



**Nombre de la alumna:** Elva Berenice Gómez Méndez.

**Nombre del tema:** Coca Cola

**Grado:** 3er Cuatrimestre.

**Nombre de la materia:** Capital Humano

**Nombre del profesor:** Jhoani Elizabeth Pérez López.

**Nombre de la Licenciatura:** Medicina Veterinaria y Zootecnia.

Coca Cola

+2  
EXTRA

~~16/05/24~~  
16 05 24  
16/05/24  
16/05/24

## Filosofía organizacional

**Misión:** Satisfacer con excelencia a los consumidores de bebidas.

**Visión:** Ser el mejor líder total de bebidas, que genere valor económico, social y ambiental sostenible, gestionando modelos de negocio innovadores y ganadores en el mundo.

**Valores:** Son la clave para guiar nuestra conducta día con día. Y expresan quienes somos y en qué creemos.

De forma sostenible, quiere marcar la diferencia en la vida de la gente, la sociedad y el planeta. Esto significa utilizar su liderazgo para ser parte de la solución hacia un mundo más sostenible.

## Estudio de mercado y posición

Coca-Cola cuenta con un mercado global, presente en más de 200 países con casi 450 marcas diferentes. Para ello, tomaron en cuenta los siguientes factores: Imagen. Nivel del poder adquisitivo en el país objetivo.

El refresco original de Coca-Cola es el más consumido por la población mexicana. De acuerdo, con cifras de Statista, 6 de cada 10 pesos que ingresan por la venta de refrescos corresponden a la Coca-Cola original.

## Historia de la empresa

La Coca-Cola surgió en 1886, cuando el farmacéutico John Pemberton fabricó un líquido de color caramelo y lo combinó con agua carbonatada.

Los derechos de la fórmula fueron adquiridos en 1888 por el empresario Asa Griggs Candler por tan solo 2300 \$. En consecuencia, se constituyó The Coca-Cola Company (CO) en 1892.

Al principio, la Coca-Cola, se vendía a 5 centavos el vaso y para 1913 uno de cada nueve norteamericanos ya lo había probado.

Como la competencia empezaba a entrar en el mercado, Candler vendió los derechos para embotellar la Coca-Cola. Esto hizo que se creara el sistema Coca-Cola, un franquiciado que existe todavía entre.



la compañía y más de 250 embotelladores de todo el mundo. En 1916, se introdujo la forma característica de las botellas de Coca Cola, para prevenir así que la bebida auténtica que se confundiera con las imitaciones. 100 años después sigue siendo un signo de identidad de la marca en todo el mundo.

### Importancia que tiene.

La marca Coca Cola es una de las marcas más reconocidas en todo el mundo, ha logrado crear una conexión emocional con los consumidores y ha sido muy efectiva en la creación de una imagen positiva y atractiva.

Además, The Coca Cola Company, está expandiendo su presencia en mercados emergentes y trabajando en colaboración con otras empresas para impulsar el crecimiento.

La innovación será siendo un factor clave en el futuro de Coca Cola Company, por lo que debe seguir adaptándose a las preferencias cambiantes de los consumidores y trabajar en la creación de productos más saludables y sostenibles.

### Estrategia de cambio

En Abril de 1895, Coca Cola recurrió a la prensa para hacer un importante anuncio. La expectativa era que cualquier cosa que Coca Cola hiciera sería una jugada inteligente.

El presidente de la compañía, Roberto Goizueta, reveló el secreto.

Las bebidas de Coca Cola fueron inventadas en el siglo XIX. En poco tiempo, Coca Cola y Pepsi se convirtieron en rivales, pero en la segunda Guerra Mundial, Coca Cola estableció su supremacía.

El gobierno de EE.UU. le pidió a Coca Cola que le proporcionara bebidas a las tropas. Tuvieron 64 plantas embotelladoras portátiles que acompañaban al ejército. Cuando los soldados se fueron, Coca Cola se quedó y



adquirió una dimensión global.

Superaban a Pepsi cola por márgenes de dos o tres a uno. En los años 70, cansado de quedarse atrás, a Pepsi se le ocurrió un golpe maestro de marketing: Su famoso "desafío Pepsi", una prueba de sabor ciega que mostraba que, si no habían cual estaban tomando, más clientes preferían el sabor más dulce de Pepsi al de Coca Cola.

Coca Cola, seguía siendo el refresco más vendido del mundo, pero se puso nervioso al ver a Pepsi pisándole los talones.

Los ejecutivos se convencieron de que el sabor de su producto era el problema, por lo que se propusieron desarrollar un nuevo sabor de cola que derrotaría a Pepsi en una cata a ciegas.

Eso fue a lo que llevó al inexplicable anuncio ese día de 1985. Sorprendentemente, no solo se cambió el sabor si no que la Coca Cola familiar, original y conocida ya no se produciría ni vendería.

Los bebedores leales de Coca Cola se horrorizaron y organizaron ruidosas campañas contra la nueva bebida. Hubo protestas en las calles de ciudades estadounidenses.

La presión fue tal que los ejecutivos de Coca Cola revisaron su investigación de mercado y se dieron cuenta de que **habían cometido un error fundamental**.

La prueba del gusto ciego no tuvo en cuenta todas las asociaciones de marca y la lealtad con el producto en el mundo real.

A la gente no solo le gustaba la Coca Cola por su sabor, sino por lo que representaba.

Luego de sólo 79 días, Coca Cola revocó su decisión y anunció que volvería a producir la receta original.

### Estodian

"Refrescar al mundo en cuerpo, mente y espíritu. Inspirar momentos de optimismo a través de nuestras marcas y acciones para crear valor y dejar nuestra huella en cada uno de los lugares en los que operamos."

Coca-Cola®