

Marinela®

50 Aniversario
Gansito



Logros

A lo largo de 50 años, Marinela se ha mantenido en el gusto del consumidor, lo cual se debe en gran parte, a su principio básico de cumplir con los estándares de sabor, variedad, diversión y calidad, mismos que han sido los pilares de tan constante y exitosa trayectoria.

Su éxito se debe primordialmente a la aplicación de estrategias comerciales adecuadas y específicas para cada producto, apoyadas con campañas de comunicación claras y con posicionamientos sólidos, enfocados a transmitir los beneficios, cualidades y personalidad única de los mismos. Además, su compromiso con la calidad siempre se ha distinguido en sus productos, así como el cuidado y dedicación con los que se desarrollan empaques y fórmulas innovadoras. Todo esto basado en una constante investigación que los mantiene al tanto de las necesidades y percepciones de todos sus consumidores en sus diferentes niveles socioeconómicos.

Es gracias a este gran esfuerzo que Marinela ha logrado escalar la posición de la marca

Mercado

Marinela comenzó a escribir su fantástica historia a partir de 1957: Una historia que incluye a varias generaciones de mexicanos que han disfrutado, saboreado y compartido toda la magia que cada una de sus marcas ha logrado construir con el paso de los años... Quién no ha saboreado la ternura de un Gansito o la crujiente variedad de galletas como Canelitas o Polvorones, y quién no ha reído con ese simpático dúo de Pingüinos, o con las travesuras de Barritas.

Gracias a su indiscutible calidad y a su filosofía de trabajo, Marinela goza de un excelente reconocimiento de marca. En el segmento de pastelitos individuales, su liderazgo es evidente: su participación de mercado supera el 80%; en cuanto a galletas, cuenta con el mayor número de marcas reconocidas en los principales segmentos de esta categoría.

La fama y aceptación de sus productos no se limita a las fronteras mexicanas, ya que éstos se exportan a varios países de Latinoamérica y Estados Unidos, donde ha conquistado el gusto de los consumidores.

Marinela, como pieza clave de Grupo Bimbo, es responsable de cubrir parte de los más de 1 millón 300 mil puntos de venta a los que llega esta gran empresa 100% mexicana, abarcando más de 30,000 rutas con más de 29,000 vehículos propios. Así, Marinela logra que, a lo largo y ancho del territorio mexicano, siempre haya producto fresco en tiendas de abarrotes, misceláneas, supermercados y, por lo tanto, en casi todos los hogares del país.



más reconocida en la categoría de pastelitos y galletas a nivel nacional, hazña sorprendente que muy pocas marcas han podido igualar...

Marinela ha conseguido que todos los mexicanos hayan tenido contacto con alguno de sus productos alguna vez en la vida, lo cual significa que ha compartido con ellos momentos de felicidad, placer orgánico y diversión.

Gansito, Chocorrollos, Pingüinos, Triki trakes, Canelitas, Polvorones... Éstas son sólo algunas de las marcas que forman parte de la dieta de los mexicanos, y la muestra de que Marinela ha logrado construir una relación para toda la vida con quienes alguna vez han saboreado sus productos.

Historia

En virtud de la expansión que Grupo Bimbo tuvo en la década de los 50 con su línea de panadería, bollería y panquelería, y gracias a que la demanda iba en aumento, la oportunidad de diversificación se aprovechó al máximo y se empezaron a incorporar nuevas líneas de productos, entre los que estaban los pastelitos empacados individualmente.

Fue así que nació Pabisa (Pasteles y Bizcochos, S.A.), compañía que entró en funciones el 8 de mayo de 1955. Sus primeros pasteles eran estilo americano, redondos, sencillos y "espataleados", en tres sabores: naranja, fresa y chocolate.

Sin embargo sus ventas no eran constantes, ya que en México el pastel sólo se acostumbraba para ocasiones especiales y no como parte de la dieta diaria.

En un intento de encontrar la solución a esta problemática, que se había convertido en un reto, decidieron capitalizar su experiencia e invertir mayores recursos, y de esta manera nació, en 1957, una nueva compañía: Productos Marinela S.A.

El reto industrial de Marinela consistía en aprovechar las bases de la pastelería fina y transformar sus sistemas de manufactura y distribución, a fin de lograr una producción de calidad y una venta de gran escala.

La primera iniciativa fue lanzar al mercado pastelitos en porciones individuales, los cuales se protegían con capacillos rojos y se ofrecían en charolas de cartón con un amplio surtido: timbas, zebras, nevadas, pingüinos, pipuchos, delicias, borrachitos, mariposas, empanadas, tartufos y otros.

En esos días, uno de los directivos de Bimbo viajó a Estados Unidos y observó la popularidad y amplio mercado de los *snacks*, por lo que se le ocurrió el desarrollo de fórmulas que pudieran conservar el balance de ingredientes y la frescura en un empaque, el cual, además, tuviera un diseño atractivo. Y así, en 1957 se crearon los primeros tres pastelitos: Gansito, Negrito y Bombonetes.

El nombre y el dibujo de Gansito se inspiró en una marca de Nueva York llamada Drake's, que tenía como logotipo un ganso con gorro de panadero, pero se procuró que el diseño presentara a un gansito más joven y alegre, que al día de hoy se ha transformado en un patito animado, con características de niño.

Originalmente el Gansito se elaboraba con cobertura de chocolate con nuez, pero después se decidió cambiarla por graniillo de chocolate, que tuvo igualmente una excelente aceptación por parte del público.

