

## Coca Cola vs. Inca Kola: Understanding Branding and Loyalty to Local Soda Company in Peru

Language Level: Intermediate Spanish

**Carmen Gallegos**

*Visiting Assistant Professor of Spanish, College of Charleston*

### Abstract:

Since Coca Cola entered the Peruvian market, it has fought a long battle with Inca Kola, the national soft drink company. Unable to defeat them, Coca Cola bought 50% of the shares of Inca Kola in 1999 (“Branding Lessons”). Since the first bottle in the Peruvian market in 1935, Inca Kola has built itself as the national drink of Peru. Its strong sweet flavor has become a staple in Peruvian food, but despite its success, there are no efforts to expand their market to other countries. In this context, a marketing team will develop a marketing strategy to expand Inca Kola in the U.S.

### Case (Spanish):

#### **Introducción:**

Coca Cola, la famosa bebida norteamericana, ha dominado el mercado de gaseosas en Latinoamérica con la excepción de un solo país: Perú. Esta corporación entró al mercado peruano en 1936 y desde entonces, nunca le fue posible derrotar a la llamada “bebida nacional” Inca Kola. En respuesta a esta larga batalla comercial, Coca Cola compró el 50% de las acciones de Inca Kola por 200 millones de dólares en 1999 (“Branding Lessons”). Tras ello, Coca Cola tomó el control del marketing y la producción de Inca Kola fuera del país. Mientras que, la Corporación Lindley, dueño original de Inca Kola, llegó a un acuerdo con Coca Cola y retuvo la administración de la empresa dentro de Perú. Desde entonces, Inca Kola ha permanecido como vencedor del mercado local pero sin ninguna oportunidad de expandirse a otros países. Más aún, algunos analistas consideran que en realidad Coca Cola dio paso a una “estrategia defensiva” en referencia a que la compra de su principal competidor tuvo el objetivo de mantener a Inca Kola confinado en el mercado local. En otras palabras: evitar su expansión. Debido a esto, Coca Cola nunca ha invertido en una posible expansión de la gaseosa peruana a otros países (“Branding Lessons”).

#### **Antecedentes:**

Desde su salida a la venta, la marca Inca Kola se construyó en asociación a la comida y cultura peruana. Más aún, el marketing de la gaseosa estableció fuertes asociaciones con la identidad nacional de Perú y el significado de *peruanidad*. La historia de la compañía comienza en 1910 cuando Joseph Robinson Lindley, un inmigrante inglés, inauguró la compañía de gaseosas “Santa Rosa” en Lima, la capital de Perú. Lindley lanzó varias bebidas gaseosas como “Lindley Dry”, pero no fue hasta la invención de Inca Kola que la

compañía logró gran éxito en el mercado local. Nadie sabe la fórmula de Inca Kola hasta hoy pero se ha especulado que el ingrediente secreto de la gaseosa es la hierba luisa, la verbena o el plátano (Avilés). La estrategia comercial de Inca Kola ha creado fuertes conexiones con la comida peruana, encapsulados en frases publicitarias como “Inca Kola combina con todo”. Específicamente, Inca Kola ha sido publicitado en asociación a la comida *chifa*, comida típica de Perú que consiste en la combinación de ingredientes peruanos con la cocina china. Curiosamente, Inca Kola es famosa por tener un sabor azucarado fuerte y la creencia de que solo le gusta a los peruanos. Mientras que los no-peruanos la describen como “muy dulce”, son “sabor a goma de mascar” o la rechazan debido a su color dorado. En este contexto, es importante analizar y *deconstruir* el marketing de Inca Kola como un producto modelado a lo largo de 100 años.

### **Problema / Reto / Decisión**

Mientras que la gaseosa Inca Kola es vendida en algunas áreas de Estados Unidos, Coca Cola no ha creado una campaña de marketing para introducir la bebida peruana a potenciales consumidores tales como:

- La población latina en los Estados Unidos
- Los peruanos en Estados Unidos
- Los descendientes de peruanos en EE.UU.
- Las personas interesadas en Perú (como los clientes de restaurantes peruanos/latinos en EE.UU.)

