



Mercado

El mercado de confitería en México, que tiene un valor de más de 37 mil millones de pesos anuales, está dividido en 3 segmentos: confitería de azúcar, chocolates y productos *active* (chicles y pastillas con un beneficio funcional). Sonric's participa principalmente en el segmento de confitería de azúcar, en donde es el segundo jugador más importante, con marcas en las siguientes categorías: paletas, gomas de mascar, gomitas, pulpas y caramelo suave.

Sonric's es una marca enfocada primordialmente a los niños, quienes son los principales consumidores de dulces en México. Marcas como Gudu, Tix Tix, Bombiux, etc., son de las favoritas de los niños del país. Adicionalmente, Sonric's ha encontrado la oportunidad de ampliar su base de consumidores, al dirigirse a otros grupos de edad como los adolescentes y los jóvenes adultos, lo cual hace por medio de marcas como Rockaleta, Mancha-T y Milch, que ha logrado posicionar exitosamente como algunas de las marcas más conocidas y queridas por los consumidores.

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, de manera que incursionó en el mercado de la confitería por medio de la distribución de productos de diferentes marcas y compañías.

Gracias a la reacción positiva 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, y para esto 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, las marcas de Sonric's han estado presentes en miles de puntos de venta en México.

Al tiempo que el proyecto iniciaba y se consolidaba la marca, nació el Maguito Sonric's, que de inmediato logró posicionarse en la mente de miles de niños.

En 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, la cual se consolidó durante los siguientes años.

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.

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 (ahora KidZania), y Sonric's, consciente de la

importancia de su cercanía con ellos, creó dentro de esta ciudad un espacio en donde se permite a los pequeños desarrollar su creatividad e imaginación, al tiempo que juegan a fabricar los dulces que más les gustan.

En su búsqueda constante de formas de acercamiento a los niños, Sonric's montó la obra de teatro Viaje a Sonric'slandia, que fue presenciada por más de 50 mil niños en la Ciudad de México. Adicionalmente, con el mismo espíritu de expansión, Sonric's empezó a exportar sus dulces a Estados Unidos.

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 se alcanzó, entre otras cosas, el liderazgo en la categoría de paletas.

En 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.

Como toda marca consolidada, Sonric's busca reinventarse para continuar su ascenso como una de las marcas líderes en el mercado mexicano, y lo hace a través de productos altamente innovadores, como Pinta Frut, además de que ha decidido acompañar a todas las generaciones con las que creció, ampliando sus horizontes y posicionando productos para otros grupos de edad, tales como Milch y Mancha-T, dirigidas a adolescentes y adultos jóvenes.

En el 2010 Sonric's lanzó Nuestras Tradiciones, una línea de dulces tradicionales mexicanos para conmemorar el bicentenario de la independencia, además de continuar apoyando a sus productores mexicanos.

Producto

Sonric's participa en los principales segmentos del mercado de confitería con marcas sólidas y de tradición, pero que a su vez se mantienen al día ofreciendo imágenes actualizadas, innovación y productos de la más alta calidad.

Entre las principales marcas del portafolio de productos de Sonric's, se encuentran:

- Rockaleta
- Gudu
- Tix Tix
- Milch
- Mancha-T
- Bombiux
- Pinta Frut



Logros

Hace más de 25 años, cuando iniciaba, Sonric's se posicionó en la mente del público como una empresa de dulces con gran variedad de productos, como paletas, chicles, chocolates y caramelo suave, bajo una misma marca, lo cual era un concepto muy novedoso para el mercado mexicano de aquella época.

Hoy en día, Sonric's es una de las marcas de confitería más conocidas, más consumidas y más amadas por sus consumidores, gracias a que ha logrado conectar de forma emocional con sus consumidores a lo largo de los años.



Cuando hablamos de los logros de Sonric's, es necesario mencionar el portafolio completo de dulces que lo integra: Gudupop es la paleta más vendida en México; Tix Tix y Rockaleta forman parte del "Top 10" de paletas en el mercado de confitería, y marcas como Mancha-T y Milch han registrado crecimientos muy por arriba de la categoría.



Desarrollos Recientes

En el 2012, Sonric's dejó atrás "Dulces con Estrella" para cambiar cambia su posicionamiento, reemplazando su eslogan con el actual: "Sonric's Diviértete Más". Este cambio respondió a la necesidad de generar una mayor conexión emocional con los consumidores. A partir de este año, Sonric's se convirtió en el principal patrocinador de la alegría para los niños: incorporó a sus momentos más divertidos una dosis extra de diversión.

También en el 2012, Tix Tix, una de las marcas más importantes del portafolio de Sonric's, lanzó al mercado la Nueva Tix Tix: la única paleta bi-sabor de dextrosa con incrustaciones de chicle, que explotó el concepto de "Emoción Inexplicable" gracias a las diferentes sensaciones que brindan la combinación de la dextrosa y el chicle. Esta paleta está disponible en 4 diferentes combinaciones de sabores: manzana-sándia, mango-tamarindo, manzana-limón y mora azul-frambuesa. La presentación es en una bolsa metalizada con una nueva imagen mucho más llamativa y atractiva para sus consumidores.

Adicionalmente, en el 2012 Sonric's se enfocó en el relanzamiento de dos de sus marcas principales: Gudupop y Rockaleta. Con Rockaleta se regresó al origen de la marca al ofrecer multisensaciones a los consumidores, para lo cual se renovó la paleta, agregando mayor intensidad de chile, además de incluir un sabor diferenciado a cada una de las capas. Por su parte, Gudupop se reinventó, regresando a la esencia de marca: todas sus paletas son multicolor y multisabor. También se cambió la imagen por una nueva, metalizada, mucho más moderna y atractiva.



Valores

Sonric's se caracteriza por ser una marca que fomenta los valores positivos para los niños: diversión, sonrisas, amistad, compañerismo, actividad física y buena alimentación.



Con la innovación en Tix Tix, además del relanzamiento de Gudupop y Rockaleta, Sonric's se prepara para seguir creciendo y complaciendo a todos sus consumidores en los años por venir.

Promoción

Sonric's es una marca que se ha caracterizado por mantener una constante y clara comunicación con sus consumidores. Durante los últimos años, su estrategia ha estado enfocada en seguir reforzando a Sonric's como la marca madre del portafolio de confitería, pero también en continuar desarrollando algunas de las principales marcas del portafolio, incluidas Rockaleta, Tix Tix y Gudupop, entre otras.

En años recientes, Sonric's ha formado parte de algunas promociones lanzadas a nivel PepsiCo Alimentos México, capitalizando la fuerza de marcas como Sabritas, Gamesa y Pepsi.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Sonric's

- Si pusieramos en línea todos los dulces que vende Sonric's en un año, lograríamos darle la vuelta a la Tierra 6.1 veces.
- Se rumora que en las oficinas de Sonric's todos los empleados son niños.

