



Mercado

El aceite de cocina en Ecuador es considerado un genérico. El mercado es un mercado maduro de más de 80 mil toneladas año, que representan más de \$118 millones anuales, donde coexisten más de 26 marcas.

En ese mercado, La Fabril es la empresa líder con el 66% de participación; y La Favorita es la marca líder con el 54% de participación en la categoría. La distribución de la marca llega al 95% a nivel nacional, con una penetración en hogares del 84% (Guayaquil y Quito). El consumo per cápita de aceites en el país es de 10,5 litros al año.

La Favorita cuenta con su planta embotelladora en la ciudad de Guayaquil y, próximamente, La Fabril inaugurará su megaplanta en la ciudad de Manta, donde se concentrará la producción de todas sus marcas de aceites, incluyendo La Favorita.

Logros

A lo largo de casi seis décadas, La Favorita ha jugado un papel importante en la economía del país: ha sido un producto primordial de la canasta familiar.

Para La Favorita, su objetivo claro y específico es realizar día a día el sabor de las comidas del ama de casa ecuatoriana, y ayudarla en su ardua tarea de satisfacer al más exigente paladar. Todas las acciones de la familia de productos La Favorita se realizan con total responsabilidad social y con altos es-

tándares de calidad, manteniendo su compromiso con el país de proteger, preservar y enriquecer el medio ambiente.

A través de los años, La Favorita ha mantenido siempre la misma calidad y sabor. En la actualidad, el aceite La Favorita es el mismo que fue utilizado por nuestras abuelas.

La Favorita ha estado siempre en constante innovación. Fue la primera marca que introdujo en los años noventa un producto con valor agregado: el aceite con achiote, una innovación que evita la difícil tarea de freír el achiote para colorear las comidas típicas ecuatorianas. Así, La Favorita Achiote se convirtió en el pionero de este concepto como un producto higiénico y estable. Más tarde, otras marcas lanzarían también sus aceites con achiote, pero ninguno superaría, hasta el día de hoy, a La Favorita Achiote, siendo el preferido y el de mayor venta.

Posteriormente, en 1991, se introdujo al mercado ecuatoriano La Favorita Light, el primer aceite light de venta en el país, que marcó la tendencia de la época: el cuidado familiar de la salud.

Uno de los mayores logros de La Favorita es, sin lugar a dudas, su larga permanencia en el mercado, su calidad a través del tiempo y su innovación y compromiso con el consumidor ecuatoriano. La Favorita ha sido casi un genérico en la categoría de aceites. La marca con el



más alto nivel de recordación y *awareness* entre las amas de casa del Ecuador.

Como es de vital importancia que la marca esté siempre a disponibilidad de los consumidores en el momento que se requiera, la empresa cuenta con diez centros de distribución a nivel nacional, 75 vehículos de reparto que recorren al año un millón doscientos mil km, atienden a 50 mil clientes directos y un total arriba del millón de visitas efectuadas al año.

Historia

Fábrica de Aceites La Favorita S.A. nació en 1941 como una industria de grasas y aceites que se distribuía como genéricos al granel. Fue en 1950 cuando

se lanzó al mercado el primer aceite refinado especial para ensaladas y frituras bajo el nombre de La Favorita.

Gracias a una ingeniosa combinación de estrategias: un excelente producto, un buen envase y tapa, una amplia distribución nacional y una campaña publicitaria masiva, La Favorita se convirtió en líder del mercado, posición que mantiene actualmente.

No obstante, poco tiempo después, se descubrió entre los consumidores que la preferencia por La Favorita se basaba tanto en su calidad como en su sabor, y se realizó una segunda campaña basada en el concepto central de nuestro aceite: «que realza el sabor natural de todas sus comidas».

Desde entonces, la marca La Favorita ha crecido con equipos y tecnología modernos para satisfacer las necesidades y exigencias de los consumidores.

Las marcas introducidas bajo el paraguas de La Favorita han sido ampliamente aceptadas y preferidas por el ama de casa ecuatoriana, como es el caso de La Favorita Light, La Favorita Achiote y La Favorita Ajo.