En este caso de negocio, se discutirá un escenario hipotético de expansión de la Inca Kola. En el año 2023, Coca Cola decide expandir el mercado de Inca Kola en los Estados Unidos. Un equipo de marketing estará a cargo de diseñar un plan estratégico para introducir el producto a través de la publicidad y el desarrollo de la marca.

---

### **Recursos Adicionales:**

1. Aviles, Marco. “[The Empire of the Inca](#)”, *Letras Libres*, August 31, 2005.
2. Alcalde, Cristina. “[Between Indians and Incas: Inca Kola and Race in the Construction of a Peruvian-Global Modernity.](#)” *Journal of Consumer Culture* 9 (1): 31-54.
3. Knowledge at Wharton Staff. “[Branding Lessons from Inca Kola, the Peruvian Soda That Bested Coca-Cola.](#)” A business journal from the Wharton School of the University of Pennsylvania. October 3, 2012.
4. Inca Kola Website: <https://incakolausa.com/>
5. Passel et al. “[U.S. Hispanic population continued its geographic spread in the 2010s,](#)” *Pew Research Center*, 2022.
6. Tsukayama, Milagros. “[La Inca Kola de Isaac Lindley: un apoyo que nunca se olvida,](#)” *Discover Nikkei*, 2019.

## Objetivos de Aprendizaje:

- **Terminología de Negocios.** Los estudiantes desarrollarán el uso correcto del vocabulario técnico relacionado al marketing y construcción de marca.
  - **Capacidad transcultural.** Los estudiantes desarrollarán su conocimiento sobre las prácticas comerciales en los mercados peruano y norteamericano. Asimismo, los estudiantes aprenderán aspectos culturales específicos sobre Perú.
- 

## Lesson Plan:

### **Semana 1**

- Hablar: Vocabulario sobre la marca y el marketing.
- Leer: Artículo sobre la publicidad y la segmentación del mercado
- Escribir: Vocabulario básico.
- Discusión: El significado de Coca Cola en los Estados Unidos.
- Mirar: Publicidad de Coca Cola en México.
- Leer: Errores publicitarios.

### **Semana 2**

- Mirar: Publicidad de Coca Cola en Perú y Estados Unidos.
- Leer: Errores publicitarios.
- Investigación: Scavenger hunt sobre Perú.
- Hablar: Análisis del producto, color, nombre y asociaciones culturales.
- Mirar: Videos de peruanos y sus opiniones sobre Inca Kola.
- Discusión: Características del mercado y el perfil del consumidor.

### **Semana 3**

- Discusión: La batalla entre Inca Kola y Coca Cola en Perú.
- Mirar: Comerciales de televisión de Inca Kola:
- Ver: Comerciales de televisión "La Fuerza de los Nuestro", 1980s
- Ver: Comerciales de televisión "Cómo hablas", 2017
- Hablar: Comida y frases populares en Perú.
- Leer: El Imperio de la Inca.
- Escribir: Preguntas de comprensión sobre la lectura.

### **Semana 4**

- Actividad: Probando Inca Kola.
- Discusión: Focus group sobre Inca Kola.
- Problema: Coca Cola quiere expandir el mercado de Inca Kola en los Estados Unidos.
- Escribir. Escribe una estrategia de marketing para Inca Kola en el mercado de Estados Unidos.

