Mercado

La categoría de botanas saladas en México representa alrededor del 30% del mercado de “macrosnacks”, el cual está formado por una gran variedad de productos en constante diversificación, por las cambiantes tendencias del mismo.

Dentro de este universo, la categoría de papas tiene una participación del 38.5%, de la cual Papas Sabritas® en particular representa casi el 50%, por lo que es el competidor más grande y con mayor posicionamiento dentro de este segmento.

Aunque México es un país tradicionalmente “tortillero”, Papas Sabritas® compite activamente en el mercado contra importantes marcas de la misma empresa, como son Doritos®, Rancheritos®, Ruffles®, Cheetos® y Sabritones®, entre otros.







Logros

Sabritas® , una marca que lleva más de 60 años en el mercado, ha logrado convertirse en una de las favoritas de chicos y grandes… Tanto su *slogan* como su *jingle* “A que no puedes comer sólo una” han logrado que las Papas Sabritas® se conviertan en un ícono de la cultura mexicana, con presencia en todos los eventos familiares.

Lo que este mensaje ha conseguido transmitir es la idea de una “irresistibilidad” inherente al producto, gracias a sus ingredientes naturales y su amplia variedad de sabores, que han permanecido en el gusto de los mexicanos por varias generaciones.



Historia

Un buen día del año 1943 don Pedro Marcos Noriega decidió meterse a la cocina de su casa para elaborar una línea de botanas con sus propias manos, que incluía habas, charritos y garbanzos que vendía a 10 centavos la bolsita en los alrededores de la Ciudad de México. Para 1948 su línea de productos se consolidó bajo la marca: Productos Conde.

En 1953 don Pedro instaló su primera freidora automática de papas, y con esta diversificación se posicionó como el líder absoluto en el mercado de botanas saladas. Ese mismo año introdujo otro nuevo producto: Charritos Cheli.

Al año siguiente, 1954, su razón social cambió a Alimentos y Golosinas Selectas, la cual continuaba dedicándose a la elaboración de botanas caseras, que ahora incluían chicharrones, papas fritas y muéganos, cuya distribución se realizaba a través de un reducido número de vendedores ambulantes que recorrían la ciudad en bicicleta.

Más adelante, Alimentos y Golosinas Selectas creció y pudo adquirir una camioneta para realizar un mayor volumen de repartos… Con esta evolución decidió cambiar de nuevo su razón social, que ahora sería Productos Selectos, S.A., e incrementó su producción para surtir la creciente demanda, con lo que alcanzó el primer lugar en ventas de botanas con sus papas fritas, a las que nombró “Sabritas” (sabrosas botanitas).

Paralelamente a la historia de don Pedro, en 1965, Pepsi Cola compró Frito Company, una empresa de la familia texana Dulmert, y también H.W. Lay & Company, de la familia Lay de Georgia; como ambas se dedicaban a la producción de botanas, la primera de maíz y la segunda de papa, decidieron fusionarlas en una sola: Frito Lay, con la cual también se originó Pepsi Company, que actualmente opera en 40 países y vende más de 14,000 millones de dólares al año.

En 1966 PepsiCo se interesó por incursionar en el mercado de botanas a nivel internacional e inició una serie de estudios para determinar las mejores opciones, tras lo cual tomó la decisión de comprar la empresa Productos Selectos, S.A., de don Pedro Marcos. La primera acción que realizó PepsiCo con su nueva compañía fue cambiar su razón social a Sabritas, S.A. de C.V., para la que creó la carita feliz y la frase “ A que no puedes comer sólo una”.

Un par de años después, el 21 de marzo de 1968, Sabritas inauguró su primera planta en la Ciudad de México, y como el éxito de sus productos fue tan grande y el mercado crecía rápidamente, para el 22 de septiembre de 1972 abrió su segunda planta en Guadalajara, Jal., en donde incorporó la producción de Doritos®, Fritos® y Sabritones® a la de papas.

Su tercera planta fue inaugurada el 15 de noviembre de 1980 en la ciudad de Saltillo, Coah., en donde produce Cheetos®, Doritos® y Papas Sabritas®.

Debido a su rápido crecimiento, en 1987 Sabritas® adquirió maquinaria más avanzada y eficiente, para garantizar así el volumen necesario para abastecer a todos sus consumidores; al mismo tiempo aumentó el volumen de su flota, con lo que se convirtió en una de las empresas con mayor fuerza de ventas en México.

En ese mismo año, Sabritas® se coordinó con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología para el lanzamiento de la primera promoción social, que se llamó Juego Limpio… Esta promoción marcó el inicio





de una gran tradición promocional que ha distinguido a la compañía.

Para el 2 de enero de 1991 inició actividades una nueva planta en Mexicali, BC, la cual tenía como responsabilidad la manufactura de la materia prima para la exitosa cadena de restaurantes de comida rápida Taco Bell.

El 28 de enero de ese mismo año también empezó a operar la Planta Obregón, en Sonora, donde se elaboran Doritos®, Fritos®, Churrumais®, Crujitos®, Sabritones®, Cheetos® y Poffets®.

