

SMILES
FOOD
DRINKS
SMILES



CONTENIDO

3	HISTORIA	30	R&D	49	RUTAS DE VENTAS
5	1.1 Historia PepsiCo México	31	4.1 Nuestros laboratorios: BCIC	50	6.1 Rutas de ventas
6	1.2 Nuestro logotipo	32	4.2 Tech Center	51	6.2 Tienditas de Barrio
7	1.3 Historia Sabritas	34	4.3 Nuestras marcas	52	6.3 Flota eléctrica
14	1.4 Historia Gamesa				
21	ORIGEN DE LA SEMILLA	35	NUESTRAS PLANTAS	54	FUNDACIÓN PEPSICO MÉXICO
22	2.1 Origen de la semilla	36	5.1 Plantas Gamesa	55	7.1 Fundación PepsiCo México
24	2.2 ¿De qué están hechas las papas Sabritas?	37	5.2 Plantas Sabritas	57	7.2 Voluntariado
		38	5.3 Sabritas Vallejo		
		39	5.4 Gamesa Monterrey		
		40	5.5 Gamesa Vallejo		
		41	5.6 Sabritas Saltillo		
		42	5.7 Sabritas Veracruz		
		43	5.8 Sabritas Mexicali		
		44	5.9 Gamesa Obregón		
		45	5.10 Planta Toluca		
		46	5.11 Planta Celaya		
		48	5.12 Nuestras marcas en planta		
25	CAMPO MEXICANO				
26	3.1 Pep+				
27	3.2 Campos mexicanos				
29	3.3 Agricultores				



HISTORIA







1.1 HISTORIA PEPSICO MÉXICO

Con 116 años en el país, PepsiCo México es una de las compañías líderes de alimentos y bebidas. Somos el segundo mercado más importante a nivel global, después de Estados Unidos.

Nuestra operación –16 plantas, 276 centros de distribución y más de 18 mil rutas– nos permite atender a 900 mil clientes y generar más de 50 mil empleos directos.

16

Plantas

276

Centros de
distribución

**18
MIL**

Rutas

**900
MIL**

Clientes

**50
MIL**

Empleos
directos



pepsico

Food. Drinks. Smiles.

1.2 NUESTRO LOGOTIPO

Nuestro logo es un símbolo de transformación que refleja la energía, el optimismo y los valores que guían nuestro futuro: la atención al cliente, la sostenibilidad y el buen gusto. Nuestra paleta de colores se inspira en el mundo real: los suelos fértiles que nutren nuestros alimentos, nuestras bebidas refrescantes y los vibrantes tonos que reflejan nuestro compromiso con las personas y el planeta.





