

¿Coca-Cola inventó a Santa Claus?

Aunque todavía faltan varios meses para la época navideña, queremos compartir con ustedes un caso fascinante sobre cómo una empresa supo aprovechar a un personaje icónico y querido en todo el mundo. Nos referimos a cómo Coca-Cola utilizó la figura de Santa Claus, no solo para capitalizar su popularidad, sino también para redefinir su imagen y consolidarla aún más en el imaginario colectivo desde una perspectiva comercial.



Coca-Cola es una de las empresas más reconocidas a nivel mundial, no solo por su bebida insignia, sino también por su capacidad para innovar en el marketing y la publicidad. Un ejemplo icónico de esta habilidad es cómo la compañía aprovechó la figura de Santa Claus para popularizar su producto durante los meses fríos, cuando el consumo de bebidas refrescantes tiende a disminuir.

Coca-Cola fue creada en 1886 por el farmacéutico John Stith Pemberton en Atlanta, Georgia. Inicialmente concebida como un remedio para diversas dolencias, la bebida contenía extractos de hoja de coca y nuez de cola, de donde deriva su nombre. Frank Robinson, socio de Pemberton, diseñó el famoso logotipo con su distintiva caligrafía.

La bebida empezó a ganar popularidad, y en 1891, Asa Candler adquirió los derechos de la fórmula y la marca, convirtiendo a Coca-Cola en una empresa registrada en 1892. Bajo la dirección de Candler, Coca-Cola se expandió rápidamente, utilizando estrategias de marketing innovadoras.



¿Coca-Cola inventó a Santa Claus?

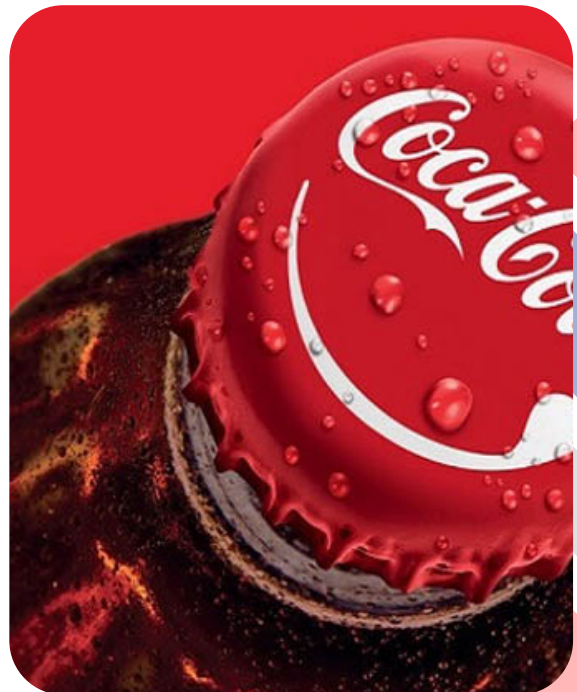
Santa Claus, tal como lo conocemos hoy, tiene sus raíces en diversas tradiciones y figuras históricas. Su origen se remonta a San Nicolás, un obispo del siglo IV conocido por su generosidad y amabilidad, particularmente hacia los niños. Con el tiempo, las leyendas de San Nicolás se mezclaron con las tradiciones paganas y folclóricas europeas, dando lugar a figuras como el holandés Sinterklaas.

En el siglo XIX, la imagen de Santa Claus empezó a tomar forma en Estados Unidos, influenciada por poemas como "A Visit from St. Nicholas" (conocido popularmente como "The Night Before Christmas") de Clement Clarke Moore, que describía a Santa como un alegre y gordito anciano que viajaba en un trineo tirado por renos.



En los años 20, Coca-Cola enfrentaba un desafío significativo: la disminución de las ventas durante los meses fríos. En 1931, la compañía decidió abordar este problema mediante una campaña publicitaria que vinculaba su bebida con la figura de Santa Claus, buscando así mantener las ventas durante el invierno.

Sundblom basó su versión de Santa en el poema de Clement Clarke Moore, dándole un aspecto humano y cálido. Vestido de rojo y blanco, los colores corporativos de Coca-Cola, Santa Claus se convirtió en una figura que transmitía alegría y felicidad, asociando esos sentimientos con la bebida. Estos anuncios se publicaron anualmente durante más de 30 años, consolidando la imagen de Santa Claus que hoy conocemos. La campaña publicitaria de Coca-Cola no solo ayudó a aumentar las ventas de la bebida durante los meses fríos, sino que también tuvo un impacto duradero en la cultura popular.



¿Coca-Cola inventó a Santa Claus?

La imagen de Santa Claus rediseñada por la empresa se convirtió en el estándar visual de Santa en todo el mundo, demostrando el poder de la publicidad para influir en las tradiciones culturales. Además, esta estrategia destacó la capacidad de Coca-Cola para adaptar su marketing a diferentes temporadas y circunstancias, demostrando una visión a largo plazo y una comprensión profunda del comportamiento del consumidor. En Grupo dportenis también adaptamos nuestra comunicación a las temporadas, por ejemplo, este año es olímpico y nos estamos preparando para que se sienta el ambiente de las olimpiadas.

