



Mercado

En la actualidad es imposible pensar en el mundo de las bebidas sin evocar el globo azul y rojo de Pepsi, que forma parte integral de la vida diaria de millones de familias mexicanas y posee un atractivo especial para los jóvenes.

Pepsi, un producto que lleva más de 7 décadas en México, mantiene hoy en día una esencia joven, gracias a su constante innovación, que siempre logra sorprender a sus consumidores mexicanos, quienes conforman el segundo mercado más grande del mundo.

Logros

A partir de su llegada a México en el año de 1933, Pepsi ha mantenido un crecimiento constante, alcanzando una presencia en todo el país a través de casi 900 mil distribuidores, a los que surte sus productos a lo largo de más de 10 mil rutas. Esta producción se realiza en sus 39 plantas (1 de concentrados y 38 embotelladoras a lo largo de la República Mexicana), en las que actualmente cuenta con más de 37,000 empleados directos.

Entre sus principales éxitos está el haber utilizado plataformas de fútbol, música, cine y eventos relevan-

creó gran expectación durante el Mundial 2002, sino que posicionó a Pepsi como la marca más recordada de esa temporada.

En lo tocante al cine, la actuación de Pepsi es muy dinámica, pues ha sido la marca más vista en *product*



Pepsi Chart es completamente local y representa uno de los mayores logros de la marca.

De esta manera, entre música, fútbol y cine, Pepsi ha conseguido una presencia constante en la mente de su consumidor, a quien siempre le brinda conceptos nuevos, que rejuvenecen y posicionan mejor a la marca en el día con día.

Historia

En el verano de 1898 el farmacéutico Caleb Graham experimentó con una combinación de jugos, especias y jarabes en su local de Carolina del Norte, con la intención de crear una nueva bebida refrescante que atrajera más clientes a su negocio... Y así nació Pepsi.

En sus inicios la llamó Brad's Drink y no fue sino hasta el 28 de agosto de 1898 cuando prefirió llamar Pepsi-Cola a su bebida carbonatada, sin imaginar en ese momento el éxito que llegaría a tener.

Para 1902 Pepsi ya era una marca registrada, y en 1903 se le promocionó

por primera vez con un *slogan* que resaltaba sus beneficios digestivos, lo cual cambió en 1906, cuando se cambió su posicionamiento por el de una bebida original para acompañar los alimentos.

En 1909 Pepsi se convirtió en la primera marca que incluyó a una celebridad en sus campañas publici-

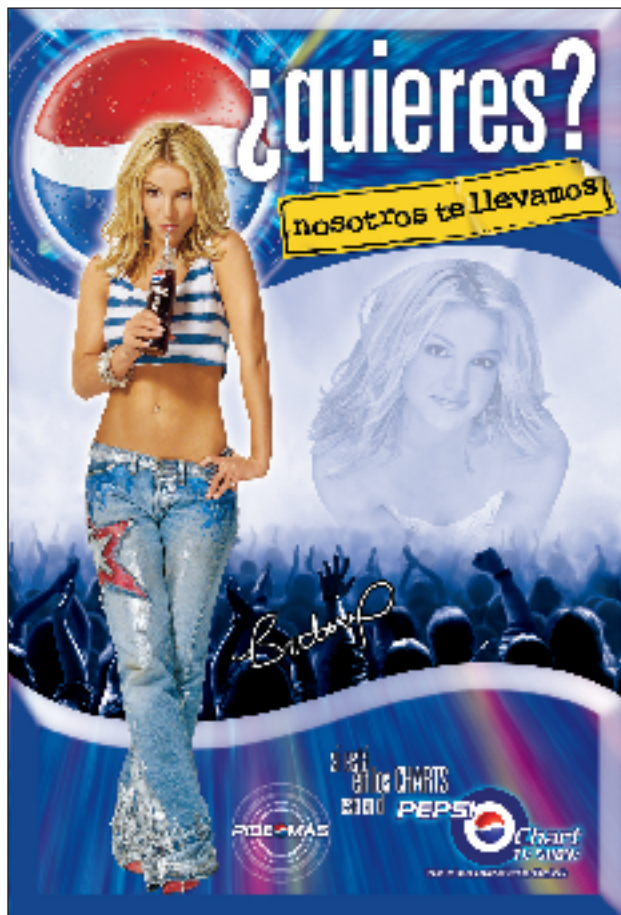
placements de importantes producciones de Hollywood en los últimos años, además de los programas más relevantes de la televisión nacional.

Con esta inercia, Pepsi desarrolló sus últimas campañas muy al estilo de cortos cinematográficos, en los que contó con protagonistas de la talla de David Beckham, Britney Spears y Juanes, entre otras grandes estrellas, y fue la primera marca en realizar premieres internacionales de sus propias producciones. Este tipo de patrocinios de celebridades, tanto locales como internacionales, le han valido a Pepsi el reconocimiento como una de las marcas líderes en el entretenimiento mundial.

Y en cuanto a música se refiere, Pepsi ha sobrepasado las fronteras para convertirse en una autoridad en el mundo de la música, como demuestra

fehacientemente con Pepsi Chart, nacido en el Reino Unido en 1998, que es un conteo ascendente que involucra los nombres más grandes del negocio del espectáculo en un ágil formato de revista, el cual mezcla presentaciones en vivo con las producciones más grandes de la industria del entretenimiento musical, además de brindar información actualizada sobre los artistas y la parafestividad que los rodea. Este evento se produce y transmite en distintos países; en México,

fehacientemente con Pepsi Chart, nacido en el Reino Unido en 1998, que es un conteo ascendente que involucra los nombres más grandes del negocio del espectáculo en un ágil formato de revista, el cual mezcla presentaciones en vivo con las producciones más grandes de la industria del entretenimiento musical, además de brindar información actualizada sobre los artistas y la parafestividad que los rodea. Este evento se produce y transmite en distintos países; en México,



arias; se trataba de Barney Oldfield, el corredor de autos más famoso de la época, y ésta fue tan sólo la primera vez que Pepsi fue pionera en conceptos promocionales: en 1940 escribió un capítulo especial en la historia de la publicidad al ser la primera en transmitir un jingle comercial en la radio... El éxito del *spot* fue tal, que se tradujo a 55 idiomas para su transmisión alrededor del mundo.

