

MASECA

Mercado

Hoy en día los mercados se encuentran en constante evolución por la continua transformación de los hábitos y estilos de vida del consumidor, y el de los alimentos no ha escapado a esta tendencia: los consumidores, al contar con una menor cantidad de tiempo para preparar sus alimentos, y preocupados por su nutrición, buscan productos que satisfagan sus necesidades de la mejor manera posible.

La tortilla de maíz, el alimento base de la dieta del mexicano, no ha estado exenta de esta evolución en los hábitos del consumidor, y Maseca, como marca líder en la producción de harina de maíz, cuyo principal uso es la elaboración de tortillas, ha emprendido una estrategia de mercadotecnia enfocada a revitalizar la imagen de la tortilla como un alimento natural, sano y nutritivo, que se adecua sin ningún problema a los diferentes estilos de vida del mexicano actual.

GRUMA es líder en la producción de harina de maíz en México, y su marca, Maseca, tiene cobertura nacional y un alto posicionamiento en el mercado, con una participación aproximada del 70%.



Además de lo anterior, Maseca ha incursionado con éxito en mercados extranjeros, logrando que la cocina mexicana conquiste diferentes partes del mundo. Así, tiene presencia lo mismo en Centroamérica que en Estados Unidos y Europa, y próximamente tiene contemplado iniciar operaciones en Asia.

Logros

A lo largo de 5 décadas Maseca ha desarrollado una eficiente infraestructura para la industrialización y comercialización de la cadena maíz-harina-masa-tortilla a nivel nacional.

A la fecha cuenta con 18 plantas productoras de harina de maíz de la más alta calidad, con tecnología de



punta y en constante desarrollo, en las que mantiene las más estrictas normas de calidad y de control ambiental. Su capacidad total de producción es de 2.3 millones de toneladas anuales, para lo cual cuenta con personal altamente calificado y especializado en su área.

Con lo anterior, aunado a una amplia estrategia publicitaria, Maseca ha logrado que el consumo de tortillas tome un nuevo impulso tras una etapa de decaimiento, al reposicionarlas como un alimento sano y nutritivo, que se adapta al estilo de vida actual, con lo que se han roto mitos como el de que la harina de maíz Maseca contiene olote (el resto de la mazorca de maíz una vez que ésta se desgrana) y productos químicos, o el de que la tortilla engorda. Atrás quedaron también ciertos prejuicios, como el de que la tortilla es un alimento para las clases bajas, además de que

ha alcanzado al segmento juvenil, que ahora, gracias a Maseca, ha redescubierto los valores nutrimentales de la tortilla.

Historia

Hace 55 años la familia González, integrada por don Roberto González Gutiérrez, su esposa doña Barbarita Barrera de González y su hijo don Roberto González Barrera, actual presidente del consejo de administración de la empresa, enfrentaron el reto de transformar el maíz en harina y revolucionar la elaboración de la masa y la tortilla.

Maseca inició operaciones en 1949 en Cerralvo, Nuevo León, al inaugurar su planta productora de harina de maíz con una capacidad instalada de 15 toneladas de harina mensuales.

El proceso consistía en nixtamalizar el maíz y deshidrarlo para posteriormente obtener la harina. Este proceso fue el que dio origen al nombre de la primera marca de harina de maíz en México: "Maseca".

La harina de maíz transformó los hábitos de preparación de alimentos en México, al hacer más fácil e higiénica la elaboración de las tortillas y platillos a base de maíz. Sus ventajas sobre la forma tradicional hicieron que poco a poco iniciara

el crecimiento de lo que es hoy la empresa líder en la producción de harina de maíz.

Producto

Hace 55 años se transformó el maíz en harina para hacer las mejores tortillas, con las que se preparan una gran variedad de deliciosos platillos, tanto en México como en el resto del mundo.

Desde sus orígenes, Maseca creó una nueva categoría para la fabricación de tortillas y productos



elaborados con maíz, revolucionando por completo el proceso tradicional de la nixtamalización, ya que, al deshidratar la masa de maíz (nixtamal) y convertirla en harina, Maseca permitió que se pudieran elaborar productos de maíz en lugares en donde no existe el grano, o bien, éste se agota sin cubrir la demanda de la población.

Además, la harina de maíz Maseca puede ser almacenada durante periodos prolongados, a diferencia de la masa de nixtamal, la cual debe ser consumida rápidamente debido a su fácil descomposición.

La principal ventaja de Maseca es que en minutos se pueden preparar pequeñas o grandes cantidades de masa de maíz con tan sólo agregarle agua.

