



## Mercado

No hay una reunión familiar, una tarde de tele o una fiesta donde no haya un tazón lleno de unas crujientes y saladas Papas Sabritas®, para acompañar esos momentos y sazónarlos con su naturalidad e ingredientes de la más alta calidad.

Hay grandes marcas de botanas saladas en México que satisfacen todos los antojos y comparten el mercado y el gusto de los consumidores, como Doritos®, Rancheritos®, Ruffles®, Cheetos® y Sabritones®, entre otros. Pero hay algo que hace a las Papas Sabritas® únicas: son algo más que una tradición... son como de la familia. Una muestra de lo bien hecho y de la dedicación y constancia que nació del esfuerzo de tres empresas familiares.

## Historia

Un buen día de 1943, don Pedro Marcos Noriega decidió meterse a la cocina de su casa para elaborar, con sus

Paralelamente a la historia de don Pedro, la familia texana Dulmert fundaba Frito Company, dedicada a la producción de botanas de maíz, y en Georgia, la familia Lay consolidaba H.W. Lay & Company, que producía botanas de papa.

Para 1965, Pepsi Cola compró las dos empresas estadounidenses y las fusionó en una sola: Frito Lay, que dio origen a la multinacional PepsiCo, la cual opera actualmente en más de 200 países. Un año después compró la empresa de don Pedro Marcos, a la que llamó Sabritas,



propias manos, una línea de botanas –habas, charritos y garbanzos–, que vendía en los alrededores de la Ciudad de México. Cinco años después ya tenía una marca: Productos Conde. Para 1953 don Pedro instaló su primera freidora automática de papas, y así, se posicionó como el líder absoluto en el mercado de botanas saladas.

Para 1954 sus papas fritas alcanzaron el primer lugar en ventas de botanas y las llamó Sabritas: “sabrosas botanitas”.



y así nacieron la carita feliz y la frase “A que no puedes comer sólo una”.

Desde su fundación hasta la fecha, Sabritas® ha abierto varias plantas a lo largo del territorio nacional: Ciudad de México (1968), Guadalajara, Jalisco (1972); Saltillo, Coah. (1980); Cd. Obregón, Sonora, y Mexicali, B.C. (1991), Veracruz (1999), además de una subsidiaria de PepsiCo, Inc., en Mission, Texas, la cual era manejada por Sabritas® para la elaboración de productos de papa.

También ha adquirido la maquinaria más avanzada y eficiente, garantizando así el volumen necesario para abastecer a todos sus consumidores.

De igual forma ha aumentado su flota, con lo que se convirtió en una de las empresas con mayor fuerza de ventas en México.

## Producto

Sabritas®, una empresa de nivel mundial, trabaja arduamente para mantener la tradición de hacer las cosas bien, heredada por las tres familias fundadoras.

Las sabrosas Papas Sabritas® están elaboradas con papas 100 por ciento naturales, cosechadas en campos mexicanos. Recién cosechadas llegan a cada una de las plantas, donde son cuidadosamente seleccionadas y lavadas, antes de entrar al proceso de pelado y rebanado.

Después de remover el excedente de almidón, se fríen durante 3 minutos aproximadamente. Cuando están en su punto crujiente, se les da el toque final: condimentarlas, empacarlas y dejarlas listas para su distribución. Gracias a este cuidadoso proceso, Sabritas® puede afirmar que son irresistibles, y hasta se atreve a retar a quien las disfruta: “A que no puedes comer sólo una”.

Y para que estas “sabrosas botanitas” lleguen igual de frescas a cualquier consumidor, todas las plantas que producen Papas Sabritas® están estratégicamente localizadas para una ágil distribución de los productos. Así, se asegura la satisfacción de la demanda regional, se minimizan los tiempos de transporte y se garantiza que el producto llegue en excelente estado y con una calidad insuperable. La tradición de llevar algo bueno al alcance de todos sigue motivando a todos los vendedores de Sabritas® para llegar a cada uno de los rincones del país, apoyados con una flota que supera los 10 mil vehículos.