1.3 HISTORIA SABRITAS

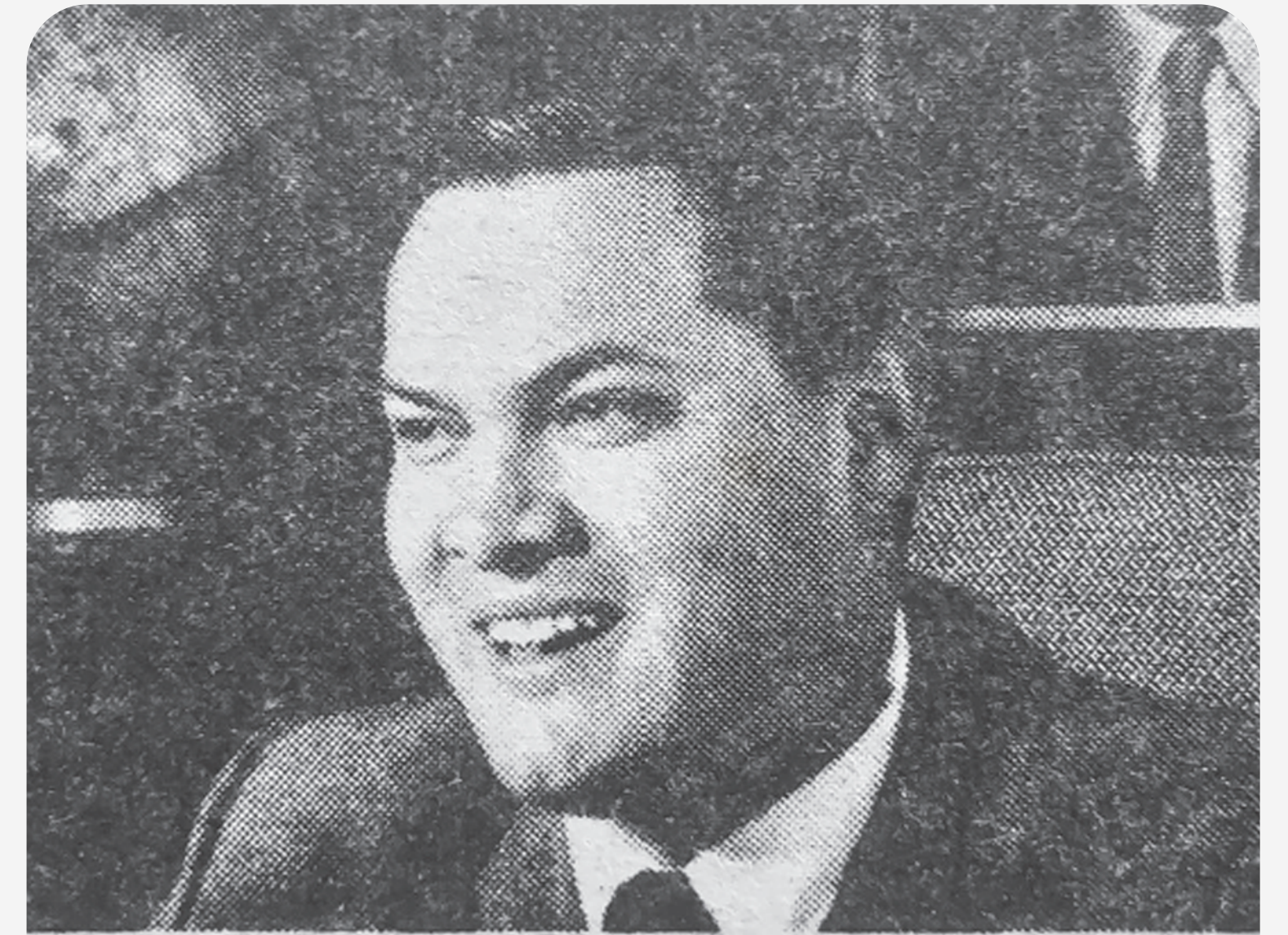
La historia de Sabritas inició en 1943, hace 83 años, cuando Don Pedro Marcos Noriega y su familia emprendieron un negocio de botanas en la Ciudad de México.

Desde la colonia Morelos, preparaban y repartían sus productos en bicicleta, hasta que la creciente demanda hizo evidente que era momento de dar el siguiente paso.

Diez años después, ese esfuerzo familiar se convirtió en una pequeña fábrica, marcando el inicio de una gran historia.

Conoce
más aquí





GUILLERMO MARCOS NORIEGA
Gerente General

A Guillermo Marcos Noriega,
hijo del fundador, se le ocurrió el
legendario nombre de Sabritas.





● 1943

Pedro Marcos Noriega Puerto y su esposa, Guadalupe González Hidalgo, fundan Golosinas y Alimentos Seleccionados en la Ciudad de México.

● 1948

La empresa se registra con el nombre de Sabritas, un juego de palabras entre "sabrosas" y "ricas".

● 1952

El publicista Jorge Meléndez realiza la primera campaña del producto con el eslogan "Ésas son papas, y para papas... Sabritas".

● 1953

La familia Marcos Noriega establece su primera fábrica con freidoras automáticas y lanza un nuevo producto: Charritos Cheli, los precursores de los icónicos Churumais.

● 1963

Cuando muere Pedro Marcos Noriega, su hijo Guillermo se hace cargo del negocio familiar. Sabritas se empieza a comercializar en supermercados.

● 1966

PepsiCo, que surge de la unión de Frito-Lay y Pepsi Cola Company, adquiere Sabritas. La empresa adopta a Óscar, el ícono de la carita sonriente.



● 1968

Abre sus puertas la primera planta de Sabritas en la colonia Industrial Vallejo de la Ciudad de México, la más grande y moderna de América Latina.

● 1972

Se inaugura la segunda planta de Sabritas en Guadalajara, Jalisco.

● 1979

Frito-Lay comienza a distribuir marcas propias y de Sabritas en algunos países de América Latina.

● 1980

En noviembre se inaugura la tercera planta de Sabritas en Saltillo, Coahuila.

Se suma Cheetos a la familia Sabritas.

● 1984

Llega a México la marca Ruffles, que desde 1965 ya conquistaba a personas de todo el mundo.

● 1988

Sabritas comienza a incorporar artistas juveniles en sus campañas, como Luis Miguel y Alejandra Guzmán.



