



Mercado

El mercado de botanas saladas está compuesto por varias categorías como papa, tortilla, maíz, palomitas de maíz y extruidos, entre otros, y Sabritas® es la compañía líder de mercado en la mayoría de ellas.

En el caso particular de los extruidos, segmento de los más importantes y competidos en México, Sabritas® participa con la marca Cheetos® desde el año 1976. En aquel entonces solo existía la versión original, "Torciditos", mientras que hoy, 36 años después, Cheetos® cuenta con un portafolio de siete versiones de diferentes formas y sabores, y es el líder indiscutible de su categoría.

Historia

La historia de la conquista del sabor a queso inicia como todas las historias de triunfo: con un objetivo en mente. Todo comenzó en 1976, cuando Sabritas® decidió conquistar el sabor a queso con la creación de una deliciosa y novedosa botana, hecha a base de granos de maíz finamente molidos, a los cuales dio forma con alta presión y cocinó a altas temperaturas para lograr una textura crujiente diferente, para después darle el toque final: condimentarlos con un delicioso sabor a queso y una exclusiva mezcla de chiles. Así es como nació Cheetos® Torciditos.

Este suceso dio paso a una serie de iniciativas innovadoras en la categoría de extruidos y al lanzamiento de Cheetos® Poffs en 1994, que, además de ser una botana con queso, cuenta con una textura más suave que se deshace en la boca.



maíz, reducida en grasa saturada, con sabor a queso y chile:

- Cheetos® Torciditos
- Cheetos® Torciditos Nacho
- Cheetos® Bolitas
- Cheetos® Flamin' Hot
- Cheetos® Colmillos

Además, cuenta con dos productos diferenciados:

- Cheetos® Poffs.- Botana de maíz horneado con chile y sabor a queso, con una textura muy esponjosa.
- Cheetos® Shots.- Mini Cheetos® con sabor intenso y una combinación de queso, limón y chile que le da un sabor

picosito, único y diferente. Vienen en un empaque alargado, que facilita comerlos directo del mismo, con la cantidad exacta para satisfacer el antojo.

Logros

Cheetos® están elaborados a partir de maíz, el cual después de ser cosechado se separa y muele para obtener la materia prima. Esto enorgullece a Cheetos® porque, debido a su naturaleza, contiene poca grasa y una buena cantidad de proteínas, tiamina y manganeso. Además, el maíz es una de las fuentes principales de hidratos de carbono en la dieta mexicana, principalmente en forma de tortilla.

Cheetos® contiene queso de verdad y de la más alta calidad: su sabor único se logra a través de la mezcla de diferentes tipos de queso, principalmente cheddar.

Gracias al trabajo de sus expertos en investigación y desarrollo, Cheetos® se dedica cada día a mejorar

la calidad nutricional de sus productos, sin afectar el sabor y la textura que tanto gustan a sus consumidores.

Desde hace cinco años, Cheetos® se ha transformado y ha mejorado su fórmula año tras año, al reducir en promedio un 25% en sodio y un 25% en grasa saturada. Además, Cheetos® Horneados contienen media porción de grano entero de maíz, lo cual hace que puedan formar parte de una alimentación correcta al ser consumidos como colación y acompañados de actividad física. Cabe destacar que el grano entero contiene la misma proporción de todos los componentes que tiene en su estado original: vitaminas, minerales y fibra.

Además, el consumo de grano entero ha demostrado tener diversos beneficios a la salud, como reducir el impacto en el nivel de azúcar en la sangre y mejorar la salud arterial, entre otros. Por ello se recomienda que al menos la mitad de los cereales que comemos al día sean de grano entero. Es increíble que al disfrutar unos deliciosos Cheetos® Horneados se contribuya a alcanzar esta meta.



Cabe resaltar que, a partir del 2010, Cheetos® reemplazó su aceite con una mezcla de aceites vegetales, que no contienen colesterol ni grasas trans.

Desarrollos Recientes

Una de las características principales de Cheetos® es precisamente el desarrollo constante de innovaciones para sus productos, tanto en sabores como en formas, texturas y empaques, los cuales siempre están sustentados en los resultados de exhaustivos estudios con sus consumidores.

A partir de 1999, como parte de la estrategia de la marca, se ha lanzado cuando menos un producto nuevo al año, con lo cual se han logrado mantener los factores de novedad y expectativa.

Uno de sus desarrollos más recientes es Cheetos® Shots, que son unos Cheetos® en miniatura con sabor intenso: combinación de queso, limón y chile.

Promoción

Ser el experto en sabor a queso de las botanas extruidas no es cosa fácil. Poco a poco, la marca ha ido comunicando sus innovaciones y ventajas al público consumidor, porque está convencida de que los logros y las conquistas tienen que darse a conocer para que se reconozcan.

Al principio, Cheetos® quería comunicar su expertise en sabor a queso, de manera que, en 1983 y durante dos años, usó como mascota a un ratón y su eslogan era "Cheetos®, sabor a queso... pregúntale a un experto".

Después, entre 1985 y 1987, se supo que Cheetos® era una botana que "todos quieren probar", gracias a la publicidad que invitaba a los consumidores a que conocieran el delicioso sabor de queso y chiles de Cheetos®.

