



## Mercado

El mercado ecuatoriano de aceites comestibles se define en los últimos años como un mercado consolidado y maduro (de 80.000 ton/año) que crece vegetativamente, es decir, al ritmo del crecimiento poblacional. Sin embargo, la categoría de aceites 'puros' o *premium*, como soya, girasol y maíz, ha tenido un gran desarrollo en los últimos años: crecimientos del 18% y 26% en 2005 y 2006, respectivamente.

En el mercado compiten aceites puros (como Girasol), mezcla (como Girasol y Oliva), aceites de soya, aceites de maíz y aceites *light*. Los *light* han saturado el medio publicitario promoviendo tendencias alimenticias sanas, pero han olvidado establecer el nexo entre las bondades del aceite y lo saludable.

## Logros

Girasol ha tenido crecimientos exponenciales en los últimos años. En el 2004, compitió con otras marcas de aceites hechos a base de maíz y a base de girasol. Su participación en el mercado era de 1,3% y su distribución

11,8% en las tiendas. Un año después, en el 2005, la participación subió a 2,3% (un crecimiento de casi el 100%). Para diciembre de 2006, la participación fue de 4,5%, con una distribución del 22%.

Este crecimiento se logró a través de una fuerte estrategia de distribución y una acertada campaña masiva de comunicación que se inició en el año 2004.

Mientras los demás actores —hechos de maíz— desarrollaban campañas de comunicación distintas, Girasol lanzó: «Aceite Girasol, cero colesterol, para corazones fuertes», con la intención de educar respecto de lo saludable de un aceite hecho a base de semillas de girasol. El consumidor entendió lo beneficioso del girasol para el corazón, ya que contiene omega 6.

¿Los resultados? Las ventas en kilos de Girasol se duplicaron: crecieron un 100% en el 2005 *versus* el año anterior, y para el 2006, los volúmenes reflejaron otro 50% de incremento respecto del 2005. Los resultados también se proyectaron en el *awareness* de la marca, que pasó del 50% a inicios del 2004, a casi 90% para mediados del 2006.

En el año 2006, La Fabril fue galardonada con el premio Effie de Oro en la categoría Producto por el Trabajo, en virtud de los resultados de mercado, ventas y producción de la marca Aceite Girasol con su campaña: «Para corazones fuertes».

## Historia

Aceite Girasol nace en el año 1994, pero su historia empieza años más tarde, en el 2000,

cuando la marca es adquirida por la empresa La Fabril S.A., líder en la categoría de aceites. Una vez en poder de La Fabril, el crecimiento ha sido ascendente y el desempeño exitoso.

En el 2006, aprovechando el lanzamiento de un nuevo producto —un *blend* de aceite de girasol con oliva—, Girasol renueva sutilmente su imagen. Ahora, una familia introduce una nueva presentación e incorpora la tapa 'antiborbotón', para satisfacer la demanda de sus consumidores.

Aceite Girasol, a través de los años, ha sido explotado su principal beneficio: ser elaborado a base de semilla de girasol.

## Producto

La familia Aceite Girasol, elaborado, producido y comercializado por la empresa La Fabril S.A., está compuesta por los productos: Girasol —en tres tamaños: litro, medio litro y dos litros— y Girasol d'Oliva —en dos tamaños: litro y medio litro—.

Girasol presenta al mercado un empaque con una botella rectangular, a diferencia de los formatos redondos existentes en el mercado, que han sido la norma en Ecuador.

Todos los productos de La Fabril están elaborados bajo estrictos estándares de calidad, y Girasol no es la excepción.

Las marcas de La Fabril están certificadas con la norma ISO 9001, el certificado Kosher y el certificado ambiental ISO 14001. La planta que produce aceite Girasol, ubicada en Manta, cuenta con excelentes prácticas de manufactura, cumpliendo con las normas HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point).

Los productos de la marca Girasol y Girasol d'Oliva son elaborados con materias primas importadas, seleccionadas, de la más alta calidad. La materia prima se procesa y refina hasta obtener un aceite comestible de alta calidad. El proceso se encuentra estandarizado para obtener la misma



calidad, que cumple con los estándares internacionales, incluyendo las exigencias normativas del mercado europeo.

De esta forma, La Fabril garantiza que toda su cadena, desde su producción hasta que llega al consumidor final, esté asegurada y certificada.

## Desarrollos recientes

En el 2006, La Fabril lanzó al mercado Girasol d'Oliva, un *blend* de aceite Girasol con aceite de oliva, que tiene las bondades y beneficios del aceite Girasol más el delicioso sabor y aroma del aceite de oliva.

