

## **DORITOS® premia com agregadores sociais**

*Promoção da marca inova com formato que mistura mídias sociais e interação real de forma única*

**São Paulo, 10 setembro de 2010** – DORITOS®, favorito de todos e o snack mais cool para dividir com os amigos, lançou nas ruas de São Paulo uma promoção que reúne os universos virtual e real de forma inusitada e divertida.

Durante a última quinzena, todos os visitantes do site oficial de **DORITOS®**, ([www.doritos.com.br](http://www.doritos.com.br)) foram surpreendidos pelo anúncio do lançamento de um novo agregador social exclusivo da marca; um local único para reunir os amigos, socializar, se divertir e promover interações reais.

Os internautas foram convidados a ajudar na divulgação da novidade ou ainda a ser um *beta tester* do agregador social, que segundo sua descrição, possuiria diferenciais que nenhuma outra rede social possui: a promoção de interações reais entre os participantes de uma mesma rede de contato, ausência de *scrap*s ou segredos por testimonials e políticas de privacidade que poderiam ser decididas por cada usuário.

Ontem, em evento promovido para internautas convidados realizado em São Paulo, foi revelado que o “social agregator” de **DORITOS®**, na verdade, trata-se do sofá.

Local onde as pessoas compartilham suas emoções, histórias, risadas, brincadeiras e bons momentos, é ao redor dele que tudo acontece. Pesquisas conduzidas pela marca revelaram a importância do objeto no dia-a-dia e na vida dos jovens e é com o objetivo de tornar os momentos coletivos de diversão que os encontros entre amigos propiciam, que **DORITOS®** vai premiar seus consumidores com esse elemento agregador.

Para participar da promoção “Sofá **DORITOS®** na sua Home” os internautas deverão visitar o site de **DORITOS®**, onde serão direcionados para a perfil de **DORITOS®** no Twitter, e completar um cadastro no qual respondem a pergunta “Qual a marca de snacks que te dá um sofá exclusivo para o encontro de amigos?”. Ao responder, o participante deverá escolher para qual dos três modelos de sofás super exclusivos desenvolvidos especialmente para a ação deseja concorrer.

Feita sua escolha, o usuário automaticamente postará a mensagem “@doritosbrasil: Doritos #sofa1 é meu!” – ou #sofa2, e #sofa3, dependendo da escolha do participante - que aparecerá na página de seu perfil no Twitter, e pode ser replicada por seus seguidores. Ao término da Promoção, serão impressos cupons para a realização de um sorteio que acontecerá no dia 26 de outubro e revelará os três ganhadores. Todas as condições e informações para participação na promoção podem ser acessadas no site [www.doritos.com.br](http://www.doritos.com.br)

A promoção é mais uma iniciativa PepsiCo para estreitar o relacionamento especial que mantém com seus consumidores. Dentre outras ações realizadas pela companhia junto aos internautas estão o Snack Life ([www.snacklife.com.br](http://www.snacklife.com.br)),



comunidade virtual aberta ao público na qual amantes de snacks podem trocar idéias e expressar opiniões sobre produtos e ações da companhia, e o Teen Panel, comunidade online da qual fazem parte por volta de 15 jovens convidados pela companhia para dar sua opinião sobre lançamentos, compartilhar seus insights, e testar atributos de marca e produtos constantemente.

***Para mais informação visite o site:***

[www.doritos.com.br](http://www.doritos.com.br)

## **Sobre a PepsiCo**

A PepsiCo foi fundada em 1898 nos Estados Unidos e atualmente é a segunda maior companhia de alimentos e bebidas do mundo, com faturamento em 2009 de US\$ 60 bilhões. A companhia emprega mundialmente aproximadamente 300.000 funcionários e seus produtos são comercializados em mais de 190 países. Seus principais negócios incluem: Frito-Lay (snacks) Pepsi-Cola, Gatorade, Tropicana (bebidas) e Quaker (Cereais). Seu portfólio inclui 19 marcas que geram cada US\$ 1 bilhão anualmente.

No Brasil desde 1953, a PepsiCo atua no mercado por meio de marcas preferidas e líderes de mercado como Quaker (cereais), Toddy e Toddynho (achocolatados), Coqueiro (pescados), Elma Chips e Lucky (snacks), Gatorade e Propel (bebidas esportivas), Lipton (chá pronto, em parceria com a Unilever), Kero Coco e Trop Coco (água de coco), H2OH!, Frutzzz e Pepsi-Cola (bebidas com gás).

A companhia conta com 14 plantas e cerca de 100 filiais de vendas localizadas em todo território brasileiro e com o talento de quase 10 mil funcionários que já elegeram a empresa por 10 vezes como uma das melhores para se trabalhar no Brasil (segundo pesquisa da Revista Exame e FIA – USP). Desde 1997, a companhia mantém estreita parceria com a AmBev - Companhia de Bebidas das Américas - para a produção, comercialização e distribuição do portfólio de bebidas aos mais de um milhão de pontos de venda pelo país.

A estratégia de crescimento sustentável da PepsiCo está balizada na visão de negócio Performance com Propósito, que traduz o compromisso em gerar resultados saudáveis ao mesmo tempo em que é deixado um impacto positivo na sociedade. Isto inclui atender às necessidades dos consumidores ao oferecer alimentos e bebidas de qualidade, reduzir os impactos da companhia no ambiente através de iniciativas focadas em água, energia e embalagens; e promover uma cultura de diversidade e inclusão que propicie crescimento profissional e pessoal de seus funcionários. A PepsiCo é uma das empresas listadas no Índice de Sustentabilidade Dow Jones.

**Para mais informações acesse [www.pepsico.com.br](http://www.pepsico.com.br) ou [www.pepsico.com](http://www.pepsico.com).**

## **Informações para a imprensa**

### **Assessoria de Imprensa PepsiCo**

#### **Imagem Corporativa**

Patrícia Batista - 11 3526-4521

Flávia Araujo – 11 3526-4523

**[pepsico@imagemcorporativa.com.br](mailto:pepsico@imagemcorporativa.com.br)**