● 1991

Las tienditas se llenan de Sabrimágicos, cinco vasos coleccionables que cambiaban de color con el frío.

● 1994

Otra promoción que llegó para quedarse: los Tazos, que durante más de 20 años han sido objetos de colección y de culto.

● 1999

Sabritas inaugura la planta más grande de América Latina en Ixtaczoquitlán, Veracruz. Es una de las plantas de más alta tecnología en el mundo.

● 2001

Se constituye Fundación Sabritas. Sabritas adquiere las marcas comerciales Mafer, Karate, Cremimafer y Maferín.

● 2003

La empresa cumple 60 años e inaugura una planta en Mexicali, lo que facilita su expansión a Estados Unidos.

● 2004

En la planta de Vallejo comienza a producirse Salsabritas, una línea propia de salsas botaneras.





● 2007

Se inaugura una nueva planta en la Ciudad de México, en la delegación Álvaro Obregón, con mecanismos para recuperar aguas pluviales y celdas solares.

● 2011

Se crea la campaña publicitaria en tele y de activaciones en calle denominada "Sabritas te quiere ver sonreír". Su objetivo es crear un movimiento para invitar a los consumidores a realizar buenas acciones con otras personas.

● 2012

Se presenta la campaña "Nadie se resiste a su sabor", protagonizada por el actor William Levy. Una apuesta mucho más fresca e internacional.

● 2015

Una vez más, Sabritas desarrolla una exitosa campaña publicitaria, "Y tú, ¿qué harías por ellas?", protagonizada por el cantante Enrique Iglesias.

● 2018

Sabritas celebra 75 años. Como parte de PepsiCo Alimentos México, hoy genera más de 40,000 empleos directos y compra 21,400 millones de pesos anuales en productos del campo.

● 2026

Sabritas evoluciona su imagen con un diseño moderno y vibrante que celebra el origen de su sabor: la papa real.



