



## 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 miles de jóvenes mexicanos.

Pepsi, un producto que lleva más de 80 años en nuestro país, 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.

## 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 eslogan que resaltaba sus beneficios digestivos, lo cual cambió en 1906, cuando se posicionó como una bebida original para acompañar los alimentos.

En 1909 Pepsi se convirtió en la primera marca que incluyó a una celebridad en sus campañas publicitarias. Se trataba de Barney Oldfield, el corredor de autos más famoso de la época, y esta fue tan sólo la primera vez que Pepsi incursionó en nuevos 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.

Ha sido precisamente gracias a esta constante tendencia a la innovación, que 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, Edo. de México. Desde su arribo, ha estado presente en la mesa de muchas familias mexicanas, así como en la mente de todos los consumidores.

Pepsi es una marca de PepsiCo, uno de los consorcios de alimentos y bebidas más grandes del mundo, que incluye también marcas como Sabritas, Gamesa, 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 sabor, que hoy forma parte de la vida de millones de personas en todo el planeta. El portafolio de marcas de la empresa incluye:



Pepsi, Pepsi Light, Pepsi Max, Pepsi Kick, 7up, Mirinda, Manzanita Sol, Gatorade, Lipton y Be-Light.

## Logros

Desde su llegada a México en el año de 1933 –y hasta la fecha– 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), las cuales actualmente cuentan con más de 38 mil empleados directos.

Entre sus principales éxitos está el haber utilizado plataformas de fútbol, música y eventos relevantes de manera creativa, para posicionarse en esos ámbitos... Así, Pepsi fue la primera marca en crear patrocinios individuales para jugadores de fútbol y relacionarlos con una causa noble, en 1997, cuando creó la idea de realizar donaciones por goles anotados y empezó a utilizar

medios alternativos como la camiseta con el logotipo de Pepsi debajo del jersey oficial de los equipos.

Con esta inercia, Pepsi desarrolló sus campañas muy al estilo de cortos cinematográficos, en los que ha contado con protagonistas de la talla de Michael Jackson, Britney Spears, Beyonce, Elton John, 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.

De esta manera, entre música y fútbol, 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.

## 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, recientemente, en el 2010, Pepsi experimentó una transformación de imagen que rejuveneció al mercado de las colas. Se lanzó con una campaña de alto impacto con el eslogan "Refresca tu mundo", la cual invitaba a experimentar la nueva ima-

gen de Pepsi en todos sus empaques y su comunicación al consumidor.

Pepsi ha realizado también lanzamientos, como Pepsi Kick, con cafeína, que ofrecen al consumidor una opción nueva y diferente, única dentro de la categoría de colas y acorde a las necesidades del consumidor mexicano.

## Promoción

Pepsi es una marca juvenil que busca estar presente en la vida del segmento más exigente y cambiante del mercado. Para mantenerse así, tiene campañas con íconos del mundo del fútbol y la música, con lo que abarca los temas más relevantes para los jóvenes.



Hay una gran lista de celebridades que han formado parte de las filas de Pepsi, manteniendo así la espectacularidad que caracteriza a una marca con esta estatura. Estrellas internacionales como Messi, Torres y Drogba, y locales, como Cuauhtémoc Blanco y Marco Fabián, se sumaron recientemente a la marca del lado del fútbol. En cuanto al lado de la música, están Calvin Harris y Pitbull.

Sólo una marca con la personalidad de Pepsi podría lanzar una campaña que altera su propia marca; tal es el caso de la campaña "Pecsi", que generó mucho ruido al ser una de las más polarizadas y criticadas. Esta campaña buscaba rescatar la esencia y humor que caracterizan a la marca, dando de qué hablar y rompiendo los esquemas establecidos.

La estrategia de mercadotecnia de Pepsi, que incluye campañas publicitarias, promociones 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 siempre 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.

En el afán de mostrar su personalidad creativa, Pepsi dio a conocer a los Wiwichus, cuyos personajes han tenido gran aceptación entre el público y



resultaron un éxito en redes sociales. Estos personajes han dado origen a una de las promociones más exitosas de la marca, que ha sido replicada durante 4 años, mostrando en cada edición una evolución en los promocionales de personajes, mecánica y premios entregados.

Además, Pepsi mantiene su estatura de marca con presencia en eventos deportivos de relevancia internacional, como la Copa del Mun-

do, y aprovecha estos patrocinios para lanzar promociones con artículos exclusivos y coleccionables.

Como la innovación es inherente a la marca Pepsi, lo ha demostrado también en sus promociones, pues fue la primera bebida que colocó físicamente billetes dentro de sus tapas en la promoción Billetiza, del 2011.

Un importante diferencial de Pepsi sobre la competencia es la innovación de producto, por lo que constantemente refresca tanto su portafolio como la categoría, como lo hizo con la introducción del primer refresco con un beneficio funcional: Pepsi Kick, con cafeína y ginseng que, sumado a una divertida campaña de comunicación, logró que despertaran tanto el mercado como la categoría.



### Valores

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 durante 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.
- Pepsi fue la primera en innovar en el segmento de colas con Pepsi Kick en México.
- Pepsi es la única marca que ha lanzado un refresco de cola azul, bajo el nombre de Pepsi Blue.