

Coca-Cola

O MERCADO

Marca líder no mercado de refrigerantes, Coca-Cola foi lançada no Brasil em 1942. Desde seu lançamento, Coca-Cola esteve presente em momentos marcantes da história do país, apoiando o esporte e a cultura. Dessa forma, contribuiu para a bem-sucedida trajetória de crescimento da companhia no País. No segundo trimestre de 2007, as vendas do Sistema Coca-Cola Brasil cresceram 22% em relação ao mesmo trimestre de 2006. As vendas do Sistema apresentam crescimento acima de 7% há 13 trimestres seguidos e o resultado deste segundo trimestre é o maior de todos eles. A operação mundial de Coca-Cola apresentou crescimento de vendas de 6% pelo segundo trimestre consecutivo. O crescimento das vendas no Brasil é resultado direto do planejamento e dos investimentos crescentes. Nos últimos cinco anos, o Sistema Coca-Cola Brasil investiu mais de R\$ 3,5 bilhões no País e prevê investimento total de R\$ 1 bilhão apenas em 2007.

CONQUISTAS

Em 2006, a marca Coca-Cola foi avaliada em US\$ 67 bilhões pela empresa Interbrand. No ano anterior, pela primeira vez em sua história, o Sistema Coca-Cola Brasil conquistou a Woodruff Cup, por obter o melhor desempenho global entre todas as divisões da The Coca-Cola Company. O Sistema é avaliado segundo critérios que levam em conta não apenas o desempenho de mercado, mas as práticas de sustentabilidade desenvolvidas em todos os níveis da sociedade.

HISTÓRIA

A Coca-Cola nasceu em Atlanta, nos Estados Unidos, em 1886, e só chegou ao Brasil em 1942, depois que Robert Woodruff, presidente da Coca-Cola Company, na época, assegurou aos soldados norte-



viva o lado da vida

Coca-Cola

americanos que, onde eles estivessem, poderiam consumir Coca-Cola gelada pelo valor de 5 cents. Foi assim que a Coca-Cola desembarcou em Recife-PE, junto com Natal-RN. Porém, a primeira fábrica brasileira de verdade foi instalada na então capital, Rio de Janeiro, no bairro de São Cristóvão, pólo industrial da cidade naquela ocasião. Em 1943, a Coca-Cola Brasil abriu em São Paulo sua primeira filial no País.

De 1957 a 1962, com o avanço tecnológico e o surgimento de fornecedores de matérias-primas, o concentrado, até então importado, passou a ser feito no Brasil, no Rio de Janeiro. Neste mesmo período, várias fábricas são inauguradas no País e, no final da década de 60, a Coca-Cola já havia instalado mais de 20 fábricas por todo o território nacional.

A partir dos anos 90, a questão ambiental torna-se um compromisso para a Coca-Cola, que é co-fundadora do Cempre (Compromisso Empresarial de Reciclagem), patrocina projetos de educação ambiental em escolas, além de eventos e pesquisas relacionados ao tema. O Sistema Coca-Cola Brasil reduziu à metade o volume de água consumido por litro de bebida produzida, em comparação com os níveis de consumo de dez anos antes, e supera a meta de 2,3 litros de água por litro de bebida produzida.

Em 1992, a Coca-Cola comemorou 50 anos de atividades no Brasil e lançou no País as primeiras máquinas de vender refrigerantes em lata, mais uma iniciativa pioneira que alcançou grande sucesso.

O PRODUTO

A razão do sucesso do refrigerante mais consumido no Brasil e no mundo está em sua aceitação por todos os tipos de público, sem distinção de classe social ou idade. Em todos os mercados em que está presente, Coca-Cola se posiciona como o refrigerante que "traz o que há de melhor no espírito humano para tornar o mundo melhor". O Sistema Coca-Cola Brasil está hoje presente em sete segmentos do setor de bebidas não-alcoólicas brasileiro – águas, chás, refrigerantes, sucos, energéticos, isotônicos e lácteos, com uma linha que soma mais de 100 produtos, entre sabores regulares e versões de baixa caloria. Conheça mais sobre o universo dos produtos Coca-Cola no site www.cocacolabrazil.com.br.