## Vocabulary list:

- Consumidores
  - Proceso
  - Producto
  - Promoción
  - Precio
  - Público objetivo
  - Marketing o mercadeo
  - Marca
  - Costo
  - Desarrollo
  - Marketing digital
  - Etiqueta
  - Investigación de mercado
  - Punto de venta
  - Patrocinador o sponsor
  - Marca Comercial
- 

## Case (English):

### Introduction / Opening:

Coca Cola has dominated the Latin American market, with the exception of one single country: Peru. The big corporation entered the Peruvian market in 1936 and since then, it was never able to defeat the national Peruvian drink, Inca Kola. In response, Coca Cola bought 50% of the shares of Inca Kola for 200 million dollars in 1999. After that, Coca Cola gained control of overseas marketing and production of Inca Kola. Meanwhile, the Lindley Corporation (the original owners of Inca Kola), per their agreement with Coca Cola, retained ownership of the soft drink within Peru. Since then, Inca Kola has remained the king of the local market but unable to expand into other countries. In fact, some consider that Coca Cola took a “defensive strategy” by buying its competitor and keeping it mainly in the local market. For that reason, for more than 20 years Coca Cola has not invested in expanding the Inca Kola’s market (“Branding Lessons”).

### Background:

Since its inception, Inca Kola has built its brand in association with Peruvian food and culture. Moreover, the soda has created strong ties with Peru’s national identity and what is considered traditionally *Peruvian*. The history of the company began in 1910 when Joseph Robinson Lindley, an English immigrant, opened a soft drink factory called “Santa Rosa” in Lima, the capital city of Peru. Lindley created several soft drinks such as “Lindley Dry,” but it was only the invention of Inca Kola that brought the success of the company. Nobody knows Inca Kola’s formula until now, and some people have speculated that the drink’s secret ingredient is *hierba luisa*, *verbena* or banana (Avilés). Inca Kola’s marketing has developed strong connections with Peruvian food, including slogans like “Inca Kola combines with everything.” Specifically, Inca Kola has been advertised in association with “chifa” food, a combination of Peruvian ingredients with Chinese food. Interestingly, Inca Kola is famous for having a strong sweet flavor and there is a general belief that “Only Peruvians like it.” Non-Peruvians have described the drink as “too sweet,” “bubble gum flavor” or rejected its golden color. In this context, it is important to analyze and *deconstruct* the marketing of Inca Kola as a product *built* over 100 years.

### **Problem faced / Challenge / Decision Point:**

While Inca Kola is sold in some areas of the United States, Coca Cola has not created a strong marketing campaign to introduce the Peruvian drink to new potential consumers such as:

- The Latino population
- Peruvians in the U.S.
- Peruvian descendants
- People interested in Peru (such as Peruvian restaurant customers)

In 2023, Coca Cola decided to expand Inca Kola's market in the United States. A marketing team will be hired to design a strategic plan to introduce the product via advertising and branding.

---

### **Exhibits / Additional Resources:**

1. Aviles, Marco. "The Empire of the Inca", *Letras Libres*, August 31, 2005.
  2. Alcalde, Cristina. "Between Indians and Incas: Inca Kola and Race in the Construction of a Peruvian-Global Modernity." *Journal of Consumer Culture* 9 (1): 31-54.
  3. Knowledge at Wharton Staff. "Branding Lessons from Inca Kola, the Peruvian Soda That Bested Coca-Cola." A business journal from the Wharton School of the University of Pennsylvania. October 3, 2012.
  4. Inca Kola Website: <https://incakolausa.com/>
  5. Passel et al. "U.S. Hispanic population continued its geographic spread in the 2010s," *Pew Research Center*, 2022.
  6. Tsukayama, Milagros. "La Inca Kola de Isaac Lindley: un apoyo que nunca se olvida," *Discover Nikkei*, 2019.
- 

### **Learning Objectives:**

- **Business Terminology.** Students will develop correct usage of vocabulary, constructions and technicalities specific to the business world of marketing and branding.
  - **Cross Cultural Understanding.** Students will develop an understanding of business practices in the U.S. and Peruvian markets. Further, they will learn cultural aspects specific to Peru.
- 

### **Lesson Plan:**

#### **Week 1**

- Speak: Vocabulary about marketing and branding
- Read: Article about advertisement and market segmentation.
- Write: Visual vocabulary homework.
- Discussion: Coca Cola meaning in the US.
- Watch: Coca Cola advertisement in México.
- Read: Advertisement mistakes article.

