



Mercado

El mercado de la confitería en México es un negocio con valor de 20 mil millones de pesos, que está dividido en varias categorías de productos, como paletas, chocolates, dulces enchilados, gomas de mascar... Es un mercado extremadamente fragmentado, en el que compiten diversos fabricantes.

Específicamente, la confitería dirigida a niños representa el 60% del mercado total, y Sonric's es una de las marcas líderes en el país dentro de este segmento.

La marca ha logrado posicionarse como una de las favoritas de los niños en México con su concepto de "Magia, Sabor y Diversión", gracias a la variedad de dulces que ofrece y a la gran aceptación e identificación que los niños han desarrollado hacia su personaje: el Maguito Sonric's.

Así, el mundo fantástico de Sonric's siempre ha jugado un rol fundamental en esa identificación entre la marca y los niños.

Logros

Hace 20 años, cuando iniciaba, Sonric's se posicionó en la mente del público como una empresa de dulces

con una gran variedad de productos (paletas, chicles, chocolates, caramelo suave, etc.) bajo una misma marca, lo cual era un concepto muy novedoso para el mercado mexicano de esa época.

Posteriormente, Sonric's fue pionera en la venta de cajitas promocionales, con lo que desarrolló un segmento de dulces muy demandado actualmente.

Y Sonric's fue también la primera marca mexicana de confitería en lanzar un programa de televisión para promover una vida sana y activa de forma divertida: "La Energía de Sonric'slandia".

Historia

La historia de Sonric's inició en 1983, año en que, debido a la crisis económica en México, y con el fin de hacer más rentable el negocio, la empresa Sabritas detectó una gran oportunidad para crear la división de golosinas, incursionando en el mercado de la confitería por medio de la distribución de productos de diferentes marcas y compañías... Y fue así como inició la gran aventura de ofrecer alegría, magia, sabor y diversión.

Gracias a la positiva reacción del mercado, en 1985 Sabritas creó su propia marca de dulces, Sonric's. Como la empresa contaba con una importante fuerza de comercialización, pero no con la infraestructura necesaria para la producción de golosinas,

Sabritas invitó a participar en su nuevo negocio a diferentes productores de confitería en México, para lo cual desarrolló un modelo de negocio totalmente innovador: productos con marcas propias, fabricados por terceros y distribuidos por las camionetas de Sabritas.

A partir de entonces, la colocación de su nueva gama de productos se realiza a través de exhibidores modulares, en miles de puntos de venta en México.

Y al mismo tiempo, cuando se consolidaba la



marca, nació el Maguito Sonric's, personaje que le da vida y que se posicionó en la mente de miles de niños.

Entre 1986 y 1990 se realizó una selección de proveedores que, además de ofrecer productos innovadores, cumplieran con los estrictos controles de calidad necesarios para alcanzar el objetivo de Sonric's: crear los mejores dulces del mercado mexicano.

En el año de 1989 se implementó un sistema de distribución exclusivo para confitería, y ese mismo año el Maguito Sonric's inició una evolución que lo llevó a construir una fuerte relación afectiva con los niños, misma que se ha ido consolidando con el tiempo, al acompañarlos en su crecimiento.

Para 1991 se expandió la red de proveedores, que ahora incluyó a fabricantes internacionales, y se lanzó al mercado la "Cajita Sonric's", que alcanzó ventas récord en el segmento de dulces con juguete.

También en 1991 Sonric's estableció una asociación con la planta de dulces Pissa, e inició el desarrollo de una tecnología propia.

En 1994 Sonric's inició la exportación de sus dulces al mercado latinoamericano, y para 1997 implementó un nuevo sistema de *merchandising* basado en un patrón unificado de exhibición que refuerza la presencia de Sonric's en puntos de venta de todo el territorio nacional.

En el año de 1999 se creó uno de los conceptos más innovadores en lo que a diversión para niños se refiere: La Ciudad de los Niños, y Sonric's, consciente de la importancia de su cercanía con los niños, creó dentro de esta ciudad un espacio en donde se permite a los pequeños desarrollar su creatividad e imaginación, al mismo tiempo que juegan a fabricar los dulces que más les gustan.

Para el 2001 Sonric's inició una expansión hacia diferentes canales de distribución, con la intención de acercar sus productos al mayor número de consumidores posible... En esta búsqueda constante de formas de acercamiento a los niños, la empresa montó la obra de teatro "Viaje a Sonric'slandia", que fue presenciada por más de 50 mil niños en la Ciudad de México.

Ese mismo año, continuando con el mismo espíritu de expansión, Sonric's empezó a exportar sus dulces a Estados Unidos.

Magia, Sabor y Diversión®



Durante los años 2002 y 2003 Sonric's retomó los principios de éxito que le dieron origen y realizó un balance en su estrategia de promoción, tanto de la imagen del Maguito Sonric's como de las principales marcas de sus productos, como Rockaleta y Tix-Tix, tras lo cual desarrolló una nueva estrategia de negocio más enfocada a su mercado, con lanzamientos de mayor impacto y permanencia, que incluyeron Cajitas Mágicas Sonric's con mayor valor agregado... Con esto alcanzaron, entre otras cosas, el liderazgo en la categoría de paletas.

