



### Mercado

SNICKERS®, la barra de chocolate rellena de Mars, se ha posicionado entre los jóvenes mexicanos como el fiel aliado que satisface su hambre al instante. Para SNICKERS® hay sólo una forma de vida, una en la que nunca hay que conformarse, que supera retos, sueña sin límites: hacer en el último minuto ese gol clave que lleva a la gloria; ligarse a la chava que es el sueño de todos; pasar los exámenes sin morir en el intento; triunfar con la banda en el concierto de la "prepa"; hacer el mejor recorrido en patineta superando bordes, alturas, obstáculos...

SNICKERS® es uno de los productos preferidos por los mexicanos. En el 2005 se renovó por completo, relanzándose con el slogan "CÓMETE EL MUNDO®" y un nuevo empaque con diseño innovador, que incluye colores más intensos. Así se convirtió en el *snack* por excelencia de los jóvenes que viven ligados a deportes, actividades de la cultura urbana y, básicamente, con un gran sentido del humor.

El consumidor de este chocolate es un individuo activo, sociable, espontáneo, irreverente y, sobre todo, seguro de sí mismo. Es alguien que, como SNICKERS®, busca evolucionar con la misma rapidez e intensidad que ellos. SNICKERS® ahora se presenta como algo más que una barra de chocolate: el aliado que los ayuda a hacer la diferencia, resaltar de entre el montón y buscar eso que todos desean... ¡ir por más!

### Logros

El chocolate SNICKERS® tiene ventas anuales por 2 mil millones de dólares a nivel global. Desde su llegada a nuestro país, en 1988, tuvo una aceptación inmediata, y para 1997 se convirtió en la marca número uno, con el mayor volumen de ventas en el segmento de las barras de chocolate rellenas.

Cada año se suman más mexicanos a la legión de fanáticos de este producto. Esto lo demuestran claramente las cifras del mercado: un 93% de los mexicanos conoce la marca y un 70% la ha comido alguna vez.

### Historia

Desde sus pasos iniciales en Tacoma, Washington, la familia Mars se caracterizó por construir su compañía con un apetito insaciable por la innovación, espíritu que los llevó a diseñar conceptos totalmente vanguardistas en la industria del chocolate. SNICKERS® es prueba de ello.

En 1920, después de visitar una farmacia local con su hijo Forrest, Frank Mars pensó que sería buena idea producir una versión de la malteada de chocolate que pudiera disfrutarse en cualquier lugar y momento. El resultado de esa idea fueron las famosas "barras de chocolate Mars", como se conocieron inicialmente en Europa, y que dieron origen a dos marcas de gran fama: SNICKERS® y MILKY WAY®.

Desde su llegada al mercado en 1930, SNICKERS® se reconoce como la perfecta combinación de chocolate, caramelo y cacahuates, y en muy poco tiempo llegó a convertirse en la barra de mayor aceptación en todo el mundo. Hoy en día, tras quince años de presencia en México, se ubica entre las cinco marcas de chocolates con mayor éxito, y es líder absoluto entre las barras rellenas.

### Producto

Gracias a su perfecta combinación de chocolate,

caramelo y cacahuates, SNICKERS® es la barra que instantáneamente satisface el hambre. Además, su

alto contenido de proteínas aporta energía. Gracias a estas características, SNICKERS® es reconocido como el *snack* más adecuado para conseguir una pronta satisfacción y, a la vez, obtener un caudal energético que ayuda a dar el máximo durante el día, buscando y superando retos.

La fórmula de SNICKERS® se ha mantenido inalterable a través de los años: Es uno de esos grandes activos tradicionales que el mundo quiere que permanezca de por vida.

Por otro lado, hoy por hoy SNICKERS® es una fuente de inspiración para la cocina internacional: chefs de todo el mundo desarrollan constantemente nuevas maneras de comer esta barra de chocolate, como tartas de SNICKERS®,

pasteles, galletas, los infaltables *brownies*... E incluso se pueden encontrar ensaladas preparadas con base en estas populares barras de chocolate de Mars.