Para Girasol d'Oliva se utilizó el empaque de aceite Girasol original pero con una tonalidad ligeramente verde, que ayuda a mantener intactas sus propiedades.

La campaña publicitaria de esta nueva innovación manifestaba el beneficio de un corazón protegido contra las emociones fuertes, además de mejorar el sabor de las comidas. Esta campaña se manejó bajo el tema: «El equilibrio perfecto entre salud y sabor», con el eslogan «¡Más sabor para corazones fuertes!»

Girasol d'Oliva, solo en el primer año de lanzamiento, alcanzó un 0,6% de *market share* del total de la categoría de aceites comestibles, y el 4% de *share* dentro del segmento de aceites *premium*. En solo 12 meses llegó a representar el 5% de las ventas de la marca Girasol.

## Promoción

Girasol, liderando el segmento de aceites *premium*, ve la necesidad de comenzar a premiar a su fiel consumidor a través de promociones que aseguren interactuar con él, incrementar su *awareness* y preferencia, y por supuesto, sus ventas. Así, en el año 2005, Girasol lanzó su superpromoción «Tour Girasol para corazones fuertes».

Explotando el concepto de su exitosa campaña «Para corazones fuertes», que tanta recordación logró, se trabajó en una promoción en la misma línea. De esta forma se logró reforzar el posicionamiento de la marca, afianzar la relación con el consumidor y comenzar la interacción con él no solo a través de medios masivos sino también en los puntos de venta.

La promoción invitaba al consumidor a participar para ganar un viaje de aventura. Los premios consistían en vivir una experiencia de relax, misterio y emoción en uno de tres lugares exóticos a escoger. Durante la promoción, se vistieron puntas de góndola de girasol con el tema «Prepara tu corazón con aceite Girasol», se ubicaron promotoras en puntos de venta con vestimenta especial relacionada con los destinos turísticos de los premios, se hicieron degustaciones y se entregaron folletos con recetarios y publicidad. Una campaña implementada en los medios masivos de comunicación durante dos meses, que logró una redención del 20% de 25 ciudades del país, y dos felices ganadores. El éxito de la campaña, sin lugar a dudas, fue utilizar los códigos que las amas de casa estaban acostumbradas a



ver (situaciones de cocina y consumo) aplicadas a situaciones extremas y relacionadas con los viajes ofrecidos.

Los resultados en ventas fueron sorprendentes; el volumen promedio de toneladas posterior a la promoción pasó de 440 a 589 toneladas al mes, un incremento del 34%. En *market share*, posterior a la promoción, la marca creció en un 56%, de 2,4% a 3,75%; en *value share*, la marca creció en un 55%. Los niveles de distribución sobrepasaron el crecimiento del 100% establecido como meta.

Otras promociones de Girasol se han efectuado en el canal tradicional y de autoservicios, como *on-packs*, descuentos en precio y bonificaciones, estrategias comerciales enfocadas a aumentar su distribución y preferencia.

También se han desarrollado degustaciones de producto en las principales ciudades del país y auspicios en eventos deportivos. Todas estas actividades dentro de una estrategia de activación de la marca para impulsar el conocimiento del producto, incrementar el *awareness* de la marca y reforzar su posicionamiento bajo el concepto de producto saludable para corazones fuertes.

## Valores de la marca

La Fabril, a través de su marca Girasol, se preocupa por la salud y bienestar de los consumidores. Ellos pueden estar seguros de que el valor más importante es la calidad que ofrecen sus productos, más la responsabilidad social con que realiza cada una de sus acciones, considerando a sus proveedores como sus socios estratégicos y a sus colaboradores como su principal capital. La Fabril, empresa que elabora el aceite Girasol, sabe trabajar en equipo y mantiene un profundo respeto por la gente y su medio ambiente.

## Cosas que usted no sabía sobre Aceite Girasol

- El girasol es una planta oriunda de América que llegó a España con los colonizadores durante el siglo XVI. El girasol es nativo del Perú y recibe su nombre de la propiedad que exhibe de girar durante el día para tener su flor siempre encarada al Sol.
- El girasol es una planta con un tallo grueso y una flor grande, de color amarillo cuando madura; da un fruto con cáscara, negrozco, del cual se obtiene el aceite de girasol, que se puede pelar y comer (bien crudo o tostado), y es muy rico, además de saludable.
- Girasol fue el primer producto avalado por la Sociedad de Cardiología Ecuatoriana.