EVOLUÇÕES RECENTES

A partir de 2002 a Coca-Cola passou a publicar o Relatório de Responsabilidade Social do Sistema Coca-Cola Brasil. Esta ação serviu para mostrar a abrangência e atuação do Sistema na área social e ambiental no País. No plano social, destaque para a atuação do Instituto Coca-Cola Brasil, que foi criado em 1999. No início o Instituto buscava combater a evasão do ensino público fundamental. Porém ampliou suas diretrizes de atuação, e além da educação, hoje concentra também as ações do Sistema Coca-Cola Brasil nas áreas de meio ambiente e vida saudável, através de programas como: Valorização do Jovem, Reciclou, Ganhou e Água das Florestas Tropicais.

O programa Água das Florestas Tropicais Brasileiras, importante iniciativa de preservação ambiental lançada recentemente pelo Instituto Coca-Cola Brasil, promove a recuperação de bacias hidrográficas por meio do reflorestamento de matas ciliares. O programa prevê o reflorestamento de 3 mil hectares, com investimentos que devem somar R\$ 27 milhões até 2011. A fase inicial será realizada na Serra do Japi, Alto Tietê, estado de São Paulo.

COMUNICAÇÃO

Em 1948, a Coca-Cola fazia seu primeiro patrocínio, do programa "Um Milhão de Melodias", da Rádio Nacional. O relacionamento de Coca-Cola com a família brasileira está registrada na letra de 20 músicas de autores de

sucesso, entre elas "Alegria, Alegria", canção que projetou o cantor e compositor Caetano Veloso.

Desde os anos 90, a Coca-Cola vem investindo cada vez mais em estratégias de marketing. O objetivo é promover um envolvimento maior dos consumidores com os produtos e também com a marca. Para atingir o seu público, a Coca-Cola apresenta campanhas publicitárias em diversas mídias e também realiza ações sociais, culturais, esportivas e ambientais. Além disso, patrocina eventos e faz promoções que possibilitam novas experiências aos consumidores.

A Coca-Cola é a mais antiga patrocinadora dos Jogos Olímpicos, tendo, desde 1928 (Jogos Amsterdã), compartilhado da evolução do evento internacional mais assistido e reverenciado do mundo. Em agosto de 2005, o patrocínio foi renovado, garantindo o apoio da The Coca-Cola Company a atletas e equipes até 2020, marcando 92 anos de parceria sem interrupção. A Coca-Cola, por sua vez, possui direitos exclusivos, em todo o mundo, na categoria de patrocínio "bebidas não-alcoólicas" do COI.

Em 2006, Coca-Cola tornou-se a primeira marca a firmar acordo publicitário com a Microsoft para o MSN, que passou a disponibilizar pacotes temáticos de Coca-Cola (com wincks, emoticons, planos de fundo etc). O acordo é válido para Brasil e Estados Unidos.

Em 2007, a marca lançou a campanha de marketing "Viva o Lado Coca-Cola da Música", conjunto de ações que propõe a fusão de estilos

musicais diferentes. É integrado por veiculação de publicidade, pela promoção Tag Hits Coca-Cola, pelo programa de televisão MTV Especial: Estúdio Coca-Cola, por variadas ações que falam sobre fusão musical na internet, pela realização de shows que reúnem artistas renomados em algumas das principais cidades brasileiras e pelo lançamento de uma embalagem especial.

VALORES DA MARCA

A marca Coca-Cola tem como característica o convite a uma visão otimista do mundo. Em suas campanhas, inspira as pessoas a terem uma atitude ativa e positiva em relação à vida e a se abrirem para novos horizontes, tornando o seu mundo melhor e mais feliz. No âmbito corporativo, The Coca-Cola Company é uma empresa de atuação global, comprometida com os mercados locais. Tem como princípio respeitar a diversidade e estar sempre atenta ao que pessoas de diferentes culturas e experiências querem beber, quando e como elas preferem apreciar a sua bebida. Atua em conjunto com seus fabricantes locais, pois acredita que só desta maneira pode estar comprometida com o desenvolvimento das comunidades em que está inserida.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE COCA-COLA

- A marca Coca-Cola é reconhecida por 94% da população do mundo.
- Em média, 66 milhões de americanos bebem Coca-Cola diariamente

