



Mercado

Algo que no puede faltar en la mesa de todos los hogares mexicanos es el agua fresca de sabor, y ésta es precisamente la razón por la que una de las pocas marcas arraigadas en el corazón del mercado mexicano sea Jarritos, el refresco de sabor elaborado con extractos de frutas naturales...

Desde 1950, Jarritos ha dejado huella en los corazones y paladares de los mexicanos, y se ha desarrollado a través de los años hasta llegar a ser la marca favorita en refrescos de sabores naturales.

Hoy en día el mercado de Jarritos abarca toda la República Mexicana con su variedad de sabores y presentaciones, que tanto a chicos como a grandes los hace exclamar... "¡Jarritos, qué buenos son!"

Logros

Jarritos ha tenido muchos logros a lo largo de su trayectoria, empezando por ser la primera marca de refrescos de sabor natural que conquistó al mercado mexicano en tan sólo cinco años a partir de su creación.

Además de que fue pionera en la creación de varios sabores para refrescos, como café, mandarina, tamarindo, *tutti-frutti* y limón verde.

Los logros de Jarritos no se restringen al mercado nacional: en 1988, gracias a alianzas estratégicas, obtuvo su pasaporte e inició la exportación a Estados Unidos, en donde se colocó como líder de ventas de productos mexicanos para el mercado hispano.

Pero de todos, para Jarritos su mayor logro es el haberse convertido en un ícono de tradición en el país, ya que tanto su nombre como su logo y su botella son ya sinónimos de frescura a la mexicana.

Historia

Hace más de 50 años don Francisco "El Güero" Hill tuvo la visión de crear una bebida refrescante, que estuviera elaborada con base en extractos de auténticas frutas naturales para reflejar así el sabor y la esencia de las aguas frescas mexicanas...

Y así, en el año de 1950 lanzó al mercado, en la Ciudad de México, su primer sabor: café. De ahí viene precisamente su nombre, "Jarritos", ya que era tradición tomar las bebidas en un jarrito de barro, para mantenerlas frescas por más tiempo.

Gracias al éxito inmediato de Jarritos, "El Güero" Hill pudo desarrollar un proceso para extraer del tamarindo la base para los refrescos de este sabor, lo cual logró a través de Fruco, la empresa a la que pertenece Jarritos.

1950



extracto de la flor de jamaica de Guerrero y Oaxaca; el de limón, con limones de Colima; el de mandarina, con mandarinas de Veracruz y Yucatán, y el de tamarindo, con tamarindos de Oaxaca, Guerrero y Colima.

En 1988 la familia Hill hizo una alianza estratégica con la familia Fernández para exportar a Estados Unidos el sabor de México, pues la demanda de estos productos para el mercado hispano de aquel lado de la frontera era ya evidente. Al año siguiente de esta alianza dio inicio la exportación de Jarritos en sabores de tamarindo, mandarina, *tutti-frutti* y limón verde.

En tan sólo cuatro años, Jarritos ya se había posicionado en el mercado estadounidense como la marca mexicana líder en bebidas de sabor.

Así, lo más seguro es que la historia de Jarritos seguirá extendiéndose a lo largo y ancho del planeta, mientras la gente siga buscando lo fresco del sabor natural de las frutas.

Producto

Actualmente Jarritos cuenta con la gama de sabores y presentaciones más amplia del mercado, y su diversificación se basa en los gustos y necesidades de las diferentes regiones de la República Mexicana y de Estados Unidos.

Jarritos se puede encontrar en diez refrescantes sabores: mandarina, limón blanco, limón verde, tamarindo, *tutti-frutti*, piña, toronja, fresa, jamaica y guayaba, en presentaciones que van desde la tradicional botella de vidrio de 400 ml. hasta la presentación de tres litros, pensada especialmente para satisfacer las necesidades de las familias que prefieren servir bebidas frescas en sus mesas.

Además, dentro del mercado hispano también comercializa Mineragua, que es la extensión de marca de Jarritos en agua mineral, la cual se lanzó en 1999 y es pro-



bablemente la marca de agua mineralizada mexicana de mayor crecimiento dentro de este mercado.

Desarrollos Recientes

En el año 2001 Fruco desarrolló un concentrado de piña para la embotelladora del estado de Veracruz, y este sabor tuvo tal éxito que el resto de las embotelladoras siguieron el ejemplo rápidamente, sumándolo a sus líneas de sabores.

Este refresco de piña superó las expectativas originales, al colocarse muy pronto como el tercer sabor en importancia de la cartera de sabores de Fruco.

Promoción

"¡Jarritos, qué buenos son!", y eso nadie lo puede negar, ya que es el *slogan* con el que los consumidores identifican el gran sabor natural de Jarritos, cuyos esfuerzos promocionales siempre han tenido una carga tradicional que refleja los colores y sabores tan característicos de la cultura del país y el orgullo de ser una empresa 100% mexicana.

Gracias a este tipo de comunicación, año con año se suman más paladares al grupo de consumidores fieles a Jarritos, que gustan de refrescarse con sabores de frutas naturales.

De esta manera, tanto embotelladores como ejecutivos de Fruco diseñan campañas promocionales dirigidas a detallistas, con la intención de obtener un crecimiento vertical, y así han logrado incrementar con éxito sus puntos de venta, gracias a lo cual están cada vez más cerca de los consumidores.



Jarritos cuenta, además, con elementos permanentes de apoyo a las ventas, como enfriadores, hieleras, exhibidores, mesas, sillas, toldos, platos, cubetas, inflables y todo tipo de materiales promocionales.

Todos estos esfuerzos le han servido a Jarritos para alcanzar sus objetivos tanto de permanencia en la mente de los consumidores como de crecimiento en volúmenes de ventas y participación de mercado.

Valores de Marca

Jarritos es la marca mexicana de refrescos de sabor con mayor aceptación en la República Mexicana, en donde su trayectoria es ya de más de 50 años.

Esta gran tradición le ha valido a



2005

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Jarritos

- Cuando apareció Jarritos en 1950, su presentación en botella de vidrio de 400 ml. costaba \$0.20.
- Cada minuto se exportan 1,500 botellas de Jarritos.
- El Club América fue propiedad de Jarritos, y el trofeo del campeonato de liga se llamó el "Jarrito de Oro".
- Desde que apareció Jarritos en 1950, el sabor más popular ha sido mandarina.
- Para la elaboración de Jarritos sabor mandarina se utilizan aproximadamente 20'000,000 de mandarinas.