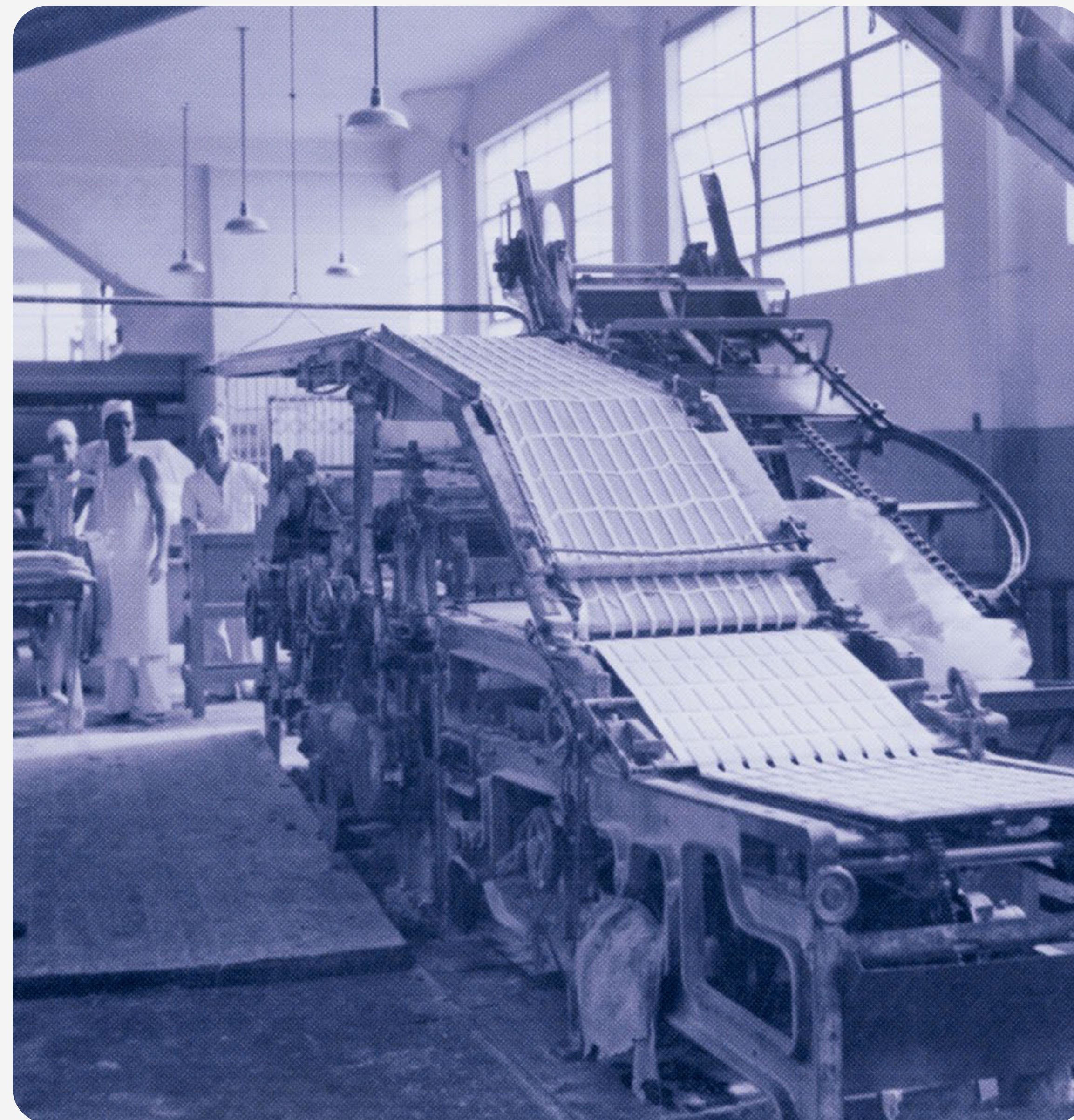
1.4 HISTORIA GAMESA

Hace 105 años, un joven emprendedor, Alberto Santos González, originario de Nuevo León soñaba con crear una galletera.

En 1921, junto con sus hermanos, impulsó un proyecto en Monterrey que dio inicio a la producción de galletas.

Con el paso del tiempo, el negocio creció y se consolidó como Gamesa, marcando el inicio de una historia que transformaría la industria.

Conoce
más aquí





● 1921

Alberto Santos González, con apoyo de sus hermanos Ignacio y Manuel, compra el 50% de las acciones de la fábrica de pastas regiomontana Lara con la idea de hacer una galletera. Se crea así Lara y Santos S.A.

● 1925

Los hermanos Santos adquieren el total de las acciones y cambian la razón social a La Industrial, Fábrica de Galletas y Pastas, S.A. (LISA). La empresa inicia su crecimiento abarcando los estados de Nuevo León, Tamaulipas y Coahuila.

● 1938

El primer horno de gas con sistema de banda llega a la fábrica, permitiendo así aumentar la producción.

● 1948

Se cambia la razón social por Galletera Mexicana, S.A. Los hermanos Santos utilizan la promoción y el diseño para distinguir sus productos de la competencia, una práctica muy novedosa en ese momento.

● 1953

Finaliza la construcción de la nueva fábrica en San Nicolás de los Garza, que hoy se conoce como Planta Monterrey. La Galletera realizó la pavimentación de todo ese camino.

● 1964

Alberto Santos de Hoyos, el mayor de los hijos varones de Alberto Santos, se incorpora a la empresa familiar que entonces contaba con una fábrica y 2,000 colaboradores.



La construcción de la nueva planta de Galletera (razón social que antecedió al de Gamesa), en San Nicolás de los Garza. Hoy conocida como Planta Monterrey.

Crédito: Revista interna de Gamesa Así Somos, Edición Especial de Grupo Gamesa por sus 75 años de Aniversario, diciembre 1996



● 1970

Galletera Mexicana, S.A., instala una nueva planta en Ciudad Obregón, Sonora. Fue la primera fábrica del Parque Industrial de Obregón

● 1978

La empresa cambia su nombre a Gamesa (contracción de "Galletera Mexicana, S.A.") y emprende grandes campañas publicitarias en televisión. Se introduce a Don Galletito, inspirado en los Maestros Galleteros.

● 1979

Realizado por Arie Geurts, diseñador de origen holandés, nace el nuevo logotipo de Gamesa, mismo que prevalece hasta la fecha con algunas variaciones.

El mercado del sureste se vuelve tan demandante que se adquiere la fábrica de galletas La Palma, que se convertirá en la Planta Mérida.

● 1980

Gamesa está presente en todo el país y sus productos se vuelven favoritos de los consumidores.

Sus anuncios se ven en todos los medios, desde populares programas de concursos hasta las barras vespertinas.

● 1981

Para ese año se adquieren tres nuevas plantas: Vallejo, en Ciudad de México, Celaya y Guadalajara.

● 1987

Gamesa se posiciona como uno de los grupos industriales más grandes de todo México.



● 1990

Gamesa pasa a formar parte de la compañía líder de alimentos y bebidas a nivel mundial, PepsiCo.

