

La Costeña

Mercado

El mercado de las conservas se ha convertido en un factor importante en el desarrollo del sector industrial de nuestro país, gracias a que las tendencias de consumo han sido favorables: el ajetreado ritmo de vida actual ha ocasionado que la gente busque opciones más prácticas, saludables y rápidas para la preparación de sus alimentos.

En este escenario, La Costeña destaca como una empresa que se ha mantenido joven e innovadora a lo largo de muchos años de experiencia... Hoy cuenta con la estructura más sólida, ya que es una de las pocas compañías en México que producen sus propias latas, las cuales son de soldadura eléctrica, con los mismos recubrimientos que se utilizan en el mercado europeo. Estas latas, que conservan su contenido intacto por un periodo de hasta 5 años, son un producto de calidad total en sí: su proceso es totalmente automatizado y se apoya en el trabajo comprometido de 2,400 personas.

De hecho, la planta de La Costeña está considerada como una de las más modernas del mundo, lo que le permite desarrollar productos de calidad superior a un precio totalmente competitivo.



Logros

La Costeña ha logrado mantenerse como una empresa líder en el mercado de las conservas durante más de 80 años, con la mayor participación de mercado en chiles y frijoles, entre otras categorías, por encima de cientos de competidores.

En la actualidad ha extendido su línea de productos al incorporar mayonesas, salsas para guisar, salsas picantes, salsa catsup..., y en cada una de estas nuevas categorías ha conquistado una excelente posición y reconocimiento en el mercado.

Además, La Costeña creó otra marca que rápidamente se convirtió en un clásico en los hogares mexicanos: las salsas para guisar Doña Chonita, pro-



ductos desarrollados con los mejores ingredientes, que guardan todo el sabor y distinción de la cocina mexicana.

Por otro lado, como resultado de un esfuerzo constante, La Costeña alcanzó la elevada meta de llevar el mejor sabor a cada rincón del país, abasteciendo desde los más grandes hasta los más pequeños establecimientos en el territorio nacional, con lo que ha logrado una gran presencia. De esta manera, su marca, con su imagen actual y familiar, es la más reconocida y apreciada.

Pero el brillo de La Costeña no se ha limitado a nuestras fronteras, sino que se ha extendido a más de 35 países, adonde ha llevado las costumbres mexicanas gracias a sus ambiciosas estrategias y, por supuesto, al esfuerzo de miles de trabajadores.

Y como la calidad no tiene nacionalidad, La Costeña ha sido adoptada como propia en países de varias culturas, gracias al incomparable sabor de sus productos, elaborados con frutas, verduras e ingredientes de la más alta calidad... Este reconocimiento es la mayor retribución que ha obtenido la compañía.

Historia

El nacimiento de Conservas La Costeña, empresa 100% mexicana con presencia en varios países del mundo, se remonta al año de 1923, cuando Don Vicente López Resines adquirió una tienda de abarrotes llamada La Costeña, en donde inició la elaboración de chiles serranos y largos en vinagre, que vendía en botes alcoholeros de 20 Kg.

Más adelante introdujo al mercado los frascos y latas de 3 Kg., y además de los chiles vendía aceitunas y aceite de oliva, con lo que obtuvo ventas de entre 20 y 25 latas diarias.

Para 1937 tuvo la iniciativa de fabricar manualmente sus propios botes, con lo que inició una nueva era en la empresa: añadió las alcaparras a su línea de productos e incrementó su producción, al grado de aumentar sus ventas a 500 latas diarias.

En 1948 fundó una nueva planta productora en la Ciudad de México, con una extensión de 5,000 metros cuadrados. La planta contaba con montacargas y nuevas unidades de reparto, por lo que no sólo incrementó significativamente su producción, sino también su distribución.

En esta época dejó de vender aceite de oliva e introdujo las latas de chipotles, además de que desarrolló un sistema de ofertas por volumen para sus principales distribuidores: misceláneas, cremerías y pequeñas tiendas en La Merced.

En el año de 1951 instaló la primera línea automática para la fabricación de botes de 3 Kg., y para 1955 los de 105 gr. En esta misma época, La Costeña incurrió en la distribución de sus productos al interior del país.



En 1971 La Costeña se mudó a Tlaxiaco, Estado de México, en donde ubicó una planta de 180,000 metros cuadrados que, gracias a su programa de expansión continua, llegó a 250,000 m².

Para 1973 estableció relaciones comerciales con las cadenas más importantes de autoservicio, lo que

también representó un paso decisivo hacia el comercio exterior con Estados Unidos, en donde aun hoy cuenta con una sólida presencia que satisface las necesidades del mercado hispano, lo cual es una de las grandes fortalezas de La Costeña.

Tras varios años de esfuerzo para lograr un crecimiento constante, La Costeña inauguró, en 1990, una planta de envasado en Sinaloa, en la que elabora puré de tomate y elote dorado, entre otros. Y para 1994 abrió una planta más en San Luis Potosí, para alcanzar sus objetivos de optimización de recursos.

En el año de 1995 instaló una línea de fabricación para latas con tapa "abre-fácil", que utilizó para los frijoles. Su fabricación consiste en cortar la hojalata en cizallas y troquelarlas para unir las con el cuerpo del bote, mediante un proceso mecánico llamado "engargolado"; a todas las tapas se les aplica un compuesto sellador que garantiza la hermeticidad del envase. En el 2004 se instalaron otras 4 líneas para hacer todas las latas "abre-fácil".