## Logros

Sabritas® lleva más de 60 años en el mercado y ha logrado convertirse en una de las marcas favoritas de chicos y grandes. Su eslogan “A que no puedes comer sólo una” logró que las Papas Sabritas® se convirtieran en un ícono de la cultura mexicana, con presencia en todos los eventos familiares.

Esta famosa “irresistibilidad” de las Papas Sabritas® no es simplemente un lema, ni una casualidad: es un reconocimiento ganado por mantener la tradición de hacer las cosas bien, con calidad y garantizando la naturalidad de sus ingredientes. Por eso, junto con el resto de su amplia gama de productos, Papas Sabritas® ha logrado permanecer en la predilección del pueblo mexicano.

## Desarrollos Recientes

Sabritas® se ha caracterizado por brindar a sus consumidores sabores y presentaciones que complazcan todos sus antojos. En los últimos 10 años se ha preocu-

pado por analizar tendencias y preferencias de los consumidores para lanzar al mercado nuevas opciones, ampliando su portafolio de productos.

Entre los lanzamientos más exitosos de Papas Sabritas® están las originales, las adobadas y las sabor limón (receta heredada del hábito de los mexicanos de ponerle limón a las botanas). Además, se han lanzado nuevos sabores que capitalizan las tendencias del mercado, como son: Queso Jalapeño, Habanero Limón, Chile Piquín, Chiles Naturales, Sabritas Flamin' Hot, Crema y Especias, entre otros.

Atenta a la variedad de gustos y tradiciones de nuestro país, en el 2010 Sabritas® lanzó la primera edición de Sabritas Ruta del Sabor: una línea de productos que, con cada edición, comparte con todos los consumidores la variedad de sabores de las ciudades y regiones del país.

También, consciente de que hay nuevas tendencias y estilos de vida, Sabritas® ha desarrollado alternativas en botanas, como Sabritas Ligeras, con una reducción del 25% de grasa, Sabritas Gourmet, para paladares que buscan sabores diferentes, y papas naturales horneadas y reducidas en grasa: Nutritas, en sabores natural, chile y chile limón.

Y para aquellos que buscan unas papas más crujientes y gruesas, pero igual de irresistibles, en el 2012 Sabritas® presentó las nuevas Sabritas Receta Crujiente, que se preparan siguiendo un cuidadoso proceso, desde seleccionar las mejores papas naturales, hacer un corte más grueso, cocinarlas lentamente, en su punto, para que sean mucho más crujientes y por último sazónarlas con irresistibles sabores: Original, Jalapeño, Chiles Rojos, Habanero y Chile y Queso.

## Promoción

Otra de las tradiciones de Sabritas® es acercarse a los mexicanos con las celebridades más queridas y reconocidas, como hizo con la comunicación realizada con Luis Miguel, Alejandra Guzmán, Yuri, Mijares, Lucero y, recientemente, William Levy, entre otros. La recordación e impacto de estos esfuerzos de comunicación tienen su origen en reconocer que, si bien son celebridades, demuestran que son como todos, porque tampoco pueden resistirse al delicioso sabor ni comer sólo una.

Hasta el 2006, todas las campañas estaban orientadas a comunicar y concretar la "irresistibilidad" de las papas en un tono divertido y entretenido, que logró posicionar a los comerciales entre los favoritos del público. Sin embargo, a partir de noviembre de aquel año, Sabritas® lanzó su nueva campaña "La vida es mejor con Sabritas", con el fin de comunicar que los diferentes momentos del consumidor son mejores siempre que está con sus Sabritas®.

En el 2009, continuando con esa campaña, la marca lanzó una comunicación que alentaba a los consumidores adultos a disfrutar de los pequeños momentos: fieles a impulsar las tradiciones, deseaba que las Papas Sabritas® fueran el vehículo para que recordaran y disfrutaran como lo hacían cuando eran niños, gozando esos pequeños momentos que hacen un buen día y permiten disfrutar más de todo lo que se hace.