Su primer pedido llegó en 1958 y fue de 500 Gansitos: su fabricación duró 8 horas. Más adelante se amplió la línea productiva, y actualmente tiene una producción diaria que supera por más de 10 veces la de aquel entonces.

Cuando se decidió exportar a Gansito, fue necesario buscar la fórmula adecuada y aceptada para cada país; en algunos casos se tuvo que cambiar, como en Chile, donde tienen un Gansito diferente a como se conoce en México.

Después de que sus pastelitos empezaron a gozar de gran éxito, Marinela decidió incursionar en la categoría de galletas, para lo cual desarrolló variadas fórmulas y presentaciones con sus respectivas estrategias de ventas, que resultaron tan exitosas que pronto pasaron a formar parte de la vida de todos los mexicanos.

Producto

Marinela es una compañía de pasteles y galletas, cuyo mercado abarca desde niños de 6 años hasta adultos de más de 40.

En cuanto a pastelitos, Marinela cuenta con 8 marcas muy sólidas, que han crecido con los niños y adultos de hoy: Gansito, Pingüinos, Chocorrollos, Submarinos, Pay de Piña, Rollo de Fresa, Napolitano y, el más reciente, Rocko, con tan sólo 5 años en el mercado.



En la categoría de galletas, Marinela tiene 9 marcas fuertemente consolidadas dentro de su portafolio de productos: Barritas, Príncipe, Canelitas, Triki-trakes, Suavicremas, Polvorones, Lors, Platívolos y Sponch, de las cuales, 5 son líderes dentro de su respectivo segmento. Por otro lado, galletas Marinela se ha adaptado a las nuevas necesidades del mercado y de los consumidores con nuevas presentaciones en cajas familiares, tubos y su más reciente lanzamiento, Bolsipack, siempre con el objetivo de mantener sus galletas frescas y crocantes.

Desarrollos Recientes

Con base en las tendencias mundiales de alimentos de antojo, Marinela ha buscado adelantarse al futuro con sus productos, abarcando un amplio margen de ingredientes, empaques, personajes, formas y combinaciones.

Actualmente la idea es orientar sus esfuerzos hacia el lanzamiento de nuevos productos con ingredientes más naturales y nutritivos, para alcanzar al nicho de consumidores preocupados por cuidar su salud. El área de investigación y desarrollo de productos trabaja diariamente para adicionar importantes beneficios nutricionales a sus productos, o bien, para crear nuevos con estas características: así han surgido las Barritas Fresa Salvado, el pastelito Integra y otros productos que actualmente se encuentran en mercado de prueba.

Promoción

Con el objetivo de mantener una comunicación constante con el consumidor y entender así sus actitudes, intereses, motivaciones, necesidades y pasiones, Marinela dedica tiempo, imaginación y recursos para desarrollar propuestas promocionales atractivas y novedosas. La meta es entablar un auténtico diálogo con sus consumidores a través de experiencias únicas.

Hace unos años sólo se implementaban promociones *in-pack*, las cuales siempre han sido bien recibidas por el consumidor. Ahora Marinela ha buscado innovar en esta área, y ha creado la fórmula regala-regala, que se aplica al menos una vez al año para premiar el antojo del consumidor, regalándole producto gratis del mismo de su preferencia. Aunque esta fórmula ya fue implementada por otras marcas, Marinela la desarrolló y lanzó al mercado, convirtiendo sus productos en un premio.

Otro concepto desarrollado por galletas Marinela es el Kit Marinela, que consiste en regalar un premio coleccionable en la compra de un paquete armado de galletas.

Este tipo de esfuerzos promocionales le ha valido a Marinela el liderazgo absoluto en promociones para niños.

Valores de Marca

El sabor de los productos Marinela, reflejado en las vivencias de diversión de niños y

adultos, junto con su variedad siempre innovadora y la máxima calidad en producción, distribución y publicidad, han sido los valores que han construido y consolidado esta marca.

El placer orgánico que proporcionan sus productos satisface inmediata y plenamente el antojo como un

dulce apapacho:

el chocolate, la mermelada de fresa, de piña, la crema, el malvasisco, la jalea y las diferentes combinaciones de ellos hacen que el sabor de Marinela sea único.

Y este gran sabor, combinado con variedad, buenos momentos, excelentes ingredientes, llamativos empaques y la personalidad de sus diferentes personajes, hace que cualquier producto Marinela provoque siempre un momento agradable y feliz, que apele al entusiasmo, el optimismo, la aventura y la alegría que todos llevamos dentro.

El cuidado con el que se elaboran, se distribuyen y anuncian cada uno de sus productos, refleja la preocupación de la compañía por ofrecer galletas y pasteles de alta calidad, que no sólo satisfacen a sus consumidores en la parte afectiva, sino que también les aportan beneficios nutricionales.

La única manera de conservar durante tanto tiempo la preferencia en un mercado tan grande como México, es una filosofía de trabajo, enfocada primordialmente al esfuerzo continuo, así como a la pasión y la preocupación constante por el consumidor.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Marinela

- Gansito ha mantenido su fórmula original desde hace 50 años.
- La primera galleta de Marinela fue Polvorones.
- La marca Marinela recibió ese nombre en honor a una de las hijas del fundador de Grupo Bimbo.
- Una de cada cuatro galletas que se consumen en México es de Marinela.