## **Week 2**

- Perú, and Latinos in the US.
- Write: Blog homework.
- Research: Scavenger hunt about Peru. (Due before class).
- Speak: Product analysis of the color, name and cultural associations.
- Watch: Videos from Peruvians and their opinion about Inca Kola.
- Discussion: What are characteristics of the market? Who drinks Inca Kola?

## **Week 3**

- Lecture: The battle between Inca Kola and Coca Cola en Peru.
- Watch: Inca Kola's TV advertisements:
  - TV Inca Kola Ad: The Strength of What is Ours, 1980s
  - TV Inca Kola Ad: How do you Speak?, 2017
- Speak: Food and popular phrases in Peru.
- Reading: The Empire of the Inca
- Exercise. Answer questions about the reading.

## **Week 4**

- Drink Inca Kola: Tasting day
- Discussion: Students share their opinion about Inca Kola
- Problem: Coca Cola wants to expand Inca Kola in the US market.
- Exercise 11. Write a marketing strategy for Inca Kola to enter the US market.

## **Vocabulary list:**

- People
- Process
- Product
- Promotion
- Price
- Target audience
- Marketing
- Brand
- Consumer
- Cost
- Develop
- Digital marketing
- Label
- Market research
- Point of sale
- Sponsor
- Trademark

Materiales (Spanish):

# INCA KOLA VS. COCA COLA

## Deconstruyendo la estrategia comercial de Inca Kola en Perú



### ESTUDIO DE CASO EN PERÚ



#### SEMANA 1

#### TEMA: LA PUBLICIDAD Y EL MERCADEO.

#### Vocabulario: Repaso del vocabulario

**Paso 1.** Discute con tu compañero el significado del vocabulario básico.

- Anuncio
- Ensayo
- Marca
- Sondeo
- Fomento de venta
- Promoción
- Publicidad
- Lema
- Mercadeo

**Paso 2.** Discute con tu compañero.

- ¿Cuáles son las 4 Ps del marketing?
- Identifica las 4 Ps de las compañías Apple, Zara y Starbucks.

*Teaching notes: This exercise should help students to get familiar with the basic vocabulary and be able to identify the Marketing 4 Ps (product, promotion, price and place). Students should work in groups. A follow up will help to identify any weak points before going to the next topic.*

## TEMA: PRODUCTOS ICÓNICOS DE LOS ESTADOS UNIDOS / NACIONALISMO

### Discusión: PRODUCTOS ESTADOUNIDENSES

**Paso 1.** Investiga con un compañero.

- ¿Cuál o cuáles son algunos productos icónicos de los Estados Unidos?
- ¿Cuál es la mejor/la peor compañía de los Estados Unidos? ¿Por qué?
- ¿Qué piensas del nacionalismo en la publicidad? Por ejemplo, cuando se dice “Buy American”
- ¿Cuál es la diferencia entre la publicidad y el mercadeo /marketing/?

*Teaching notes: In this discussion, students shared their opinions and experiences with products from the United States. Additionally, they will identify slogans or advertisement that evoke to nationalism and pride. Another key information is to identify which American markets were replaced for other countries such as cars and the Ford company. Remember that this is an introduction to a discussion about Coca Cola.*

## TEMA: LA MARCA COCA COLA

### Discusión: COCA COLA

**Paso 1.** Discute con un compañero.

- ¿Cuál es tu opinión sobre Coca Cola? ¿Te gusta? ¿Por qué sí/no?
- ¿Qué emociones asocias a la palabra Coca Cola? ¿Tienes recuerdos o memorias familiares?
- ¿Aspectos problemáticos del producto?
- ¿Cuál es la estrategia publicitaria de Coca Cola?
- ¿En qué año se inventó Coca Cola?

**Paso 2.** Pregunta para la clase y discusión:

- ¿Qué enfatiza el marketing de Coca Cola?  
 La marca     El producto

**Paso 3.** Video ¿Qué es una marca?

- Marketing en 60 minutos. [Video aquí.](#)

**Paso 4.** Follow-up y conclusión.

- ¿Qué es una marca?
- Explica la marca Coca Cola.

