).
4. La reducción de las emisiones de carbono: reducir en un 25% el impacto ambiental en los procesos de producción, empaques, distribución, equipos de refrigeración y abastecimiento de ingredientes.
5. La recuperación de las botellas y latas: recuperar el equivalente al 50% de los empaques que coloca en el mercado.
6. El uso de empaques renovables y reciclables: utilizar un 25% de materiales reciclados en sus empaques.
7. El abastecimiento responsable de los principales Ingredientes agrícolas: cumplimiento de los Principios Rectores de Agricultura Sostenible por parte de sus proveedores.

En estos años, la principal lección que el Sistema Coca-Cola ha aprendido es que para desarrollar un negocio sostenible se requiere construir comunidades sostenibles y generar valor compartido a través de las alianzas. Por 128 años, Coca-Cola ha sido parte de la historia y el reto está en seguir construyendo su legado.



[www.coca-cola.co.cr](http://www.coca-cola.co.cr)

### COCA-COLA EN CIFRAS

El Sistema Coca-Cola es la compañía de bebidas más grande del mundo, y refresca a los consumidores con más de 500 marcas de bebidas gaseosas y sin gas en más de 200 países.

Liderada por Coca-Cola, una de las marcas más valiosas y reconocidas del mundo, el portafolio de la Compañía incluye 17 marcas valuadas en más de mil millones de dólares.

El Sistema Coca-Cola apoya más de 3000 proyectos de sostenibilidad a nivel mundial.

El Sistema Coca-Cola es considerado uno de los 10 mayores empleadores privados en el mundo, con más de 700.000 asociados dentro del Sistema.