● 1991

En ese año Gamesa tiene 16,000 empleados, se invierten 150,000 millones de pesos en la modernización del equipo y se aprovecha la distribución de PepsiCo para llegar a todos los rincones del país.

● 1992

Una de las transformaciones más importantes que emprende Gamesa es pasar de producir cajas de galletas, que se venden en los supermercados, a aparecer en las tienditas de todo el país con los Paketines.

● 1994

Los Paketines Gamesa comienzan a incluir las famosas tarjetas Pakatelas con simpáticos personajes que se vuelven la sensación. Se lanza la icónica campaña "Si no es Gamesa, no es la auténtica María", con la famosa cantante y actriz Angélica María. A partir de ese momento, se establece un posicionamiento y una diferenciación definitiva de la marca.

● 1995

Se crea el Centro de Tecnología Gamesa (CETEGA) en Monterrey, donde se conciben nuevos productos y se realiza investigación continua para el desarrollo de innovaciones.

● 1999

Gamesa cuenta con el 50% del mercado nacional. En este período se cambia el celofán del empaque por uno metálico para conservar las galletas más frescas.



Emperador



● 2001

PepsiCo adquiere The Quaker Oats Company, Inc., una de las empresas líderes en alimentos "Good For You". De esta manera, Gamesa refuerza su línea de productos y forma una alianza denominada Gamesa-Quaker.

● 2006

Se relanza la marca Emperador® con el eslogan: "Para ese emperador que llevas dentro... Emperador, rellenas de poder", y se crea la figura y el eslogan de los Guardias. En los próximos años se convertirá en la marca de galletas con la mercadotecnia más innovadora.

● 2009

Gamesa invierte 190 millones de pesos en su estrategia de sustentabilidad ambiental, la cual contempla empaques más sostenibles, así como ahorro de agua y energía en sus procesos.

● 2010

Tomando la experiencia de Gamesa, PepsiCo lanza la línea de galletas de avena Quaker y la introduce en nuevos mercados internacionales.

Se trata de una invención 100% mexicana que llegará a 25 países en los siguientes años.

● 2014

Indra Nooyi, entonces CEO Global de PepsiCo, inaugura el Centro de Innovación para la Categoría de Productos Horneados en Apodaca, Nuevo León, que tuvo una inversión inicial de 22 millones de dólares.

● 2017

Gamesa recibe la certificación en la Norma Mexicana en Igualdad Laboral y No Discriminación, por los diversos programas de diversidad e inclusión que se llevan a cabo en sus plantas, como la Línea Rosa, Golden Years, etcétera.



2021

Se lanza el programa Agrovita para implementar prácticas agrícolas regenerativas en Tabasco y Chiapas. A partir de esta iniciativa se obtendrá, entre otras cosas, cacao sostenible que se utilizará en las galletas Gamesa.

2026

Gamesa evoluciona su portafolio para ampliar momentos de consumo y redefinir la indulgencia, con innovaciones como Marias Postrecitos y Emperador con más relleno, además de la evolución en la identidad visual de marcas como Chocotella.





ORIGEN DE LA SEMILLA





2.1 ORIGEN DE LA SEMILLA

Conoce
más aquí



En el CDAS (Centro de Desarrollo Agrícola Sabritas) inicia el camino de la papa.

Desde cultivo in vitro y producción de plantas, hasta invernaderos de alta tecnología donde se generan millones de semillas que llegan a los campos del norte del país.



**AQUÍ INICIA
EL CAMINO
DE LA PAPA**



AGRICULTURA EFICIENTE Y SOSTENIBLE

Este proceso involucra a más de 40 mil personas y da origen a 300 mil toneladas de papa fresca. Gracias a sensores, drones e imágenes satelitales, PepsiCo impulsa una agricultura más eficiente, sostenible y enfocada en la calidad.





24

ORIGEN DE LA SEMILLA | CAP. 2

Conoce
más aquí



2.2 ¿DE QUÉ ESTÁN HECHAS LAS PAPAS SABRITAS?



En Sabritas creemos que menos es más.

Por eso, nuestras papas están hechas únicamente con papa, un poco de aceite y sal, dejando que el sabor auténtico de la papa sea el protagonista.

**SOLO PAPA,
ACEITE Y SAL**



CONT. NET. 45 g



CAMPO MEXICANO





3.1 PEP+

PepsiCo Positive (pep+) es la estrategia global que guía el crecimiento de PepsiCo a largo plazo.

A través de pep+, colocamos a las personas y al planeta en el centro de nuestras decisiones, transformando la forma en que operamos en toda la cadena de valor.

pep+ representa una visión integral para construir un futuro más sostenible, responsable y centrado en las personas, generando valor para todos.