Sin embargo, para ganar la batalla se necesitaba una estrategia más agresiva y un personaje valiente, dispuesto a cualquier cosa por el "irresistible y arriesgado sabor a queso de Cheetos®". Fue entonces que, en 1988, nació Chester Cheetos®, personaje que siempre habla en rima.

Durante ocho años, Chester® no logró comer Cheetos® porque nunca los alcanzaba; en 1996 finalmente fue capaz de atrapar una bolsa de Cheetos® y se volvió loco con su inigualable "crunch" y delicioso sabor.



de la gerente de innovación y desarrollo de la compañía, quien fungió como vocera para resaltar las razones que hacen de Cheetos® una buena opción de colación, hecha de ingredientes naturales, como el maíz.

Esta comunicación ayudó a incrementar los indicadores de marca al reconectar con los diferentes públicos y consolidar la confianza hacia la misma. El impacto de la estrategia reactivó dramáticamente la demanda



Con un personaje así de fuerte, en el 2010 surgió un nuevo reto: transformar la imagen de Chester Cheetos® por una apariencia más cool, para acercarse a los consumidores adolescentes, y fue así como su atuendo se modernizó con ropa de moda.

Un año más tarde, en el mismo afán de innovar y con el objetivo de fomentar la adopción de hábitos de vida saludables y generar información respecto al consumo de sus productos, se desarrolló una estrategia de construcción de marca dual que apostó por Cheetos® como una marca de gran potencial, lanzando dos campañas de manera simultánea:

1. Campaña de publicidad en TV enfocada en la diversión y dinamismo de Chester Cheetos®, dirigida a los consumidores y reposicionando la característica frase "Cheetos® sabor a queso... y más que eso".

2. Campaña de publicidad en TV y estrategia de relaciones públicas, en la cual -por primera vez- Cheetos® se dirigió a las mamás (como responsables de comprar los productos para sus hijos). Esta estrategia giró alrededor



de Cheetos® en todo el país, convirtiéndola en la marca #1 en ventas para la unidad de negocios de botanas de PepsiCo Alimentos México, y la marca de mayor crecimiento en la industria de botanas en México.

Para el 2012, Cheetos® utilizó toda su esencia creativa para lanzar la iniciativa "Brinquemos juntos con Chester Cheetos®", cuya intención ha sido promover la práctica regular de actividad física entre niños y jóvenes a través de un ejercicio sencillo y divertido como brincar la cuerda al tiempo que fomenta la convivencia familiar.

Como parte de esta iniciativa -y por primera vez en la historia de Cheetos®- se concretó una alianza con

Saúl "El Canelo" Álvarez, campeón mundial de peso súper wélter del CMB, para unirse a la campaña "Brinquemos juntos con Chester Cheetos®" e invitar a los niños de México a romper el Récord Cheetos®.

"El Canelo" y Chester Cheetos® enseñaron a los niños a brincar la cuerda a través de un serial de siete comerciales de televisión:

- El primer comercial buscaba despertar la curiosidad de los televidentes acerca de qué había pasado con la cola de Chester Cheetos®, y aclaraba al final que "lo descubrirían muy pronto".

- En el segundo comercial aparecía "El Canelo" brincando con la cola de Chester Cheetos® como si esta fuera una cuerda. Chester Cheetos® se da cuenta de esta acción y se le pide de regreso; entonces "El Canelo" consigue una nueva cuerda y ambos saltan en compañía de muchos niños.

- Durante los últimos cinco comerciales "El Canelo" y Chester Cheetos® enseñaron a los niños a realizar diversos trucos muy divertidos, para realizarse de manera individual y en grupo. Estos trucos fueron transmitidos uno por semana para que fuera más fácil aprenderlos:

- Individual: "canguro", "remo" y "cruzado".
- En grupo: "de entrada por salida", "frente a frente", "reloj" y "grupal".

Además, como parte de esta iniciativa, la marca organizó en México dos grandes eventos para romper el Récord Cheetos®, el cual consistía en reunir al mayor número de niños brincando la cuerda al mismo tiempo durante 45 segundos. La convocatoria fue exitosa, ya que se reunió a más de 10 mil personas para romper el récord.

Gracias a su calidad e innovación continua, Cheetos® ha conquistado el sabor a queso y se ha convertido en la botana de preferencia de los mexicanos. Es percibida como una marca divertida e innovadora, preocupada por los buenos hábitos alimenticios y la práctica regular de actividad física. Asimismo, su personaje Chester Cheetos® goza de una gran popularidad dentro de los productos de consumo, gracias a su estrategia de comunicación consistente y atractiva para los consumidores.

Valores

Cheetos® es la única botana con "arriesgado sabor a queso y más que eso", la favorita de los niños, ya que continuamente atrapa su atención con novedosos productos, sabores, formas y empaques divertidos, además de promociones únicas y buena publicidad.

La esencia de la marca Cheetos® y de su personaje Chester® es la diversión y el sabor a queso.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Cheetos®

- El maíz y el queso de Cheetos® no son poca cosa: para transportar la cantidad necesaria para su producción de un año se necesitarían cerca de 1,550 camiones de volteo de 20 toneladas y, si el queso que utiliza al año se cortara en rebanadas, podría cubrir una superficie de 13 canchas de fútbol rápido.
- A partir de 1990 la frase que ha caracterizado a la marca es "Cheetos® sabor a queso... y más que eso".
- Desde el año 2000 los comerciales de Cheetos® son orgullosamente producidos en México.

