



Mercado

La industria de botanas saladas en México tiene un valor de mercado aproximado de 2 mil millones de dólares. En comparación con otras categorías, tales como sopas instantáneas, galletas y yogurt, tiene una incidencia de consumo más alta: el 86% de las personas ha consumido botanas en los últimos 15 días. Asimismo, el consumo promedio de botanas se da al menos una vez por semana.

La compra de *snacks* salados, tanto para consumo dentro como fuera del hogar, se realiza de manera impulsiva: en más de la mitad de los casos no se trata de una compra planeada y se consume el mismo día que se compra.

Cabe mencionar que, aun cuando se trata de una categoría altamente susceptible a la actividad promocional y publicitaria, el consumidor presenta un alto nivel de lealtad con respecto a su marca preferida o habitual.

El mercado de botanas en México se encuentra liderado por dos grandes empresas de presencia internacional, una de las cuales es Barcel, que se distingue por llevar al consumidor una oferta de productos y marcas altamente diferenciadas e innovadoras.

Barcel cuenta con 26 años de historia en el mercado de botanas



Equipo de Marketing
Barcel 2005-2006



saladas y, como parte de Grupo Bimbo, es una empresa 100% mexicana con presencia internacional. La distribución de sus productos tiene una de las más amplias coberturas a nivel nacional, además de que cuenta con presencia en Estados Unidos, Inglaterra y Alemania, con las marcas Barcel y Viva México.



Logros

Barcel ha sido una marca vanguardista en varias categorías, como en el caso de Chip's "El Arte de Hacer Papas", con la que se convirtió en experto en el proceso de freír las papas en forma artesanal.

Uno de sus máximos logros ha sido la creación del nicho de las

"Tako-botanas", a través de Takis La Única Tako-Botana, una propuesta que el consumidor reconoce como única y diferente a todo lo demás.

Otro de los aciertos importantes de Barcel ha sido el lanzamiento de Hot Nuts, con un nuevo concepto que une 2 botanas en una, el cual revolucionó la categoría de los cacahuates.



Y con Karameladas Pop ha logrado acompañar a la magia del cine con un toque dulce al alcance del consumidor.



Asimismo, Barcel es la primera marca en atender las nuevas tendencias de consumo saludable con la introducción de productos reducidos

en grasa, como Paprizas y sus nuevas líneas naturales: Chip's Bajas en Sodio, Nubes Horneadas y Chicharrón de Cerdo 0% carbohidratos.

Historia

Barcel inició sus operaciones con la compra de una fábrica de botanas en la ciudad de Querétaro, Qro., en 1977, lo que dio origen a Productos Nubar, S.A. de C.V. Posteriormente se realizó la construcción de 2 plantas, una en Gómez Palacio, Dgo., en 1982, y otra en Lerma, Estado de México, en 1990, en donde se producen y comercializan botanas saladas.

En 1999 se iniciaron operaciones en Mexicali, B.C., con una línea para elaborar productos de maíz; en el 2004 se construyó una planta en Mérida, Yuc., y ese mismo año se tomaron las operaciones de una planta de tortillas y tostadas de maíz de Atitalaquia, Hgo., la cual era operada por Bimbo.

En la actualidad Barcel cuenta con 4 plantas de producción ubicadas en México, y exporta productos a Estados Unidos, en donde ha alcanzado una buena aceptación, tanto en consumidores de origen hispano como en grupos de consumidores de origen anglosajón.



Además, su comercialización llega a algunas ciudades del continente europeo a través de Park Lane, que identifica a sus productos como 100% mexicanos.

Producto

La línea Barcel está compuesta por productos que atienden a todos los segmentos de edad y gustos, y se divide así:

Desarrollos Recientes

Barcel ha desarrollado y reforzado su proceso de innovación, con el consumidor y sus necesidades como punto central, así como las tendencias del mercado.



En el 2004 introdujo productos y conceptos novedosos, que pasaron del mercado de prueba al de venta a nivel nacional, tales como: Takis Huakamoles, el auténtico sabor mexicano hecho botana; Retas, la única botana interactiva con sabor inesperado que sorprende gratamente a los paladares más arriesgados, y Chip's a la Diabla, el lanzamiento más innovador de su categoría, con un sabor endiablamente rico.

Línea Chip's, Línea Natural, Paprizas, Chicharrón de cerdo, Chicharrón de harina, Big Mix, Línea Takis, Ondas, Runners, Chipotles, Churritos, Tostachos, Karameladas pop, Línea Cronchers, Hot Nuts, Línea Golden Nuts, Kiyakis, Pepitas y Papatinas.



Los lanzamientos más recientes del 2005 son: Takis Pastor, el nuevo sabor que está en boca de todos los mexicanos, con lo que logró la consolidación de Takis como "La única Tako-Botana"; Golden Nuts Horneados, el nuevo cacahuete que atiende los nuevos estilos de vida saludables, para todas las personas que les gusta consentirse sin dejar de lado lo más importante: su salud.

Promoción

Como política de Barcel, la imagen que proyecta en su publicidad se caracteriza por transmitir valores como amistad, compañerismo, humor, astucia, encanto y, por supuesto, mucho antojo y sabor, todo basado en una identidad mexicana.

Barcel busca estar presente durante la programación televisiva que ofrece estas características, así como durante programas deportivos y de entretenimiento.

Asimismo, Barcel lanza al mercado promociones innovadoras, enfocadas a cada grupo de edad, con el objetivo primordial de ofrecer valor agregado a sus consumidores a través de premios coleccionables y promociones de canje, además de ofrecer diversión y entretenimiento con música, licencias y conceptos de moda.

Valores de Marca

La misión de Barcel es: sorprender a sus consumidores con sensaciones innovadoras y divertidas.

Y los valores que comparte con todo Grupo Bimbo son:

- **Pasión:** "Vemos nuestro trabajo como una misión, una pasión, una aventura... Compartir esto en un ambiente de participación y confianza es lo que constituye el alma de la empresa."
- **Rentabilidad:** "Es el resultado visible de todas nuestras ideas, esfuerzos e ilusiones. Es el oxígeno que permite a nuestra empresa seguir viviendo."
- **Efectividad:** "Lograr que las cosas sucedan: Resultados. Servir bien es nuestra razón de ser."
- **Persona:** "Ver siempre al otro como persona, nunca como un instrumento."
- **Trabajo en equipo:** "Ágiles, efectivos, entusiastas, con los tenis puestos. Compartir, aprender de todos."
- **Confianza:** "Base con la que se construye todo. Contar con otro para la tarea común."
- **Calidad:** "Nuestra empresa debe ser creadora, eficaz, eficiente, productiva y con un altísimo ideal de calidad y servicio."

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Barcel

- Barcel regala un pinito para sembrar a cada niño que visita la planta, con el fin de inculcarle amor y conciencia por la ecología.
- Barcel es la única marca de Grupo Bimbo que cuenta con equipo femenino de ventas para atención del canal de autoservicios, en su búsqueda por apoyar a la mujer en el ámbito profesional
- Si se unieran todos los Takis que se han vendido hasta la fecha, se le darían 40 vueltas a la circunferencia de la Tierra.