La empresa La Fabril S.A., propietaria de la marca La Favorita, se ha convertido, a través de los años, en el principal productor de grasas y aceites del Ecuador. Sus marcas disfrutan de la preferencia y confianza de los hogares ecuatorianos.

Producto

La familia de productos La Favorita cuenta hoy con cuatro marcas integrantes: La Favorita, La Favorita Light, La Favorita Achiote y La Favorita Ajo. Forma parte importante del grupo de aceites de la empresa La Fabril S.A., que tiene seis marcas más compitiendo en el segmento de aceites comestibles. Todos sus productos están elaborados bajo estrictos estándares de calidad.

La Fabril, empresa que produce la marca La Favorita, está certificada con la norma ISO 9001 y el certificado ambiental ISO 14001. La planta cuenta con buenas prácticas de manufactura y cumple con las normas HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point). Todos los análisis que se realizan a sus aceites, antes de salir al mercado, son desarrollados en el laboratorio de acuerdo con la norma ISO 17025, que compete a los laboratorios y asegura que toda la cadena, desde la producción hasta que llega al consumidor, esté asegurada y certificada.

Desarrollos recientes

La empresa La Fabril se encuentra en evolución constante. En el 2005, introdujo en el mercado ecuatoriano La Favorita Ajo, última innovación de La Favorita, desarrollada con el propósito de ofrecer al ama de casa moderna la posibilidad de simplificar su cocina diaria y darle un delicioso sabor y aroma a sus comidas. Este reciente

producto es una mezcla de aceite vegetal con extracto natural de ajo. Con él, el ama de casa da ese toque de sabor y aroma de ajo a sus comidas sin tener que picar y que el olor a ajo quede en sus manos, ayudando a hacer más rica y más fácil la labor diaria de cocina.



Promoción

Para estar siempre cerca del consumidor, La Favorita ha direccionado sus esfuerzos de comunicación y de promoción: está presente en todos los programas de cocina de la televisión nacional y trabaja con los chefs ecuatorianos, los apoya e impulsa la publicación de libros y revistas de cocina ecuatoriana y *gourmet*.

Adicionalmente, con el propósito de entablar un diálogo permanente con el consumidor, a través del intercambio de experiencias, La Favorita ha realizado cursos de cocina, a través de eventos públicos en lugares de alta concentración con los mejores chefs ecuatorianos, dirigidos a los diferentes estratos sociales a nivel nacional, dedicando tiempo y recursos, presentando los nuevos productos, sus usos y aplicaciones en la cocina de hoy.

La marca también ha desarrollado grandes campañas promocionales

con el objeto de premiar la fidelidad de sus consumidores; de esta forma, ofrece novedosos obsequios y dinero en efectivo. La última campaña lanzada fue «Más rico con La Favorita», que impactó de manera positiva entre las amas de casa del Ecuador.

Su campaña de comunicación más reciente fue en el 2006, cuando se lanzó por primera vez una publicidad de toda la familia de productos La Favorita bajo el tema: «Porque lo más importante en tus comidas es el amor, La Favorita para recetas hechas con amor», que consistía en comerciales de televisión, avisos de prensa y letreros en vía pública. La campaña vendía el concepto de Familia de Productos; adicionalmente, valorizaba a la mujer, a la ama de casa, a las madres, basándose en el amor que ponen las mujeres en el momento de preparar algo para sus familias sin importar esos pequeños accidentes que ocurren en el momento de la cocina. Esta campaña gozó de gran aceptación; el ama de casa se sintió identificada con el concepto.

Valores de marca

La Favorita es altamente reconocida por su tradición, prestigio y confianza. Es un icono de la familia ecuatoriana; un líder innovador, práctico y original. Es considerado el compañero ideal de la cocina del ama de casa ecuatoriana que «realza el sabor de las comidas».



Cosas que usted no sabía sobre La Favorita

- La Favorita, en sus inicios, era envasada en botellas de vidrio y se distinguía por el rostro de una mujer semicubierta con un velo en su etiqueta.
- El nombre La Favorita nace de la expresión «La Favorita del Sultán».
- La primera campaña publicitaria masiva de La Favorita fue basada en el concepto «Aceite que pasa la prueba de fuego», a partir del cual La Favorita ganó su liderazgo.