*Teaching notes: The objective of this discussion is to make clear to students that Coca Cola emphasizes the brand but not the product in their advertisement. In other words they sell the idea of Coca Cola but not the product itself. For example, they don't persuade the customer to buy Coca Cola because it's good for your health. On the contrary, the advertisement focuses on family, friendship, happiness, etc.*



## TEMA: DEBRANDING Y COCA COLA

### Discusión: LA CAMPAÑA PUBLICITARIA "COMPARTE UNA COCA COLA"

**Paso 1.** Discute con un compañero.

- ¿Qué es una marca?
- ¿Qué es De-Branding? Busca un ejemplo.

**Paso 2.** Hoy vamos a ver un video sobre una campaña de Coca Cola que se basó en el debranding.

- Video. *¿Por qué COCA-COLA puso Nombres en sus Latas? | Debranding cómo Estrategia de Marketing?* [Video aquí.](#)

**Paso 3.** Discute con tu compañero las siguientes preguntas:

- ¿En que país se inicia la campaña y por qué?
- ¿Cuáles eran los objetivos de la campaña?
- Coca Cola no hizo nada de publicidad sobre su campaña de nombres. ¿Cómo es que se vuelve una campaña popular?
- ¿Qué significa Debranding? Explica.
- ¿Conoces otras empresas que usen la personalización y/o el debranding?

## TEMA: ANÁLISIS DE COMERCIALES

### Discusión: SIGNIFICADO LITERAL Y METAFÓRICO

**Paso 1.** Discute con un compañero.

- ¿Cuál es el significado literal y metafórico de las siguientes imágenes?



**Significado literal:**

Un conejo.

**Significado metafórico:**

Rapidez, estar alerta, la naturaleza.



**Significado literal:**

Dos ancianos.

**Significado metafórico:**

Vejez, experiencia, sabiduría, amistad.



**Significado literal:**

Niño llorando.

Tiene un teléfono en la mano.

Símbolos de las redes sociales.

No tiene likes.

**Significado metafórico:**

Impacto de las redes sociales.

Nuevas generaciones.

Salud mental.



**Significado literal:**

Mujer sonriendo a la audiencia.

Hombre ofreciendo la Coca Cola.

Mesero sirviendo refrescos.

Fiesta.

**Significado metafórico:**

Agencia de los hombres sobre la mujer.

Mujer inmóvil.

Mujer como decoración.

*Teaching notes: These exercises have the objective of training the students to interpret advertisement. You can use examples of old misogynist advertisements where the message is obvious. This activity will prepare students to analyse the next set of images and videos.*

