Subway® busca posicionar su icónico Footlong de la mano del lanzamiento de una nueva experiencia de sabor en México

La cadena sorprende a sus invitados en el país con la creación de un Footlong muy mexicano: jugosas costillas de cerdo bañadas en una irresistible salsa de spicy adobo, y acompañadas de cebollitas crujientes y guacamole

Bajo el concepto “Nada mejor que un Footlong Costillas Spicy Adobo”, la compañía busca posicionar su icónico Footlong como su producto insignia en México

El nuevo Footlong Costillas Spicy Adobo se encuentra disponible en todos los restaurantes Subway de México y por medio de aplicaciones de servicio de entrega a domicilio

Ciudad de México a 18 de agosto de 2022. – Subway®, la cadena de restaurantes más grande del mundo, presentó en México el nuevo Footlong Costillas Spicy Adobo, una creación única y muy mexicana para encantar y sorprender al exigente paladar de sus invitados en el país. El nuevo Footlong, combina jugosas costillas de cerdo bañadas en una irresistible salsa de spicy adobo, cebollitas crujientes y guacamole, además de ingredientes frescos que siempre han caracterizado a la cadena desde sus inicios.

El nuevo Footlong Costillas Spicy Adobo es el resultado de un exhaustivo proceso de investigación e innovación de producto por parte de la cadena en el país, con dos ingredientes principales para su elaboración elegidos a partir de los insights proporcionados por el consumidor mexicano: costillas de cerdo y salsa de adobo.

El cerdo es la segunda proteína más consumida en México, sólo por detrás del pollo. El adobo es un condimento artesanal mexicano, preparado con varios tipos de chiles y especias. Asimismo, el sabor picante se encuentra en el 3° lugar en el ranking de temáticas probadas por Subway en el país por ser un sabor protagónico dentro de la comida mexicana. Por último, 49% de los consumidores expresan que las salsas son una forma atractiva de impactar el sabor y el 69% de ellos coinciden que la comida “artesanal” como el adobo es de mayor calidad. Es así como el nuevo Footlong Costillas Spicy Adobo llega para sorprender a los mexicanos con una combinación irresistible, servido caliente combinando

las costillas spicy adobo con cebollitas crujientes y guacamole, queso derretido y vegetales frescos característicos de Subway.

“Sabemos que lo que más mueve a los mexicanos al momento de elegir una comida es el antojo, pero también buscan comidas ricas y apetecibles, que a la vez sean abundantes y los dejen satisfechos. Esto es lo que representa nuestro nuevo Footlong Costillas Spicy Adobo, el cual estamos seguros de que se convertirá en uno de los favoritos de nuestros invitados por su combinación irresistible de ingredientes. Queremos consentirlos y que tengan un momento de

apapacho al disfrutar de este lanzamiento”, comentó Vivian Rodal, directora de mercadotecnia de Subway México. “En muchas ocasiones, los sándwiches no entran en el imaginario de antojo y saciedad. Nuestro reto es mostrar a los mexicanos que en Subway contamos con las opciones ideales que satisfacen esta necesidad de hambre y antojo, con nuestros Footlongs como productos insignia”, agregó Rodal.

Como columna vertebral de este lanzamiento se encuentra el icónico Footlong, el producto insignia de Subway a nivel global. Footlong es el Sub más emblemático de Subway, presente desde hace más de tres décadas en México y América Latina. Asimismo, es un concepto que surge al mismo tiempo que nace Subway en 1960: un sándwich tipo submarino que representa antojo, frescura y saciedad, y que hoy protagoniza junto con el nuevo Sub Costillas Spicy Adobo la campaña: “Nada mejor que un Footlong Costillas Spicy Adobo”, la cual busca inspirar a la gente a tomar mejores decisiones al momento de elegir sus alimentos, con una comida deliciosa y divertida, en un producto único.

“La estrategia detrás de esta campaña es dar a conocer a nuestros consumidores los principales atributos del Footlong, nuestro Sub estrella, el incontrolable antojo que genera, su palpable frescura y la asombrosa capacidad para satisfacer el hambre más voraz de manera deliciosa” finalizó Rodal. Sin duda, las cualidades del Footlong lo convierten en un producto único, que representa todo lo bueno de Subway y un pilar fundamental de la estrategia de la compañía.

Una experiencia de altura

La presentación del nuevo Footlong Costillas Spicy Adobo se realizó en un magno evento en Dinner in the Sky en la Ciudad de México, con una experiencia gastronómica que tuvo lugar a 150 footlongs (45 metros) de altura en una de las zonas más exclusivas de la capital.