Conoce
más aquí



LAS PERSONAS Y EL PLANETA COMO EL CENTRO DE NUESTRAS DECISIONES



3.2 CAMPOS MEXICANOS

PepsiCo impulsa prácticas agrícolas sostenibles que buscan proteger el medio ambiente, promover la inclusión social y generar crecimiento económico en el campo mexicano.

Estas prácticas contribuyen a la generación de más de 50 mil empleos directos y 40 mil indirectos.

Además, el maíz blanco que utiliza PepsiCo es 100% mexicano, reforzando la colaboración con agricultores y socios estratégicos.

Conoce
más aquí



**GENERAMOS
50 MIL EMPLEOS
DIRECTOS**





UTILIZAMOS MAÍZ 100% MEXICANO





3.3 AGRICULTORES

SIN CAMPO NO HAY SABRITAS

Miles de personas trabajan todos los días para cuidar las papas que dan origen a nuestros productos. Además, 80% de los agricultores de papa, maíz y otros insumos trabajan bajo un esquema de agricultura por contrato, impulsando el desarrollo de comunidades en todo el país.

Conoce
más aquí





R&D





4.1 NUESTROS LABORATORIOS: BCIC

En el Centro de Innovación para la Categoría de Productos Horneados (BCIC), ubicado en Monterrey, expertos desarrollan e investigan nuevos productos que impulsan la transformación del mundo de las galletas en PepsiCo México.

Con un diseño sustentable y uso eficiente de energía, más de 700 especialistas desarrollan productos que transforman la experiencia de las galletas para consumidores en México y el mundo.

Conoce
más aquí



MÁS DE 700 ESPECIALISTAS





4.2 TECH CENTER

32

NUESTROS LABORATORIOS | CAP. 4

Conoce
más aquí



El Tech Center de PepsiCo, ubicado en la Alcaldía Azcapotzalco, en la Ciudad de México, es el espacio donde se analizan sabores, texturas y tendencias, conectando la investigación con la experiencia final del consumidor.

**AQUÍ NACEN LAS IDEAS
QUE IMPULSAN
EL FUTURO
DEL PORTAFOLIO**





4.3 NUESTRAS MARCAS



El portafolio de PepsiCo en México incluye marcas como: Marías Gamesa, Sabritas, Ruffles, Sonric's, Mafer, Karate, Kacang y Quaker. PepsiCo también ofrece opciones sin azúcar y formula sus productos bajo estándares que cumplen con la regulación vigente en cada país.

