



Mercado

Los M&M's® son más que chocolates confitados: sus vivos colores agregan diversión a la vida cotidiana, con ellos el entretenimiento no tiene fin. La primera reacción al comerlos es una sonrisa, la misma que inspira el desafío de aventarlos y cacharlos al vuelo, sin permitir que se escapen.

Los M&M's® no sólo se disfrutan por su textura y sabor, sino que se prestan para una gran variedad de juegos, desde competencias con los amigos hasta el armado de figuritas de colores. Pero no hay una edad, género u ocasión específica para encontrarse con ellos.

Son chocolates de alta calidad que acompañan en todo momento a las personas que tienen pasión por vivir... Ya sean los de chocolate con leche, cacahuete o arroz inflado, son como amigos fieles, siempre listos y dispuestos para acompañar cualquier tipo de aventura.

Los M&M's®, con sus variados colores de presentación, han desarrollado seductores personajes, cada uno con su personalidad propia, que refleja las diferentes edades de sus consumidores. Así, Rojo es el líder, el chico seguro, inteligente y sarcástico del clan, mientras que Amarillo es el niño que todos llevamos dentro: alegre e inocentón. Crispy, el anaranjado y único con nombre, es el eterno estresado; nunca se relaja y tiene sus razones: es tan rico, que todo el tiempo teme que alguien se lo coma. Azul es el chavo bohemio, *cool* y buena onda, y Verde es la chica sexy, moderna e independiente.

Cuando en el año de 1998 Mars sentía que faltaban miembros en la familia, nacieron los M&M's® Minis, los jóvenes locos que son el alma de toda fiesta. Su irrupción en el centro de la escena no fue menos alocada, pues su concepción fue casi accidental: En cierta ocasión, la máquina que fabricaba los M&M's® tradicionales comenzó la

producción del día, y de pronto se comenzaron a escapar chocolates confitados, que salieron pequeñitos, y desde entonces se quedaron así, como niños.

Y es con este atractivo portafolio de productos que M&M's® desempeña un papel protagónico



Gracias a su constante desarrollo de nuevos productos y célebres campañas publicitarias, M&M's® ha marcado la diferencia en una industria extremadamente competitiva: su uso innovador de personajes en comerciales y campañas publicitarias, así como el desarrollo de promociones que involucran al público, ha desarrollado una estrecha relación de lealtad y cariño con cada consumidor.

en el mercado de los chocolates, cuyo consumo se ha convertido en una experiencia placentera sin parangón, que conecta con lo mejor de la vida.

Así, quien come M&M's® elige la diversión sobre el tedio de la vida cotidiana: cualquier situación es susceptible de convertirse en una divertida experiencia que involucra todos los sentidos.

Logros

A lo largo de una trayectoria de 65 años, M&M's® se ha llegado a convertir en una marca global que vale 3,000 millones de dólares, y ha logrado mantener su posición de liderazgo en el mercado de los confitados gracias a exitosas estrategias de negocio, tanto globales como nacionales.

Historia

Durante la Guerra Civil española no todo fue destrucción, pues se produjo el nacimiento de un nuevo concepto, los confites multicolores con corazón de chocolate. Cuando el hijo del fundador de Mars Inc., Forrest Mars, viajaba por aquellas tierras en conflicto, se encontró con una novedad que lo sorprendió: los soldados comían unas bolitas de chocolate cubiertas de azúcar, y la explicación era muy sencilla, pues de esta manera evitaban que se derritieran y las podían guardar por más tiempo.

Este hallazgo inspiró al joven Mars, y cuando regresó a su país, Estados Unidos, estilizó la idea y desarrolló los chocolates confitados de colores que hoy se conocen como M&M's®.

Los primeros M&M's® se comercializaron en el año de 1941, y así como había sucedido en España, el concepto se convirtió en todo un éxito entre los soldados estadounidenses que combatían en Europa y Asia durante la Segunda Guerra Mundial: se los repartían empacados en tubos de cartón como un tentempié conveniente para cualquier tipo de clima.

Para finales de los años 40 ya se vendían al público en general, y ya en los 50, gracias al apoyo de la televisión, se convirtieron en parte del lenguaje común de las familias alrededor del mundo. A mediados de esa década, Mars lanzó la segunda variedad más famosa de M&M's®: los que llevan un delicioso cacahuete en el centro, y durante ese mismo periodo se crearon los personajes y el famoso *slogan*: "El chocolate se derrite en tu boca, no en tu mano", el cual se incorporó a los primeros comerciales televisivos y los materiales impresos de la marca.

A México los M&M's® llegaron en 1994, y los personajes Rojo y Amarillo fueron los voceros del lanzamiento. Desde entonces los consumidores mexicanos han disfrutado de la misma popularidad y devoción que los M&M's® ostentan en el resto del mundo.

Producto

Los chocolates M&M's® son una mezcla armónica del mejor chocolate y/o cacahuete con una delgada capa crujiente de azúcar, cuyos colores, rojo, amarillo, naranja, azul, verde y café, son brillantes y lustrosos. Su textura y sabor se funden en la boca con una explosión de sensaciones, aunque éstas no comienzan en el paladar, pues los M&M's® empiezan a disfrutarse desde que están en la mano, donde el producto no sufre alteración alguna por los cambios de temperatura del cuerpo y el ambiente; después, cada bocado genera un gran impacto de sabor a chocolate, que seduce a los sentidos, pero no abruma. Esto se comprueba en la tercera etapa del disfrute: la mente, ya que los M&M's® no saturan el deseo de la experiencia, sino que siempre se vuelve a ella.

