



**Mercado**

La industria de botanas saladas en México tiene un valor de mercado aproximado de 38 mil millones de pesos.

El consumo promedio de botanas se da al menos una vez por semana. La compra de *snacks* salados, tanto para consumo dentro como fuera del hogar, se realiza principalmente por impulso: en más de la mitad de los casos no se trata de una compra planeada y el producto se consume el mismo día que se compra, y en el caso de Takis, su *target* lo hace de manera individual. Cabe mencionar que, aun cuando se trata de una categoría susceptible a la actividad promocional y publicitaria, el consumidor presenta un alto nivel de lealtad con respecto a su marca preferida o habitual.

Takis es la segunda marca en la categoría de maíz del mercado mexicano, y es altamente aceptada por los jóvenes.



**Historia**

Barcel nació a finales de los 70, con la adquisición de una fábrica de botanas en la ciudad de Querétaro, Qro., y a partir de entonces construyó su camino inspirada en la calidad y la constante innovación.

Takis es la marca número uno de la categoría de maíz para Barcel, y eso es gracias al constante esfuerzo y dedicación, enfocados en la innovación de productos y en campañas publicitarias que logran que el mercado meta la haga suya, al sentirse identificado con ella.

El trabajo realizado se ha visto recompensado con la preferencia y confianza de los consumidores, al lograr que Barcel y Takis estén cada vez más presentes en el corazón de la gente, y posicionar exitosamente productos mexicanos en el resto del mundo.

Takis es una marca 100% mexicana, creada y desarrollada dentro de Barcel. La historia nació de la idea de elaborar un taco hecho botana—algo nunca antes visto en México—que cumpliera con los estándares de calidad de la marca y que fuera un producto totalmente nuevo y original.

El desarrollo de este producto se basó en la búsqueda de ofrecer una botana única y diferenciada.

**Producto**

Takis es una botana en forma de taco hecha a base de maíz, la cual, por sus sabores picantes: “te motiva a que te atrevas a vivir intensamente”.

Dentro de sus variedades se pueden encontrar opciones para los que gustan de un picante medio, así como para los que buscan sabores muy intensos.

Entre sus presentaciones se encuentran:

- **Takis Fuego.**- Es el producto icónico de la marca, el cual, con su rica combinación de chilito y limón ardiente, ha logrado ser el de mayor consumo y aceptación.



- **Takis Original.**- Con un delicioso sabor, inspirado en lo picosito de las ricas fajitas, es ideal para “dipear” con guacamole.

- **Takis Salsa Brava.**- Los únicos con toda la bravura de los chiles toreados.

- **Takis Huacamoles.**- Botana picante bañada con un estilo de salsa guacamole.



Takis tiene una cobertura nacional con presentaciones diferenciadas de acuerdo a cada canal de distribución, ya que la necesidad para cada uno es diferente.

En temporadas especiales lanza al mercado opciones que buscan mantener a la marca con un estilo propio, ofreciendo variedad y originalidad.

Takis está dirigido principalmente a jóvenes activos, divertidos, quienes gustan de disfrutar sabores que reflejan su estilo de vida: intenso y original.

**Logros**

A lo largo de su exitosa historia, Takis ha logrado conquistar la preferencia de los consumidores al ofrecerles una opción nueva, diferente, innovadora y muy mexicana.

Takis Fuego entró al mercado y consiguió de inmediato una fuerte aceptación por parte de los consumidores, debido a que les brindó un sabor único, con el nivel de picante ideal.

Si bien el mercado principal es México, la calidad del producto y su originalidad han llevado a Takis más allá de las fronteras con una gran aceptación, como es el caso de Estados Unidos, donde su *fanpage* local superó el millón de fans en tan solo cinco meses.

Cada Takis es fabricado bajo los más altos estándares de calidad, en equipos con tecnología de punta, lo que ha hecho a la empresa merecedora de certificaciones mundiales, como BASC (Business Alliance

for Secure Commerce), HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points) e Industria Limpia (otorgado por la PROFEPA), además de haber recibido varios premios de calidad y de responsabilidad social y medio ambiente.

**Desarrollos Recientes**

En los Institutos de Innovación y Nutrición Barcel se desarrollan y evalúan diferentes sabores, empaques y presentaciones, con el objetivo de mantener una innovación constante para el consumidor.

Además de los productos habituales, continuamente se están lanzando extensiones de línea, como ediciones especiales, que permiten a la marca ofrecer novedades de manera continua.

Algunas de estas presentaciones son:

- **Takis Nitro.**- Botana de maíz en forma de taco con combinación de chiles y un toque de pepino.

- **Takis Black.**- Botana de maíz en forma de taco hecha con masa azul.

- **Takis Temptation.**- Botana de maíz en forma de taco con sabor queso y chile habanero.

**Promoción**

Bajo el eslogan de Takis, “Atrévete a vivir INTENSAMENTE”, se han desarrollado diversas campañas publicitarias que le permiten reforzar la liga emocional con el consumidor.

En el 2012 Takis lanzó una nueva campaña que le ayudó a continuar con el refuerzo de la liga emocional con el consumidor, de una manera intensa.



**Valores**

La forma de taco y el picante son las características principales de todo producto bajo el paraguas de Takis: son los atributos intrínsecos que lo hacen único e incomparable, además de las diferentes campañas que le han ayudado a interactuar con su *target* y volverse parte de su repertorio de marcas favoritas.

Otro valor importante es la cobertura y disponibilidad en los diferentes canales, con las presentaciones ideales para cada uno de ellos; un ejemplo es Mini Takis Fuego, que se distribuye principalmente en el canal de mayoreo y cuenta con un fuerte y constante crecimiento.

**Cosas Que Usted No Sabía Sobre Takis**

- El nombre de Takis proviene de una expresión del suegro de don Lorenzo Servitje.
- Una de las versiones del comercial de Takis Black fue censurado por sacar su lado oscuro.
- Las ardillas de Barcel reaparecieron después de varios años en un comercial, comiendo Takis Fuego.

