

Primavera®

Mercado

En México, el mercado de las margarinas asciende a 50,000 toneladas anuales y tiene una penetración del 72%.

Las amas de casa mexicanas reconocen que la margarina desempeña el papel cada vez más importante en la elaboración de sus platillos, gracias a que es un producto saludable que proporciona un sabor delicioso a los guisos.

La diferencia entre las mantequillas y las margarinas es que, en el primer caso, su contenido es de grasa animal y tiene colesterol, contrario a las margarinas, que debido a su contenido en grasa vegetal, no contienen colesterol, lo que las convierte en un producto más saludable. Actualmente más consumidoras distinguen las diferencias entre ambos productos e identifican los beneficios de las margarinas.

Los usos de la margarina se dividen en: 83% para cocinar y 17% para untar. Principalmente se utiliza para cocinar platillos como pasta, arroz y carnes. También se utiliza para freír, sazonar o untar en pan de caja.

El mayor nivel de ventas para la margarina se presenta en la temporada que comprende del mes de octubre hasta mediados de enero. Esto se debe a las bajas temperaturas del invierno, además de que se hornean panes especiales para festividades como Día de Muertos, Navidad y Reyes.

Logros

Margarina Primavera®, líder en la categoría de margarinas con un 45% del mercado, ha hecho de la constante innovación de productos, sabor e imagen, un camino

de éxito. Desde que llegó a las cocinas y paladares mexicanos, en 1950, ha revolucionado la manera de cocinar, por su versatilidad y sabor.

Primavera® diseñó un producto de origen vegetal que ha logrado satisfacer generación tras generación



de consumidores y sus constantes mejorías la han posicionado como el ingrediente ideal para redescubrir el placer de comer y de compartir.

Primavera® ha sido desde el inicio una marca innovadora, que ha marcado la pauta en el mercado de margarinas.

Por otro lado, en términos de comunicación, Primavera® es una marca que ha logrado mantener un apoyo permanente tanto en medios masivos como en punto de venta desde su inicio, posicionándose en la mente de los consumidores como una marca de calidad y confianza.

Historia

La historia de las margarinas se remonta al siglo XIX, cuando, por instancia del emperador Louis Napoleón III, el gobierno francés ofreció un premio a quien encontrara un sustituto de la mantequilla que fuera más saludable y económico, el cual ganó Mege Mourier en 1869 con su invento: la margarina. En aquella época, la capacidad de producción de

mantequilla era baja, ya que el abasto de leche en Europa Occidental no cubría las necesidades del mercado, por lo que el precio de la mantequilla se había incrementado significativamente y la población de Francia no podía pagar estos precios porque se encontraban en una crisis económica.

La margarina llegó para solucionar estos problemas, ya que es un sustituto económico de la mantequilla y satisface la necesidad de nutrición. Así, representó un logro extraordinario, que costaba la mitad en comparación de la mantequilla, por lo que rápidamente ganó popularidad en toda Europa. En Estados Unidos se empezó a producir en el año 1874.

Ya en el siglo XX, durante la década de los 50, se lanzó en México la barra Primavera® Cocina, el producto que les permitió a las amas de casa cocinar con un mejor sabor, apariencia y aroma.

En 1960 se lanzó la primera margarina unttable, Primavera® Chantilly, la cual rápidamente ganó una gran aceptación en las consumidoras y conquistó una nueva posición, pues ya no era únicamente un ingrediente más de los platillos, sino parte fundamental de la alimentación.

Para 1995 las tendencias en el consumo de margarina se modificaron con la llegada de una nueva generación de mujeres preocupadas por su figura; para cubrir esta necesidad, Primavera® lanzó al mercado Primavera® Light, la primera margarina baja en grasas de venta en México.

Y como la innovación constante ha sido siempre una prioridad para la marca, en 1998 se relanzó Primavera® con una nueva imagen, y al año siguiente cambió el formato de sus tinas a una forma rectangular, que brinda una mayor comodidad a las consumidoras, además de que optimiza espacio y asegura la higiene y calidad del producto al incluir un aluminio protector. Esto marcó una gran diferencia en calidad e imagen a comparación de la competencia.

En el año 2003, Primavera® cambió su logotipo para refrescar su imagen. Y en el 2004 lanzó al mercado una nueva variedad de margarinas: Primavera® con frutas. Este lanzamiento va dirigido principalmente al público infantil, que gusta de untar pan con margarina y mermelada.

En términos de publicidad, Primavera® es la marca que ha logrado mantener su apoyo en medios masivos y en punto de venta desde su inicio, lo que le permitió permanecer en la mente de los consumidores como la marca número 1: ¿Quién no recuerda a la niña Chantilly? ¿Quién no ha visto o adquirido algún promocional de la marca?

Ninguna otra marca de margarinas ofrece tanta variedad de promociones para consentir a las consumidoras.

Producto

Margarina Primavera® se elabora con una emulsión de componentes grasos y acuosos, que incluye suero de leche y vitaminas.

