



## SOLUCIÓN

Coca Cola y Pepsi Cola son dos empresas líderes en el mercado de gaseosas a nivel mundial, por esta razón, las tomaremos como base para desarrollar esta actividad práctica.



1. Realiza un análisis de su identidad corporativa de Coca Cola y Pepsi Cola. Recuerda tener en cuenta los elementos vistos en la lección.
2. Ingresa al fan page de Coca Cola y Pepsi Cola, evalúa el lenguaje de sus comunicaciones y realiza dos o tres recomendaciones que ayuden a mejorar la comunicación con los seguidores.

## RETROALIMENTACIÓN

Te invitamos a leer el siguiente ejemplo que te ayudará a determinar la efectividad del ejercicio que desarrollaste.

### 1. Análisis de identidad corporativa:

Coca Cola es una de las marcas más reconocidas a nivel mundial y pocos cambios se han presentado en su identidad corporativa. Su logo consiste en un diseño plano, donde predominan el color blanco y rojo. El slogan actual es “Destapa la felicidad” con el cual busca acercar a través de experiencias a sus consumidores.

Pepsi Cola es otra de las marcas más reconocidas en el mundo. El logo de Pepsi contiene colores rojo, azul y blanco diseñado en una esfera. Refresca tu vida, es el slogan actual, el cual tiene como objetivo captar audiencias jóvenes.



## 2. Evaluación de sus comunicaciones:

El lenguaje de comunicaciones de Coca-cola es cercano, amigable y busca resaltar la marca con las experiencias de las personas en sus círculos sociales, familiares o de trabajo. Al igual que Coca Cola, Pepsi mantiene un lenguaje cercano y amigable con sus consumidores.

En el fan page de Coca Cola y Pepsi Cola se pueden mejorar aspectos como: el tono, el carácter, la tipografía, los colores.

Este análisis lo dejamos, a tu criterio, solo queremos hacer notar los aspectos más relevantes para hacer recomendaciones que busquen mejorar las comunicaciones, de la marca, en redes sociales. Ten en cuenta que debes analiza el logo de la marca, sus colores y figuras; el slogan (frase que identifica a la marca) y el tono con que se comunica el mensaje (es cercano o distante, es amigable, resalta valores, etc.)