Conoce
más aquí



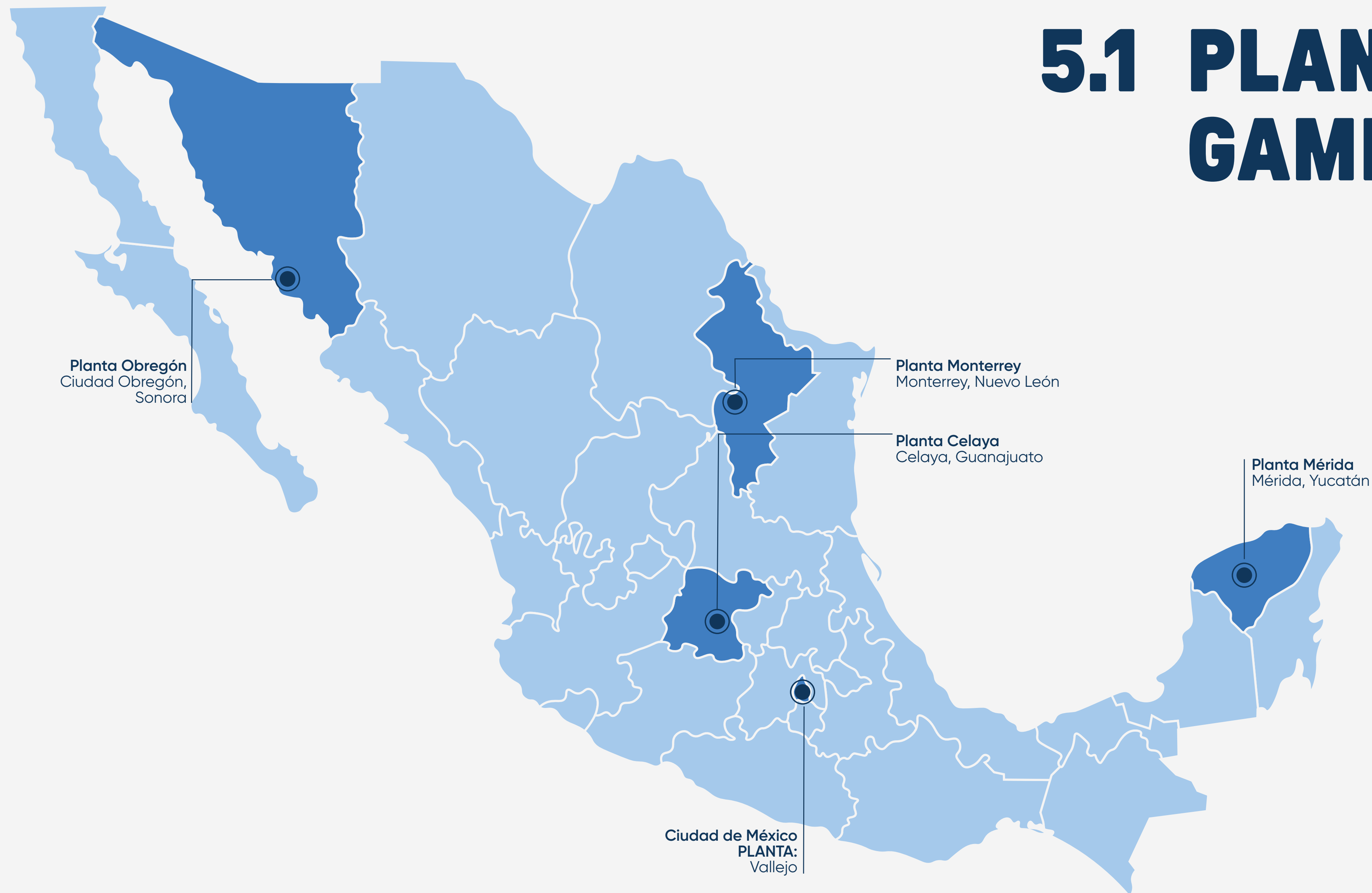


NUESTRAS PLANTAS





5.1 PLANTAS GAMESA





37

NUESTRAS PLANTAS | CAP. 5

5.2 PLANTAS SABRITAS





5.3 SABRITAS VALLEJO

Segunda planta con mayor volumen de producción de PepsiCo en el mundo. Produce +100 mil toneladas de Sabritas, Doritos y Cheetos al año.

Conoce
más aquí



**+100 MIL
TONELADAS
SABRITAS,
DORITOS
Y CHEETOS**





5.4 GAMESA MONTERREY

Segunda planta con mayor capacidad en México.
745 colaboradores y 9 líneas de producción.
Produce 183 mil toneladas de producto al año.



Conoce
más aquí



**183 MIL
TONELADAS
DE PRODUCTO
AL AÑO**





40

NUESTRAS PLANTAS | CAP. 5

5.5 GAMESA VALLEJO

Es una de las 5 Plantas de producción en el país.
Trabajan +1,500 personas.

Conoce
más aquí



**PRODUCE
EL 24%
DEL VOLUMEN
NACIONAL
DE GAMESA**





5.6 SABRITAS SALTILLO

Primer lugar en ventas en el Norte de México
Única en producir en simultáneo todas las variedades de papas. Impulsa el futuro con innovación y pasión.



Conoce
más aquí



**FUTURO
CON INNOVACIÓN
Y PASIÓN**



42

NUESTRAS PLANTAS | CAP. 5

5.7 SABRITAS VERACRUZ

Cuenta con 10 líneas de producción. Es la producción más larga de Doritos de PepsiCo LATAM.

Representa el 21% del volumen de producción a nivel nacional.

Conoce
más aquí





43

NUESTRAS PLANTAS | CAP. 5

5.8 SABRITAS MEXICALLI

Atiende la demanda del noroeste del país. Produce:

Conoce
más aquí



**CHEETOS
FLAMIN' HOT
TOSTITOS SALSA
VERDE
Y DORITOS NACHO**





44

NUESTRAS PLANTAS | CAP. 5

5.9 GAME SA OBREGÓN

49 de sus colaboradores tienen algún tipo de discapacidad

Cuenta con 1, 200 paneles solares para reducir el consumo de energía eléctrica.

Conoce
más aquí



1200 PANELES SOLARES





45

NUESTRAS PLANTAS | CAP. 5

5.10 PLANTA TOLUCA (QUAKER, SONRICS, MAFER)

Productora de las marcas más emblemáticas:
Sonric's, Mafer, Karate, Kacang y Quaker.