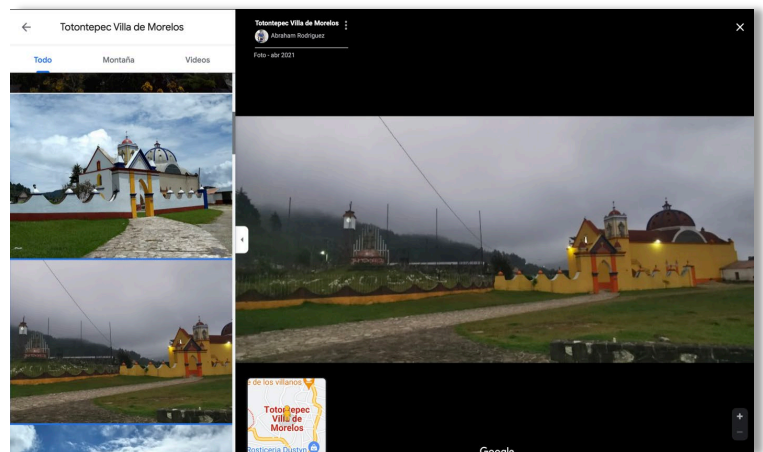
## TEMA: LA PUBLICIDAD DE COCA COLA EN OTROS PAÍSES

### Discusión: LA PUBLICIDAD DE COCA COLA EN MÉXICO

**Paso 1 Antes de ver el video.** Discute con un compañero.

- “81.6% de los indígenas mexicanos se han sentido rechazados por hablar otra lengua.”
- “Esta Navidad, un grupo de jóvenes quiso darles un mensaje muy especial.”
- “Permanezcamos Unidos.”
- “Tú también rompe un prejuicio y compártelo usando #AbreTuCorazon”
- Investiga. ¿Qué es Mixe? ¿Dónde está Totontepec?

*Teaching notes: Show students the map of Mexico and tell students to look for images and recent news of Totontepec. Ask them to describe the town.*



**Paso 2.** Ver el comercial de Coca Cola en la clase.

- Comercial. [Ver aquí.](#)

**Paso 3.** Ver el comercial de Coca Cola en la clase.

- ¿De qué se trata el video? ¿Cuál es el tema principal?
- Describe el comercial con adjetivos.  
 Es emocional  Es dramático  Es divertido  Es serio  Es \_\_\_\_\_
- ¿Quién tiene la agencia en el comercial?
- Este comercial fue muy rechazado. ¿Porqué crees que no funcionó?

**Paso 4.** Análisis de las imágenes del video.



**Significado literal:**

Tres jóvenes en un auto  
Viaje a Totontepec

**Significado metafórico:**

Viaje  
Turismo  
Totontepec: zona alejada  
Ciudad - Campo



**Significado literal:**

Muchacha adolescente  
Tomando Coca Cola

**Significado metafórico:**

Juventud, modernidad  
Coca Cola: producto de la ciudad, de la juventud no indígena de México.



**Discusión:** ¿Quién tiene agencia en el comercial? ¿Qué personajes hacen cosas?





## Los jóvenes llegan a Totontepec y construyen el árbol de Coca Cola



### **Significado literal:**

Muchacha de la ciudad  
Niña indígena de Totontepec

### **Significado metafórico:**

Guía a los pobladores indígenas  
Presentación de Coca Cola  
Reemplazo de la cultura local  
Invasión cultural



## La mirada y el lenguaje corporal



**Coca Coca en el centro de la plaza**

**Este comercial fue muy rechazado.  
¿Por qué crees que NO funcionó?**



**Discusión:** Este comercial fue muy rechazado. ¿Por qué crees que NO funcionó?

*Teaching notes: This exercise will challenge students to analyze advertisements with a critical eye. Showing images one by one asking students what do you see and what is the meaning of this. You can ask about the literal meaning and the metaphorical meaning of one picture to start the discussion.*

**Paso 5.** A continuación veremos el anti-comercial de la comunidad de Totontepec en respuesta al comercial de Coca Cola. Con tu compañero, discute que significan estas oraciones.

- Cerca de un tercio de la población oaxaqueña no cuenta con acceso al agua entubada (potable).
- “El consumo de una bebida azucarada al día aumenta el riesgo de padecer diabetes en 26% más.”
- “Hace 50 años los casos de diabetes tipo 2 en las comunidades indígenas era escasos, ahora comienza a ser una epidemia.”
- “Para permanecer unidos, debemos proteger nuestra dignidad, nuestra salud y nuestra cultura.”
- “En Oaxaca se toma tejate, té y agua limpia.”

**Paso 6.** Veamos en anti-comercial grabado en lengua mixe con subtítulos en español. [Ver aquí.](#)



**Paso 7.** Discute con tu compañero el mensaje del anti-comercial.

- ¿Cuál es el mensaje principal del anti-comercial contra Coca Cola?
- ¿Qué están criticando? La marca o el producto
- ¿Qué es el tejate? ¿Por qué se menciona el tejate en el anti-comercial?
- “Para permanecer unidos, debemos proteger nuestra dignidad, nuestra salud y nuestra cultura.” ¿Crees que el comercial de Coca Cola ofendió la dignidad, la salud y/o la cultura de los pobladores de Totontepec? Explica.