Desde mediados del 2011 la marca ha retomado su estrategia de "irresistibilidad" y el famoso eslogan "A que no puedes comer sólo una", además de integrar en su comunicación al reconocido actor William Levy, quien comparte con la marca el atributo más importante que ambos tienen en común: ¡son prácticamente irresistibles!

A través de varios comerciales con altos valores de producción y el humor característico de la marca, esta campaña ha incrementado de manera importante la preferencia del público hacia la comunicación y, por qué no decirlo, también hacia el producto mismo.

Por otro lado, en la tradición de hacer buenas promociones, como las ya clásicas Tazos y Sabrilana, en el 2011 la marca creó una promoción novedosa: Yo amo mi Blackberry®, que brindaba varias oportunidades de ganar, pues el consumidor podía encontrarse una Blackberry® dentro de las bolsas de Papas Sabritas®, o ganársela a través de mensajes de texto y vía Internet, al participar por éste y otros grandes premios en una segunda oportunidad.



Durante el 2012 Sabritas® y Ruffles®, por primera vez, reunieron a William Levy y Angelique Boyer en la promoción más impactante del año: "Con todas las bolsas ganas", donde los consumidores tuvieron la oportunidad de ganar al instante un Audi A1, Smartphones Samsung Galaxy SIII Mini y millones de descuentos en Domino's Pizza al abrir una bolsa de Sabritas® y Ruffles®.

Esta promoción estuvo apoyada por un comercial de televisión, en el cual William y Angelique competían a bordo de un Audi A1 y fue considerada la promoción favorita de los consumidores mexicanos durante 10 semanas de acuerdo con la empresa de Investigación de Mercados, ACIMSA.

## Valores

El compromiso de Sabritas® por lo bien hecho –y por mantener la calidad– no sólo se nota en sus productos, sino en las acciones que lleva más allá de ellos: tiene la tradición de ser una empresa preocupada no sólo por su éxito comercial, sino por crear un impacto social positivo.

Desde 1987 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.

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 objetivo de producir una papa de alta calidad en el campo mexicano, que cumpliera con las expectativas del consumidor.

Pero la tradición social de Sabritas® no queda ahí: en el 2001 creó la Fundación Sabritas, iniciativa que pretende contribuir al desarrollo integral de los niños y jóvenes de las comunidades más necesitadas, a través de programas de salud y educación. Con el firme compromiso de promover estilos de vida saludables a través del binomio activación física-alimentación correcta, en el 2006 las empresas de Grupo PepsiCo presentaron el programa Vive Saludable, e iniciaron la operación del Instituto Vive Saludable.

Durante el 2007, Sabritas® aterrizó más esta campaña para mejorar la vida de las familias mexicanas, además de que, en un esfuerzo conjunto con Fundación Sabritas, Fundación Televisa, Fundación Ara y Fideicomiso Pro Vivah ejecutaron una fuerte iniciativa de mercadotecnia social para la construcción de más de 1,000 casas para familias mexicanas. Y en el 2008 Sabritas® lanzó su estrategia de sustentabilidad Desempeño Con Sentido, fundamentada en cuatro pilares: Consumidor Con Sentido, Entorno Con Sentido, Talento Con Sentido y México Con Sentido.



## Cosas que usted no sabía sobre Sabritas®

- El nombre Sabritas proviene de la frase "sabrosas botanitas".
- Sabritas® tiene 190 centros de distribución, 10 plantas de producción, 10 mil unidades de flota y 11 mil rutas de reparto establecidas, para dar servicio a más de 820 mil puntos de venta en todo México.
- Sabritas® es una empresa 100 por ciento agroindustrial que actualmente genera más de 20 mil empleos directos y más de 450 mil indirectos.
- Sabritas® es un importante aliado del campo mexicano: consume el 22 por ciento de la papa natural que se cosecha en el país.