Sonric's continuó durante el 2004 con su proyección como una de las marcas líderes en el mercado mexicano de dulces, y gracias a su gran variedad de productos bien consolidados y a un agresivo plan promocional, alcanzó el nivel de ventas más alto de su historia.

Y para el 2005, en un hecho sin precedentes, Sonric's lanzó, en asociación con Televisa Niños, su programa de televisión "La Energía de Sonric'slandia", con el objetivo de llevar a los pequeños el mensaje de que una vida sana, con actividad física, es una vida divertida.

Producto

Sonric's tiene una gran variedad de productos, como paletas, gomas de mascar, dulces enchilados, dulces con contenido de fruta, caramelo suave y chocolate para niños, entre otros.

Los principales productos que distinguen a la marca son Rockaleta, Tix-Tix, Gudupop, Bombiux y Twist Frut, que son altamente reconocidos y consumidos por los niños.

Desarrollos Recientes

Sonric's, que entre otras muchas cosas se distingue por ser pionera en el segmento de dulces con alto contenido de fruta, lanzó al mercado en el 2003 Twist Frut: "la forma más divertida de comer fruta"...

Este producto está elaborado con auténtica pulpa de fruta y tiene una peculiar forma de rollo, por lo que los niños se divierten mucho comiéndolo de diferentes maneras: enrollando, chupando o mordiendo. Sus presentaciones incluyen tres sabores: mango, mora y fresa, y recientemente se lanzó el Twist Frut Enchilado, una deliciosa combinación de mango con el toque picoso que a muchos niños les encanta.

Promoción

Sonric's siempre se ha caracterizado por mantener su



imagen cerca de los niños, con sólidas estrategias de promoción, como la exitosa "Giraretos" y su oferta de Rockaleta.

Por otro lado, la marca siempre ha aprovechado la imagen del Maguito Sonric's para dar fuerza a toda su línea de paletas a través de promociones que explotan el entretenimiento de coleccionar, combinado con los conceptos de magia y fantasía inherentes a este personaje.

Gracias a lo anterior, los niños han podido ganar una gran variedad de premios al instante como valor agregado a sus dulces favoritos, al tiempo que Sonric's se ha colocado como uno de los líderes en el segmento de paletas en México.



Una de las mayores contribuciones de Sonric's a los niños ha sido la creación y el lanzamiento de un gran concepto promocional, la Cajita Mágica Sonric's, que ofrece lo mejor de dos mundos para el *target* infantil: una rica combinación de sus dulces preferidos junto con juguetes de sus personajes favoritos y/o de moda, todo englobado en un solo paquete. A través de esta estrategia, Sonric's fue pionero en el mercado y logró crecimientos de negocio sustanciales a través de su historia. Esta fórmula ha revolucionado a tal grado el mercado de dulces en México que muchos competidores han imitado esta exitosa forma de comercialización.

Valores de Marca

Sonric's se caracteriza por ser una marca que se ha construido sobre valores positivos para los niños: sonrisas, obediencia, buen comportamiento, compañerismo, energía y, más recientemente, actividad física y buena alimentación.

Para fortalecer los conceptos de actividad física y buena alimentación fue que lanzó su espectacular emisión con nuevas alternativas de entretenimiento y participación en la televisión nacional para el público infantil, "La Energía de Sonric'slandia", programa de concursos que presenta acción y diversión dentro de "Sonric'slandia", un mundo de fantasía cuyo eje principal es la figura del Maguito Sonric's, y que está avalado por la Fundación Activate.

Lo que Sonric's busca con este programa, en el marco de su 20 aniversario, es comunicar a los niños, de manera divertida, la importancia de llevar una vida activa y una dieta balanceada.

"La Energía de Sonric'slandia" presenta un formato innovador, con concursos primordial-

mente físicos, de destreza y acción. A lo largo de una hora se llevan a cabo divertidos concursos y segmentos en los que los personajes principales y anfitriones conviven con los niños que visitan el programa, en el que se busca generar un ambiente de colaboración, amistad y trabajo.

Además de la interacción con los fantásticos personajes de "Sonric'slandia", en cada programa se cuenta también con un invitado musical, con lo que se logra una experiencia única tanto para los niños visitantes como para los televidentes.



Cosas Que Usted No Sabía Sobre Sonric's

- La palabra Sonric's nació de la frase "son ricos dulces", y éste fue el primer *slogan* que se utilizó para la construcción de la marca.
- Sonric's vende en un año alrededor de 4,000 millones de productos... Cada vez que un niño come un dulce, sonríe, así que Sonric's provoca aproximadamente 4,000 millones de sonrisas infantiles al año.
- El mundo de Sonric's está construido sobre la fantasía de que cada sonrisa de los niños forma una estrella, que el Maguito Sonric's toma del cielo para utilizarla como ingrediente de los dulces que fabrica con su magia... Así, cada sonrisa es ingrediente de los dulces, y cada dulce provoca una nueva sonrisa.