## SEMANA 2

### TEMA: LA PUBLICIDAD DE COCA COLA EN OTROS PAÍSES

#### Discusión: LA PUBLICIDAD DE COCA COLA EN PERÚ

**Paso 1** Antes de ver el video. Discute con un compañero.

- ¿Dónde está Perú?
- ¿Qué es el quechua?
- ¿Qué es el debranding?

**Paso 2.** Ahora vamos a ver un video de Coca Cola sobre Perú. [Ver aquí.](#)



**Paso 3.** Discute con un compañero las siguientes preguntas:

- ¿De qué se trata el video? ¿Cuál es el tema principal?
- Describe el comercial con adjetivos.
  - Es emocional
  - Es dramático
  - Es divertido
  - Es serio
  - Es \_\_\_\_\_
- ¿Es realista? ¿Crees que la máquina de Coca Cola es importante para el pueblo de Huashao?
- El comercial está grabado en inglés. ¿Cuál es el público objetivo de este comercial?
- ¿Cómo se representa al Perú en este comercial?



**Paso 4.** Analiza la imágenes con tu compañero:



**Significado literal:**

Una máquina de Coca Cola  
Reconoce nombres en quechua

**Significado metafórico:**

Tecnología  
Modernidad de Estados Unidos



**Significado literal:**

Una máquina de Coca Cola  
Transporte en un bote  
Lago y montañas

**Significado metafórico:**

El viaje  
La máquina como turista  
Efecto exotizante en la representación de Perú



**Significado literal:**

Hombre hablando quechua  
Máquina de Coca Cola

**Significado metafórico:**

Hombre / Máquina  
Antiguo / Moderno  
Aprender un idioma  
Reconocimiento del idioma quechua  
Quechua: lugar alejado

## TEMA: LA PUBLICIDAD DE COCA COLA EN OTROS PAÍSES

### Discusión: LA PUBLICIDAD DE COCA COLA PARA LOS LATINOS EN ESTADOS UNIDOS

**Paso 1.** Vamos a investigar sobre la población hispana en los Estados Unidos.

Revisa este [link](#) del Pew Research Center y responde las siguientes preguntas:

- ¿Cuántos hispanos había en 1980 y en 2020?
- ¿Qué ciudad importante hay en Cook County, IL?
- ¿Qué ciudad importante hay en Harris County, TX?
- En 1980: De un total de 3,100 condados ¿Cuántos concentran la mayor población hispana?
- ¿Cuál es la cuota de hispanos en 1980 y 2020?
- ¿Cuál fue el crecimiento de la población en los 1990s y en 2010s?

**Paso 2.** Ahora vamos a ver un video de Coca Cola dirigido a la población latina en los Estados Unidos. [Ver aquí.](#)



\* \* \*

## **Discussion 1: What is the US national soft drink?**

**Step 1.** Discuss these questions with your partner:

- What is the United States' national soda?
- What is your opinion about Coca Cola? Do you like it? Why?
- What emotions do you have when I say Coca Cola? Do you have any memories?

## **Discussion 1: What is the US national soft drink?**

**Step 1.** Discuss these questions with your partner:

- What is the United States' national soda?
- What is your opinion about Coca Cola? Do you like it? Why?
- What emotions do you have when I say Coca Cola? Do you have any memories?

**Step 2. In groups of 4, share your answers.**

- Present a summary of your opinions about Coca Cola
- Explain what emotions you associate with Coca Cola.
- Do you remember any TV commercials from Coca Cola?
- Do you remember any marketing strategies?

**Step 3. Share your answers with the class.**

**Step 4: With the instructor, summarize key points of branding, marketing strategies, and ties with the US market.**

## **Discussion 2: Coca Cola tv commercials?**

**Perú:** “In the name of everyone”.

**Step 1:** Before watching the video

- Where is Perú. Show the map.
- Who are Peru's neighbors?
- What is Quechua?