Conoce
más aquí





5.11 PLANTA CELAYA

Inversión +467 millones de dólares.

Produce 66.5 mil toneladas anuales adicionales.
Cuenta con 3 líneas de producción para: Sabritas, Tostitos, Doritos, Cheetos y Ruffles.

Genera +210 empleos técnicos de alta especialización.

+800 empleos indirectos en la cadena de valor.
Cuenta con planta de potabilización propia, paneles solares y sensores que monitorean los procesos productivos.





MÁS DE 800 EMPLEOS DIRECTOS EN LA CADENA DE VALOR





5.12 NUESTRA MARCAS EN PLANTA

Conoce más aquí





RUTA DE VENTAS





6.1 RUTAS DE VENTAS

Conoce
más aquí



01

LAS PLANTAS

Hay 16 plantas en el país, las cuales producen lo suficiente para darle a cada mexicano una bolsa de Sabritas semanalmente.

02

LAS BODEGAS

Este es un paso intermedio, ya que algunas cajas llenas de bolsitas salen directo de la planta hacia los centros de distribución, pero en ocasiones parte de la producción se almacena. Como cada producto de Sabritas tiene una vida corta de anaquel, los productos no duran almacenados mucho tiempo.

03

LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

Los CEDIS son el verdadero corazón de este viaje. Hay más de 200 centros ubicados estratégicamente en todo el país para facilitar las entregas. Aquí se surten las unidades que viajarán hacia los más de 900,000 clientes que venden los productos de Sabritas, como tienditas y supermercados.

04

LABOR DE VENTA

Quienes van a bordo de las camionetas de Sabritas son más que conductores; son la gran fuerza de ventas de la compañía. Son ellos quienes monitorean las nuevas tienditas abiertas en el país para ofrecerles el amplio portafolio de productos. Una vez que aceptan, los clientes reciben una capacitación para gestionar no sólo la venta de productos, sino también sus negocios. En promedio, un vendedor resurte un local 1.1 veces a la semana.

Para llevar nuestros productos a todo el país, fortalecemos diariamente nuestra red de ventas y distribución.

Más de 51 mil personas trabajan todos los días para llegar a más de 900 mil puntos de venta en barrios y colonias de todo México.

A través de los Centros de Distribución (CeDis), la compañía cubre más de 18 mil rutas, conectando regiones de todo el país.

Quienes recorren estas rutas son mucho más que conductores: son la fuerza de ventas que conecta el portafolio de PepsiCo con cada tiendita.



6.2 TIENDITAS DE BARRIO



Hoy, PepsiCo llega a más de 1 millón de tienditas de barrio en todo el país.

Estos pequeños comercios son un motor clave de la economía local, generando actividad y sustento todos los días en comunidades de México.



**1 MILLÓN
DE TIENDITAS
DE BARRIO**



6.3 FLOTA ELÉCTRICA

Impulsamos una movilidad más sostenible con la integración de unidades eléctricas de reparto. Esta transformación permitirá reducir 3,900 toneladas de CO2 al año, fortaleciendo el impacto positivo en las comunidades y el medio ambiente.

Conoce
más aquí







FUNDACIÓN PEPSICO MÉXICO





7.1 FUNDACIÓN PEPSICO MÉXICO

En PepsiCo creemos que nuestro impacto no termina cuando uno de nuestros productos llega a la mesa; también buscamos contribuir al bienestar de las comunidades donde operamos. Por ello, en 2012 nace Fundación PepsiCo México para impulsar la seguridad alimentaria en todo el país y generar oportunidades para que las comunidades más vulnerables puedan sembrar futuro, cultivar sus sueños y cosechar sonrisas.

A través de programas como Agrovita, con el que impulsamos a pequeños agricultores; Quaker Qrece, con el que acompañamos la nutrición de niñas y niños; y Hambre Cero, con el que acercamos alimentos a quienes más lo necesitan, hemos invertido más de 35 millones de dólares para impactar a más de 6.3 millones de personas, fortaleciendo la seguridad alimentaria, el acceso al agua y el desarrollo comunitario.

Conoce
más aquí





ALIMENTAMOS EL CAMBIO





7.2 VOLUNTARIADO

Este compromiso también vive en nuestros asociados: son ellos quienes alimentan el cambio y lo hacen posible. Hoy, el 45% realiza donativos y el 16% participa como voluntario, reflejando un compromiso genuino que nos llena de orgullo y marca un récord en PepsiCo a nivel global.

Conoce
más aquí





SMILES
FOOD
DRINKS
SMILES