Hoy en día, La Costeña es la única empresa que fabrica sus propias tapas "abre-fácil" para latas en México, y gracias a sus años de tradición y esfuerzo, ha conseguido mantenerse vigente y en constante crecimiento: durante el último año, La Costeña continuó su desarrollo de nuevos productos e innovaciones en el mercado de las conservas alimenticias.

La Costeña es una empresa revolucionaria, que siempre está un paso adelante para ofrecerle al consumidor los mejores productos, por lo que hoy continúa en su búsqueda constante de nuevas maneras para optimizar la elaboración de productos que satisfagan a sus consumidores, tanto de México como de todos los países en los que tiene presencia. Su objetivo no es sólo vender alimentos envasados, sino también transmitir toda la fuerza y experiencia de la compañía.

Producto

Los productos de La Costeña son alimentos, artículos de primera necesidad, por lo que compite con una gran cantidad de marcas, de entre las que se distingue



por su liderazgo en varias categorías, el cual ha logrado gracias a los atributos intrínsecos de la marca, que ha logrado sortear todo tipo de obstáculos y derribar barreras, además de su aventajado sistema de distribución, que lleva su gran variedad de productos a todos los consumidores.

Por otro lado, La Costeña está perfectamente consciente de los cambios sociales que se están viviendo en

la actualidad por la integración de las mujeres a los mercados laborales, lo que desencadena las necesidades del consumidor por alimentos nutritivos y de calidad que se preparen con facilidad, así que ha sabido capitalizarlo, posicionándose como la mejor opción de comidas de fácil y rápida preparación, con un toque muy casero.

Cada uno de sus procesos internos, dirigidos al objetivo de facilitar la preparación de alimentos, va distinguiendo a La Costeña de los demás, por lo que



cada vez está más cerca de los consumidores: cada uno de sus productos es un auténtico aliado de la cocina.

Desarrollos Recientes

El 2005 fue un gran año para La Costeña, que lanzó nuevos productos como la Mayonesa Tipo Casero, la Mayonesa Light y la Mayonesa Aderezo de Ensaladas, además de que cambió la presentación de varios para hacerlos más atractivos y prácticos, como en el caso de la Mayonesa con Jugo de Limones y la Salsa Catsup, que introdujo con envase "squeeze", el cual refleja modernidad y creatividad.

Otro dulce producto clásico, la mermelada, experimentó también una evolución: todas sus presentaciones estrenaron etiqueta, más elegante y vistosa, que las hace destacar de entre todas las demás.

Además, su programa de crecimiento constante llevó a la compañía a adquirir una nueva marca para



toda la familia, Rancherita, la cual tiene una gran presencia e importancia en la zona pacífico del país.

Esta serie de lanzamientos y relanzamientos evidencian el espíritu innovador de La Costeña, que nunca cesa en su afán por desarrollar cada vez mejores opciones para hacer de los alimentos de sus consumidores una delicia.

Promoción

La publicidad de La Costeña se ha distinguido por ser diferente y atractiva: siempre genera gran interés por conocer los productos.

Sus campañas más recientes en televisión causaron una excelente impresión, como el comercial de salsa catsup, que anunciaba el relanzamiento de este producto en botella "squeeze"; gracias al dinamismo y creatividad del *jingle*, destaca como uno de los temas para

anuncios de televisión más memorables en nuestro país. Por supuesto, el comercial incrementó el "top of mind" del producto, y el famoso *jingle* ha evolucionado junto con él.

Otro excelente ejemplo es la campaña de la línea de mayonesas, cuyo comercial tiene una música divertida y memorable, la cual proyecta la fuerza, dinamismo y alegría de la marca, que comparten sus consumidores.

Y los comerciales de chiles no se quedan atrás, con la imagen clásica y familiar que proyectan, y un toque que sólo el producto en sí, como estrella principal, puede darle.

Otro esfuerzo promocional de La Costeña ha sido el patrocinar diversos programas de televisión, con lo que ha promovido todos los productos en sus respectivos segmentos. Así, la marca nunca ha perdido notoriedad ni ha dejado de hacer promociones novedosas e impactantes.

Y por supuesto que nunca falla el apoyo en el punto de venta, donde demostradoras, animadores, promotores y vendedores realizan, día con día, una ardua labor para que todos los consumidores prueben los productos y se convencen de que La Costeña es la mejor opción.

De esta manera, gracias al esfuerzo combinado de todas las áreas de La Costeña, se ha logrado construir un sólido *branding*, que ha generado no sólo el reconocimiento, sino la lealtad de millones de consumidores y sus familias alrededor del mundo.

Valores de Marca

El espíritu de La Costeña está lleno de trabajo y sueños, que se han ido materializando gracias a su excelente servicio, calidad y compromiso, dirigidos al objetivo primordial de toda la compañía: producir alimentos de calidad a un precio justo, para todos los consumidores.

Además de que La Costeña se preocupa constantemente por mantener motivados a sus recursos más importantes: sus colaboradores, quienes, con cada una de sus actividades construyen un mejor futuro, que alberga a miles de familias.

...Por Sabor

Cosas Que Usted No Sabía Sobre La Costeña

- La Costeña es una de las pocas empresas que han apoyado a la Fundación Teletón desde su inicio hasta la fecha.
- En la planta de Guasave se producen tomates, chiles y elotes dorados, por lo que la materia prima es controlada desde la siembra.
- Conservas La Costeña es una empresa comprometida con la sociedad, por lo que no contamina y utiliza todos sus materiales sin desperdiciar recursos.
- La Costeña cuenta con la certificación del Sistema de Gestión de Calidad Internacional (ISO 9001:2000), la cual garantiza la calidad de todos sus productos y procesos.