### Desarrollos Recientes

En el 2006 SNICKERS® adoptó el *parkour*, que es el nuevo deporte urbano que tiene la filosofía por la que los jóvenes se integran a su entorno para ir desafiando obstáculos en su camino, con su cuerpo como única herramienta.

La agilidad, osadía y conexión cuerpo-mente para lograr lo que quieren y saciar su apetito de vida traducen lo que es SNICKERS®, como un aliado igualmente osado, irreverente y divertido.

### Promoción

Allá por 1992 inició la promoción en México de la barra de chocolate número uno del mundo, con el mensaje: "¿Hambre? ¿Qué esperas? ¡Cómete un SNICKERS®!". En aquellos inicios la compañía adoptó tanto el *slogan* como el concepto de la campaña que se había utilizado exitosamente en Estados Unidos. Hoy, su comunicación ha evolucionado hacia una propuesta más creativa e irreverente, como su público.

En la actualidad la marca apunta hacia jóvenes modernos y urbanos, que viven sin separarse de sus patinetas y bicicletas, aman los *graffitis*, la música electrónica y los discos. En este segmento, la compañía identificó a individuos de temperamento perseverante y optimista, con una marcada decisión por la superación personal... Son chicos que no pierden el gusto por la vida y tienen el afán de la conquista permanente de logros y nuevos desafíos.

A través de sus campañas más recientes, la marca está creando una profunda conexión emocional con este público, con la intención de que el producto sea asimilado como un aliado más en la búsqueda del triunfo al que todos aspiran.

Hacia finales del 2005, y en paralelo con el relanzamiento del nuevo empaque, SNICKERS® presentó una activación móvil de la nueva campaña de comunicación por toda la Ciudad de México, donde se invitaba a los chicos a una serie de eventos en sábado, en donde los jóvenes dieron rienda suelta a su creatividad y espíritu de aventura y riesgo en patinetas, bicicletas y *graffitis*. Más de 1,600 jóvenes participaron en estos retos a lo largo de dos meses, cuyos eventos incluyeron las actuaciones de DJ's y artistas de *graffiti*, que no sólo crearon sus obras, sino que invitaron al público a manifestarse con sus propios diseños.

De esta manera, SNICKERS® se posicionó como el promotor de la ola de superación por sí misma. A través de estos eventos compartió con su público la experiencia esencial de la marca, que se vincula con conceptos como desafío, competencia, irreverente, creativo, urbano y, sobre todo, vida activa.

Así se concretó el concepto que SNICKERS® transmite a través de la



En estos lugares de encuentro, la empresa convocó a los jóvenes a participar en pequeños retos, como saltos en patineta y bicicleta, mientras obsequiaban barras de SNICKERS® a los participantes.

### Valores de Marca

SNICKERS®, la barra de chocolate dirigida a jóvenes ciudadanos involucrados en actividades y deportes urbanos, ha apoyado eventos deportivos en todo el mundo. El objetivo de la marca es convertirse en un vehículo de valores que ya interpretan sus consumidores, y cuya promoción les ayuda a ser cada día mejores.



De este modo, SNICKERS® es, por un lado, una marca asociada con individuos que están en la etapa de la vida en la que construyen su temperamento y espíritu de superación, y por el otro, es una marca que pretende volverse la aliada de los jóvenes que identifican la libertad y la amistad como valores centrales para su vida.

### Cosas Que Usted No Sabía Sobre SNICKERS®

- El nombre de la barra de chocolate SNICKERS® se refiere al nombre de uno de los caballos preferidos de la familia Mars.
- Si se alinearan todas las barras SNICKERS® que se consumen en México durante un año, se cubriría toda la extensión de la Muralla China y un cuarto más.
- A nivel internacional, en el 2006 las campañas de SNICKERS® fueron nominadas a cinco FAB (Food and Beverage) Creative and Excellence Awards, uno de los principales premios internacionales de publicidad en el sector alimentario.