

Coca-Cola: 125 años sin sacar a la luz el secreto de su fórmula

El refresco más vendido del planeta, inventado por el farmacéutico John Pemberton en 1886, está presente en 206 países y es conocido por el 95 por ciento de la población mundial

P. Vázquez (Efe) / Atlanta

Inventada como tónico por el farmacéutico John Pemberton en 1886, quien vendió poco después su fórmula por unos 20.000 dólares, la Coca-Cola mantiene el secreto de su composición y, al celebrar ahora sus 125 años de existencia, genera un negocio de más de 35.000 millones de dólares anuales. La propietaria de este refresco, Coca Cola Company, que conmemora el aniversario con un amplio programa de festejos por todo el mundo y en especial en su sede en Atlanta, comercializa más de 500 marcas, está presente en 206 países y sus productos son conocidos por el 95 por ciento de la población mundial. Sin embargo, el secreto de su fórmula, llamada Merchandise 7X, permanece en el SunTrust Bank Building de la ciudad de EEUU y bajo una clave que solo saben dos empleados que nunca pueden coincidir en el mismo lugar.

Sostiene la compañía que la palabra Coca-Cola es tras OK la más pronunciada del mundo.

Debe su nombre a Frank Robinson, socio de Pemberton, quien realizó la famosa grafía en la que destacan las dos C mayúsculas, símbolo de la empresa. Pero su creador no imaginó el éxito de esta bebida que tras ser vendida al empresario Asa G. Candler se convirtió en pionera de la publicidad y en icono de la cultura pop de la mano de artistas como Andy Warhol.

Con lemas como La chispa de la vida, Todo va mejor con Coca-Cola, Una Coca-Cola y una sonrisa o Sensación de vivir, la firma ha apostado por lanzar mensajes optimistas y por promocionar una vida activa, saludable y comprometida con el medio ambiente.

«Desde sus orígenes, Coca-Cola se ha querido identificar con el deporte y la actividad física por lo que ha sido patrocinador de múltiples eventos, incluidos los Juegos Olímpicos a los que apoya desde 1928», explicó el vicepresidente de Comunicación de la compañía en México, Rafael Fernández Quirós.

En su apuesta por mejorar la salud de los más pequeños, la empresa anunció que en 2013 habrá retirado todos sus productos de las escuelas primarias de todo el mundo y mantendrá las aulas como lugares libres de publicidad.

Además, la firma, la mayor fabricante de refrescos del mundo, rige parte de su funcionamiento a través de una política sustentable que pretende mantener el buen clima laboral entre sus empleados, contribuir a la recuperación del medio ambiente y apoyar a las comunidades menos favorecidas.

apuesta medioambiental. La entidad se ha propuesto para 2020 restituir a la naturaleza toda el agua que emplea en sus procesos y alcanzar así la «neutralidad del agua», mediante mayores reducciones de consumo, reciclaje y reabastecimiento de acuíferos. «Para cumplir nuestra meta de devolver todo el agua que utilizamos en nuestra producción, estamos trabajando en reducir su uso en las plantas de embotellado, reciclamos todo el agua que sale de las mismas y trabajamos en su recuperación a través de programas de reforestación», añadió Fernández.

Este compromiso con el medio ambiente ha llevado a la firma a plantar millones de árboles y a crear una botella de plástico fabricada con un 30 por ciento de materiales derivados de las fábricas.

La crisis mundial no parece afectar a Coca Cola Company, que en 2010 aumentó sus beneficios un 73 por ciento hasta los 11.809 millones de dólares y solo en el primer trimestre de este año ganó 1.900 millones de dólares, con un incremento del 18 por ciento.

Actualmente, más de 1.700 millones de productos Coca-Cola se consumen diariamente en el mundo, incluidas marcas de refrescos, zumos e incluso lácteos, un sector que la compañía pretende potenciar en los próximos años.



La botella es uno de los símbolos de este refresco, fabricado como tónico para la tos en la ciudad estadounidense de Atlanta. Efe