Los invitados degustaron un menú de tres tiempos preparado con productos y alimentos de la cadena. La experiencia comenzó con una deliciosa ensalada Deleite Vegetariano, seguido de la degustación del nuevo Footlong Costillas Spicy Adobo, acompañado con papas Crosschips. Finalmente, los invitados disfrutaron de la Yummy Tower, una torre con las icónicas galletas de chispas de chocolate de Subway gratinadas con queso manchego. De

igual manera, durante el evento se sirvieron brochetas de Boneless Bites, bañadas en salsa hot y BBQ.

Además de la experiencia gastronómica, los asistentes participaron en una divertida actividad para fomentar el trabajo en equipo, la colaboración y la creatividad. Bajo el concepto de Escape Room, los invitados formaron equipos con el objetivo de completar el armado del nuevo Footlong Costillas Spicy Adobo.

Subway en México

Durante 2020, Subway se mostró resiliente frente a la adversidad. Y en 2021, la marca mostró una notable recuperación como resultados de sus esfuerzos por mantenerse cerca de sus invitados y acompañarlos frente a los retos que trae consigo la nueva normalidad. Subway continúa apostando por el mercado mexicano y por las nuevas tendencias del consumidor.

Al cierre de junio, Subway aumentó sus ingresos en 40% vs 2021, mientras que su servicio a domicilio a través de agregadores creció 37% en ventas y un punto en participación vs 2021, representando hoy 26% de los ingresos totales. Por su parte, el programa de remodelaciones tomó un giro importante a partir de junio de 2022, con lo que la marca está proyectando lograr más de 70 remodelaciones antes de finalizar el año y continuar con 150 en 2023 con la imagen de Fresh Forward. De igual manera, otros planes de la compañía en México consisten en la

implementación de un nuevo programa de drive-thru para venta en auto y un programa de lealtad para premiar a sus invitados, así como nuevos modelos de negocio para atender las necesidades actuales del mercado, y el reforzamiento de su sitio web de órdenes remotas, el cual busca facilitar la realización de pedidos y pagos sin contacto.

“En Subway, nos sentimos fortalecidos gracias al apoyo y a la preferencia de nuestros invitados en el país, lo que nos ha permitido superar las adversidades y mirar hacia adelante. Tenemos muchas ganas de seguir creciendo en México de la mano de los dueños de franquicias, artistas del sándwich y todos los que formamos parte de la familia Subway”, comentó Pepe Villarreal, director general de Subway México. “Somos conscientes de las adversidades y de la dinámica actual del mercado, pero constantemente nos encontramos innovando, ideando y pensando en soluciones para mantenernos cerca de nuestros invitados y seguir avanzando juntos”, finalizó Villarreal.

La compañía se ha posicionado como una mejor opción de restaurantes de servicio rápido, ya que reúne lo mejor de la categoría y todo lo bueno de la comida fresca, particularidades que coinciden totalmente con las preferencias de los consumidores mexicanos cuando piensan en una mejor elección de comida.

Con la campaña “Nada mejor que un Footlong Costillas Spicy Adobo”, Subway mantiene su compromiso de ofrecer una alimentación de la mejor calidad, un excelente servicio y la

mejora continua, siempre inspirando a las personas a tomar mejores decisiones en la comida y en la vida.

De igual manera, como parte del lanzamiento del Footlong Costillas Spicy Adobo, Subway “tomó” Playa Mamitas en Playa del Carmen el pasado 6 y 7 de agosto con un Hospitality sin precedentes para recibir a todos los vacacionistas, quienes encontraron un espacio de relajación y diversión a la orilla de la playa, con actividades gratuitas para toda la familia.

Asimismo, la cadena proyectará una gran sorpresa para todos sus invitados en México el 31 de agosto en el World Trade Center a partir de las 8 de la noche.

Los esfuerzos y la estrategia de la compañía, acompañadas por el lanzamiento del nuevo Footlong Costillas Spicy Adobo y la transformación de la experiencia que ofrecen a sus consumidores, responde a las necesidades, preferencias y cambios en los hábitos de consumo del mercado mexicano.

Facebook: @SubwayMéxico Instagram: subwaymexico

+ SOBRE RESTAURANTES SUBWAY®:

Como una de las marcas más grandes de restaurantes de servicio rápido del mundo, Subway sirve sándwiches y ensaladas recién hechos a millones de clientes en más de 100 países y más de 37 mil restaurantes cada día. Los restaurantes Subway son propiedad y están gestionados por dueños de franquicia de Subway -una red que incluye a más de 20 mil emprendedores y propietarios de pequeños negocios- que se comprometen a ofrecer la mejor experiencia posible a los clientes en sus comunidades locales.

Additional assets available online: Photos (1)

https://lac.newsroom.subway.com/2022-08-18-Subway-R-busca-posicionar-su-iconico-Footlong-de-la-mano-del-lanzamiento-de-una-nueva-experiencia-de-sabor-en-Mexico