Con el paso de los años, Mars ha ido introduciendo diferentes variedades de M&M's®, algunas de las cuales son más fáciles de hallar que otras: Las hay de almendra, menta, crema de cacahuete, chocolate blanco u oscuro y los Minis. Cada persona tiene su favorito, de acuerdo a sus gustos.

Asimismo existen ediciones limitadas, que salen al mercado en ocasiones especiales, como las presentaciones navideñas, con M&M's® verdes y rojos; las de colores pastel, para Pascua; las de diferentes tonos de rosa, para San Valentín, y las de anaranjados y negros para festejar Halloween.

Desarrollos Recientes

La innovación es una constante en las empresas de Mars, y particularmente en el caso de los M&M's®, entre cuyos últimos desarrollos destacan los M&M's® Minis y los Crispy, lanzados en México en 1998 y 2001, respectivamente.

Los M&M's® Minis están dirigidos a niños de entre 6 y 10 años. Son más pequeños, pero su sabor es similar a los de chocolate tradicional; vienen envasados en tubos de plástico, los cuales destacan por su presentación, que es un estallido de colores.

Durante el 2006, en el marco de los festejos por el Día del Niño, se relanzaron los M&M's® Minis en México, con una innovadora versión que acaparó la atención: M&M's® Minis Mutantes. Esta divertida edición especial consistía en que los chocolates confitados tenían colores mutantes, pues cambiaban de color al entrar en contacto con la boca... Una travesura más de los alocados Minis.

Promoción

En todo el mundo, el punto promocional más exitoso de M&M's® ha sido su *slogan*: "El chocolate se derrite en tu boca, no en tu mano", aunque la contundencia de su estrategia se logró con la introducción de sus cinco personajes, que se han convertido en voceros y guardianes de la receta, así como en íconos de identificación de sensaciones y emociones para el consumidor.

En el año de 1996 la campaña publicitaria en televisión de M&M's® la posicionó en el puesto número uno en Estados Unidos, según el ranking de impacto elaborado por Marketing Evaluation Inc. De acuerdo a ese estudio, los divertidos personajes de la marca resultaban más populares que Mickey Mouse y Bart Simpson.

Con la intención de posicionar a la marca en México, M&M's® lanzó, en el año 2000, la promoción "Encuentra al Impostor", que revolucionó el mercado de los chocolates. La convocatoria consistía en ayudar a Rojo y Amarillo a encontrar una pieza de chocolate gris sin la "M", que se había introducido subrepticamente en una bolsa de M&M's®. La "M" es el signo que avala la calidad e identifica a los M&M's® auténticos.

Esta campaña incrementó las ventas en un 42%, y el 60% del público comentó que este tipo de concurso "solamente pudo haberlo hecho M&M's®".

A mediados del 2001, la compañía lanzó otra promoción: "Encuentra a Rojo". En esa ocasión, Amarillo se empeñó en una aventura por encontrar a su amigo, que vagaba por el mundo. Al igual que "Encuentra al Impostor", "Encuentra a Rojo" es una de las promociones más recordadas por los mexicanos.

Al año siguiente, el 2002, M&M's® lanzó la elección más grande de su historia: "Votación por un Nuevo Color", en la que participaron 78 países. La promoción consistía en que se propusieron tres colores nuevos, turquesa, rosa y morado, y a través de una elección democrática, Rojo, Amarillo y Crispy le preguntaron al mundo qué color querían agregar a la mezcla. Ganó el morado, y México fue el país con el segundo lugar en número de votos.

Y las aventuras de los personajes no terminaron aquí, sino que en el 2006 se han vuelto piratas: Con motivo del lanzamiento de la película de Disney®, "Piratas del Caribe: El Cofre de la Muerte", ellos salieron a la calle con el chocolate blanco como novedad y una comunicación que reflejó los tonos, colores e imagen



de la cinta. En el marco de esa promoción, los M&M's® se vistieron con empaques especiales que incorporaron imágenes de los tesoros del cofre, tales como las perlas del Pirata, el oro del Capitán y las gemas de Jack.

Valores de Marca

M&M's® es el único chocolate confitado que asume la promesa de aportar una constante diversión a quienes lo eligen. Sus valores están asociados con el optimismo, el lado positivo de las cosas y la convicción de que la vida es algo que vale la pena experimentarse con alegría. M&M's® es sinónimo del compartir entre amigos y construir relaciones reales y duraderas.

Pero, además, los valores de la marca alcanzan otras dimensiones: En tiempos en que la sociedad está más y más preocupada por el cuidado del peso y la alimentación sana, M&M's® ha tomado una postura socialmente comprometida y responsable, como en el caso de la estrategia publicitaria de M&M's® Minis, la cual está dirigida a niños de seis años en adelante, pero no más jóvenes, debido a que, a esa edad, los pequeños ya comienzan a tomar decisiones por sí mismos, tras escuchar a sus padres. Así, la compañía busca impulsar el consumo responsable del chocolate, bajo el precepto de que promueve la felicidad y la diversión, y siempre debe darse en un entorno de hábitos alimenticios saludables y ejercicio físico.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre M&M's®

- El nombre M&M's® surgió de las iniciales de los apellidos de Forrest Mars y de su socio en aquella época, Bruce Murrie.
- En las plantas de M&M's® en todo el mundo se producen diariamente unos 400 millones de paquetes de chocolates confitados.
- Para ocasiones especiales, Mars® introdujo My M&M's®, un caleidoscopio de más de 20 brillantes colores, a partir de los cuales los amantes de M&M's® pueden crear su propia mezcla personalizada de colores, agregando un toque único a sus chocolates confitados.