Y también en 1991, como consecuencia del cierre de importaciones de papa comercial y de la semilla para su siembra en el campo, Sabritas® creó su Centro de Investigación y Desarrollo Agrícola, con el objeto de producir una papa de alta calidad en el campo mexicano, que alcanzara las expectativas del consumidor.

En el año de 1994 Sabritas® implementó la promoción más exitosa de su historia: Tazos, la cual permaneció durante más de un año en el gusto de los consumidores.

En 1996 se construyó una planta subsidiaria de PepsiCo, Inc., en Mission, Texas, la cual es manejada por Sabritas® para la elaboración de productos de papa.

En 1999 construyó, en Veracruz, Ver., la planta más grande de Latinoamérica, con la más alta tecnología del sistema Frito Lay.

Para el año 2001 Sabritas® cambió su razón social a Sabritas S. de R.L. de C.V., y el 26 de octubre de ese mismo año la Comisión Federal



de Competencia le autorizó la adquisición de la totalidad de los activos, marcas comerciales y derechos de propiedad industrial e intelectual relacionados con las marcas Mafer, Karate, Cremimafer y Maferín.

Al día de hoy Sabritas® constituye la filial más importante de PepsiCo fuera de los Estados Unidos.

Producto

La famosa “irresistibilidad” de las Papas Sabritas® no es simplemente un lema ni una casualidad, sino que se debe a la calidad y naturalidad de sus ingredientes, con lo que han logrado permanecer en la predilección del pueblo mexicano, junto con el resto de su amplia gama de productos.

Las Sabritas® están elaboradas con papas 100% naturales, cosechadas en campos mexicanos. Su proceso de producción inicia con el traslado directo de las papas recién cosechadas a cada una de las plantas, en donde son seleccionadas y lavadas para después entrar a un proceso de pelado y rebanado…



Una vez rebanadas, las papas pasan por una cortina de agua que ayuda a remover el excedente de almidón, después de



lo cual entran a un proceso de freído que dura aproximadamente unos 3 minutos; ya fritas pasan por un último procedimiento de condimentación para quedar listas y ser empacadas. De ahí sólo queda distribuirlas a todos los rincones del país.

Todas las plantas que producen Papas Sabritas® están estratégicamente localizadas para una ágil distribución de los productos, que asegure la satisfacción de la demanda regional y minimice los tiempos de transporte para que el producto llegue en excelente estado y con una calidad insuperable.

Desarrollos Recientes

Sabritas® se ha caracterizado por brindar a sus consumidores de papas sabores y presentaciones que complazcan todos sus antojos… En los últimos 10 años se ha preocupado por analizar las tendencias y preferencias de los consumidores, para lanzar al mercado nuevas opciones, que han ampliado su portafolio de productos.

Entre los lanzamientos más exitosos de Papas Sabritas® están las de sabor limón, producto que capturó un hábito clásico de consumo de los mexicanos: ponerle limón a las botanas.

Dentro de la lista de innovaciones de sus papas se encuentran también las líneas Bistro, Mexicanas y Light; esta última está enfocada claramente a una tendencia que se ha acentuado en el mercado mexicano en los últimos años.

Promoción

Una de las claves de la exitosa promoción de la marca Sabritas® ha sido el acercar al pueblo mexicano con las celebridades más queridas y reconocidas a través de su comunicación, como lo han sido Luis Miguel, Alejandra Guzmán, Yuri, Mijares y Lucero, entre otros.

Todas estas campañas han estado orientadas a comunicar y concretar la “irresistibilidad” de las papas en un tono divertido y entretenido que ha logrado posicionar a los comerciales entre los favoritos del público.

Por otro lado, las promociones de ventas de Sabritas® también han ganado un posicionamiento extraordinario, que ha permanecido en la mente de los consumidores, como es el caso de las Salsas y los Tazos, que les otorgaban, además, un valor agregado por su dinero.

Valores de Marca

Es difícil imaginar una fiesta, un evento familiar o un clásico partido de futbol sin la compañía de un buen platón de papas… Es por esto que se ha posicionado como una marca totalmente familiar y social, ya que siempre está en los momentos más importantes de la vida, sazonándolos con su naturalidad e ingredientes de la más alta calidad.

Así, su característica identidad familiar, sociable, divertida y cálida ha hecho de Sabritas® un auténtico ícono mexicano, con una ejemplar historia de éxito, desde su creación en una tradicional cocina mexicana hasta su evolución para convertirse en una de las marcas más reconocidas y preferidas de México.



Por otro lado, Sabritas® tiene un firme compromiso con el campo mexicano, el cual corresponde con un sólido apoyo al desarrollo de los productores y proveedores nacionales en una asociación de “ganar-ganar”.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Sabritas®

- El nombre “Sabritas” proviene de la frase “sabrosas botanitas”.
- Sabritas® es un importante aliado del campo mexicano: consume el 22% de la papa natural que se cosecha en el país.
- La distribución de los productos Sabritas® comenzó con un par de bicicletas, mientras que hoy en día se realiza con una flota que supera las 14 mil camionetas.
- La “carita feliz” nació en 1966, cuando en México había alrededor de 40 millones de habitantes. Actualmente este símbolo es reconocido por más de 100 millones de mexicanos.