Gracias a esta constante tendencia a la innovación, la trayectoria de Pepsi se ha convertido en un hito para los jóvenes.

Pepsi llegó a México en el año de 1933, y para 1948 estableció su primera planta en Atlacomulco, Estado de México. Desde su arribo, ha estado presente en la mesa de muchas familias mexicanas y en la mente de todos los consumidores.

Pepsi es parte de PepsiCo, uno de los consorcios de alimentos y bebidas más grandes del mundo, que incluye también a empresas como Sabritas, Gama, Gatorade y Quaker.

Producto

Pepsi ha estado en boca de los consumidores por más de 100 años: es un producto reconocido mundialmente por su indiscutible calidad y característico sabor, que es a la vez misterioso y forma parte de la vida de millones de familias en todo el planeta.

El portafolio de marcas de la empresa incluye: Pepsi, Pepsi Light, Pepsi Twist, 7up, 7up Light, Kas, Kas Light, Kas Toronja Rosa, Mirinda, Mirinda Naranja y Manzanita Sol, Verde y Roja.

Desarrollos Recientes

El estar a la vanguardia y ofrecer variedad e innovación son los factores centrales de la actividad de Pepsi, y el hacerlos llegar a través del entretenimiento, el glamour de las celebridades y la diversión han logrado que Pepsi tenga un posicionamiento privilegiado en la mente de los consumidores.

Como parte de su estrategia de innovación, Pepsi experimentó, en el 2004, una transformación de imagen y de fórmula que rejuveneció el mercado de las colas con la introducción de su Nueva Pepsi, que lanzó con una campaña de alto impacto con el slogan "Descúbre-la", la cual incluía a líderes de opinión como Víctor Trujillo y Las Hijas de la Madre Tierra, entre otros, quienes frontalmente aceptaban el poder de la competencia, pero invitaban a probar la nueva fórmula de Pepsi.



Pepsi ha realizado también lanzamientos de edición limitada, como Pepsi Blue y Pepsi FIRE, además de relanzamientos como el de Pepsi Light, con el objetivo de impulsar a la marca madre y fortalecer su posicionamiento. De igual manera ha ampliado su portafolio con la nueva Pepsi Twist, con un toque de limón, para ofrecer opciones nuevas, acordes con el gusto del consumidor mexicano.



nes de ventas, música, fútbol, cine e imagen, va totalmente dirigida a incrementar su valor y crear fuertes lazos con el consumidor.

Así se trate de patrocinios en el fútbol, tanto de equipos como de jugadores nacionales e internacionales, campañas con las grandes figuras de la música pop de México y el mundo o promociones innovadoras para el consumidor, la intención de Pepsi es siem-



Promoción

La estrategia de mercadotecnia de Pepsi, que incluye campañas publicitarias, promocio-

pre obsequiar al consumidor con algo que lo sorprenda y, por supuesto, lo vincule emocionalmente con la marca.

En la guerra de promocionales, Pepsi es, sin duda, una marca ganadora, y como ejemplo están los famosos Pepsilindros, que se lanzaron en los 90 y pegaron tan fuerte en la preferencia de los consumidores que su nombre se volvió genérico y perdura al día de hoy.

Sus campañas con celebridades del mundo de la música le han permitido armar algunas de las promociones más atractivas del mercado, como son los PepCD's, que son mini CD's con las canciones pop más exitosas del momento.



En el caso de sus promociones de fútbol, lanzó la Copa Pepsi, que promovía a las estrellas del fútbol nacional e involucraba a niños y jóvenes de todo el país..., tal fue su éxito que la estrategia fue emulada por muchas empresas.

Entre sus promociones más recientes destaca "El Destape Millonario", que tuvo un impresionante nivel de recordación del 95% entre el público en general, lo que reafirma la línea de innovación constante que Pepsi ha mantenido con sus promociones y campañas.

Por otro lado, los lanzamientos de edición limitada, como Pepsi Blue, Pepsi Limón o, una de las más actuales, Pepsi FIRE, son parte de la estrate-

gia de Pepsi para ofrecer al consumidor nuevas opciones fuera de lo cotidiano.

Valores de Marca

Pepsi en sí es símbolo de juventud, dinamismo, innovación y vanguardia. Su característico ícono azul y rojo es uno de los más reconocidos a nivel mundial, mientras que su relación histórica con la música y el fútbol –y sus figuras más afamadas– son parte ya de la personalidad que Pepsi ha transmitido a la audiencia por más de 100 años.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Pepsi

- Pepsi fue la primera marca en contar con un *jingle* publicitario en el mundo.
- Pepsi fue la primera en incluir a una celebridad en sus campañas publicitarias: el corredor de autos Barney Oldfield, en 1909.
- En 1964, Pepsi lanzó el primer refresco dietético del mercado: Diet Pepsi.
- A nivel global, Pepsi vende más de 15 mil millones de dólares anuales, hazaña que muy pocas marcas en la historia han logrado.
- Pepsi en México fue la primera en innovar en el segmento de colas con Pepsi Blue, Pepsi Twist y, más recientemente, Pepsi FIRE.