Desarrollos Recientes

Por increíble que pudiera parecer, también en el mercado de la tortilla se pueden llevar a cabo innovaciones de producto, siempre y cuando se tenga como objetivo el satisfacer las necesidades de los consumidores.

GRUMA ha trabajado intensamente en el desarrollo de productos alimenticios que contribuyan a mejorar la nutrición de las familias mexicanas, y así lanzó su nueva línea de harinas: Maseca Azul, Maseca Amarilla y Maseca Enfrijolada.

Estas 3 extensiones de la marca han inyectado, sin duda, novedad al mercado, atrayendo de nueva cuenta el interés de los consumidores por la utilización de harinas con estas características en la elaboración de ricos platillos de la cocina mexicana tradicional, tales como huaraches, sopes, gorditas y tlacoyos, entre otros, además de las sabrosas y nutritivas tortillas.

Ante el dinamismo de la categoría de alimentos, en el que cada día se introducen nuevos productos con beneficios funcionales, Maseca está llevando a cabo varios desarrollos que muy pronto estarán en el mercado para atender la demanda de los consumidores.

Promoción

A finales del 2003 la marca Maseca inició su reposicionamiento en el mercado, mediante la implementación de una nueva estrategia de mercadotecnia y publicidad, la cual, por su alcance, fue implementada en 3 fases:

En la fase 1 los esfuerzos se enfocaron hacia una estrategia de comunicación que brindara una imagen de naturalidad a la tortilla de maíz hecha con Maseca, para lo que se realizó el comercial de TV llamado "Elementos Naturales". La idea era darle al consumi-



dor el valor que busca en los alimentos naturales, y las tortillas hechas con Maseca son una opción que le ofrece justamente eso. Gracias a los esfuerzos publicitarios de Maseca, el valor de que las tortillas estén hechas con ingredientes naturales se ha vuelto el elemento más importante en la elección de compra para el consumidor.



La fase 2 consistió en destacar los valores que la tortilla de maíz hecha con Maseca posee intrínsecamente como alimento, al capitalizar los elementos nutritivos del maíz, que es una rica fuente de energía gracias a sus carbohidratos, además de que tiene un alto contenido de calcio y fibra, con sólo 50 calorías por unidad

y un bajo nivel de grasa. Para esta etapa se transmitió el comercial "Cuerpos", que ayudó a la marca a romper con otro mito: el de que la tortilla engorda, que hacía al consumidor limitar su consumo. Los beneficios fueron bien captados por los consumidores, con lo que se logró la percepción de que las tortillas elaboradas con Maseca son un alimento nutritivo.

Finalmente, la fase 3 estuvo enfocada a motivar el consumo de la tortilla hecha con Maseca mediante el uso de una personalidad actual y juvenil, que refrescara la imagen de la marca Maseca y la posicionara en el mundo actual. Los comerciales para esta etapa de la estrategia han sido diversos, como "Moda" y "Beneficios", además del reciente uso de testimonios apoyados en la personalidad del carismático actor Arath de la Torre. Con esto se ha logrado dar a Maseca una imagen actual, de una marca de prestigio.

Otras actividades promocionales de la marca se han enfocado en apoyar a los puntos de venta, que son los mostradores de las tortillerías, donde hoy en día se lleva a cabo el 60% de la venta a nivel nacional. Los artículos y mecánicas de canje han sido diversos: desde la recolección de sellos en planillas para su posterior canje hasta el ofrecimiento, por algunos pesos más en la compra de tortillas, de discos compactos, relojes de pulsera, mini radios y artículos escolares, entre otros.

Valores de Marca

La tortilla ha sido fundamental en la alimentación de los mexicanos, entre quienes cuenta con un fuerte arraigo cultural y emocional. Sin perder este vínculo con el consumidor, la marca Maseca ha evolucionado para traer la tortilla al mundo de hoy, revalorándola como un alimento natural, sano y nutritivo.

Así, Maseca se ha consolidado en la percepción del público y su meta a largo plazo es ganar su preferencia hacia las tortillas elaboradas con harina de maíz Maseca, como un producto diferenciado y de valor agregado.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Maseca

- Si todas las tortillas de maíz que los mexicanos consumen en un año se alinearan una con otra, se podría hacer un camino de tortillas que llegaría a la luna.
- Si todas las tortillas hechas con Maseca en México durante un año se alinearan una con otra, se haría un camino de tortillas que daría la vuelta a la tierra casi 9 veces.