Con esta base se desarrolla una amplia gama de productos destinados a dar un delicioso sabor a los platillos caseros de manera práctica, ya que tiene el balance adecuado de sabor y nutrición por estar adicionada con vitaminas A y D, además de ser de origen vegetal.

Sus diferentes líneas son:

- **Primavera® Cocina:** Presenta una consistencia ideal para cocinar u hornear, ya que aporta un delicioso sabor a los platillos.
- **Primavera® Chantilly:** Tiene una consistencia suave, ideal para untar, aun saliendo del refrigerador.
- **Primavera® Light:** Es la margarina con el contenido más bajo en grasas, por lo que cubre la necesidad general de la gente preocupada por su salud.
- **Nueva Primavera® Sazón:** Es una línea formada por tres variedades que ayudan a cocinar de manera rápida y exquisita: Primavera® con Ajo y Cebolla, Primavera® con Hierbas y Primavera® con Chilito.

Así, Primavera® es garantía de calidad para el consumidor, ya que es producida bajo los más estrictos estándares, y es por ello que las familias mexicanas son leales a la marca.

Desarrollos Recientes

En el 2005, Primavera® cambió su imagen para mantenerse a la vanguardia; su nueva imagen logró fortalecer el lazo emocional con sus consumidores y reposicionarla como una marca moderna y atractiva.

Y en el mismo año revolucionó la categoría al brindarles a las consumidoras los beneficios de "sabor y practicidad" con el lanzamiento de la línea Primavera® Sazón, enfocada al uso culinario.

Primavera® Sazón es la mejor opción para transformar a los guisos en deliciosos platillos de forma práctica, porque:

platillo se trate, a todos les da la sazón especial que a todas las familias les encanta.

Esta línea también cuenta con un diseño muy atractivo y diferente, gracias al cual se pueden encontrar fácilmente en el refrigerador y se diferencian entre ellos, pero conservando la identidad de la marca.



Promoción

Primavera® está consciente de que la comunicación con el consumidor es un aspecto fundamental

por lo que siempre mantiene un vínculo estrecho, lo que le permite adelantarse a las tendencias del mercado con absoluta certeza.

Su estrategia publicitaria le ha permitido llegar de manera clara y contundente a las amas de casa, quienes, en su mayoría mujeres de entre 25 y 40 años, son las proveedoras del hogar mexicano, por lo que son precisamente el segmento de mercado al cual va dirigido la marca. Algunos ejemplos de la manera como Margarina Primavera® diseña divertidas y variadas técnicas para responder a las necesidades de su mercado y premiar a sus clientas por la fidelidad de tantos años, son:

- **La niña Primavera®** fue la imagen publicitaria que se utilizó durante los primeros años de la marca, y fue relanzada en 1998. Esta imagen representa el primer y más fuerte vínculo con el consumidor: el irresistible sabor de Primavera® en voz de un personaje marcadamente recordado con cariño.
- **El Club Primavera®** fue un programa de fidelidad a la marca lanzado en 1999 que llegó a tener 26,500 socias, mujeres mexicanas que compartieron entre ellas los secretos de Primavera® durante 4 años consecutivos.
- **Viaja Gratis con Primavera®** ha sido la promoción más codiciada y recordada por las amas de casa. En el 2002 cualquiera de ellas tenía la oportunidad de ganar uno de los tres viajes que sorteaba Primavera®,

con un costo de \$200,000. Los ganadores podían elegir cualquier destino para hacer válido su premio.

- **Los Audio-Recetarios Primavera®** hicieron de la comida un momento especial para compartir: en el 2003 se lanzó una colección de CD's llamada "Recetas Primavera®", los cuales se adquirirían con los puntos que se reunían en la compra de Margarina Primavera®.
- **Desafío del Sabor Primavera®** fue una promoción lanzada en el 2004 que consistía en una degustación de los platillos más comunes, con los que las amas de casa podían constatar el realce que el gran sabor de Primavera® le proporciona a sus guisos. Esta actividad estuvo reforzada

con apoyo en televisión, canje de promocionales y recetarios.

Valores de Marca

Con el firme objetivo de permanecer en la preferencia de sus consumidores, Primavera® trabaja incansablemente para ofrecer a las familias mexicanas productos de la más alta calidad, siempre apegada a sus valores.

Los valores de Primavera® son:

- Calidad
- Innovación
- Sabor
- Confianza

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Primavera®

- Primavera® tiene presencia en otros países de Latinoamérica bajo nombres diferentes, como:
 - Doriana® en Brasil y Río de la Plata.
 - Rama® en Colombia.
 - Dorina® en Chile.
 - Mirasol® en El Salvador y Guatemala.
 - Blue Band® en Trinidad y Tobago.
- La niña Primavera® mantiene una alta recordación entre los consumidores como ícono de la marca, a pesar de haber salido al aire desde hace más de 30 años.