



Camar lanza al mercado la marca Mamá Gallina

Marisa Montes

redaccion@avicultura.com

En el sector avícola hay muy buenas iniciativas de empresas que han sabido hacer un buen marketing para llegar mejor al público-consumidor. Siempre da buen resultado la innovación constante, y un ejemplo de ello es la nueva línea que ha sacado al mercado la empresa productora de huevos Camar Agroalimentaria, que después de cuatro años de investigación, ha creado una nueva marca de huevos: Mamá Gallina. Así ha aumentado su catálogo, para lo que ha tenido que desembolsar en total 1,2 millones de euros.

La empresa reconoce que hay mucho trabajo detrás de esta línea Mamá Gallina, que nace tras un proyecto de investigación sobre el bienestar y la alimentación del ave y varios encuentros con pediatras, nutricionistas y cocineros. Lo que se pretendía conseguir era adecuar los productos ofrecidos por la empresa a los diferentes tipos de consumidores. Por eso, los huevos Mamá Gallina están enfocados a un cliente muy particular. Se trata de una marca cercana y familiar, orientada a un consumidor cada vez más exigente, que busca productos funcionales y de calidad.

Dentro de la línea Mamá Gallina se pueden encontrar a su vez diferentes productos disponibles en los lineales:

Mamá Gallina Repostera. Desde la empresa explican que se trata de un huevo ideal para hacer repostería, porque tiene el color más intenso gracias a la alimentación selecta de maíz con la que se alimentan las gallinas. El color de la yema es más amarillo,



Sigue todas las noticias sobre marketing avícola en Twitter.
Hashtag:
#marketingavicola



lo que proporciona a los postres un aspecto mucho más apetecible y mejor textura. Su calibre está especialmente seleccionado con la cantidad exacta que definen los reposteros profesionales para hacer los postres. Además, en este tipo de huevo también se ha buscado la facilidad para separar la yema de la clara, por eso los huevos tienen una cáscara más dura y resistente. Estos huevos pesan entre 53 g y 57 g, una ración óptima para la repostería.

Mamá Gallina Primeros Huevitos. En este caso, los huevos de esta línea se han seleccionado cuidadosamente, tras ser sometidos a exhaustivos controles, para aportar a los niños la cantidad y la calidad perfectas para su nutrición y desarrollo. Su detalle diferenciador se encuentra en el hecho de que están enriquecidos con un mayor contenido en DHA, fuentes de vitamina A y alto contenido en vitamina E. Primeros Huevitos son seleccionados de calibre S o M de gallinas jóvenes.

Estos dos tipos de productos que por ahora están disponibles en el mercado, englobados en la marca Mamá Gallina, cuentan además con el apoyo del prescriptor: la imagen de la marca es la blogger Samantha Vallejo-Nágera, reconocida en el mundo de la restauración, conocida por su participación en programas de TV y también como madre vinculada a causas sociales infantiles.

Los huevos Mamá Gallina se pueden comprar en los centros de Madrid de la cadena Carrefour, pero estos puntos de venta seguro que se ampliarán en breve, porque la compañía ya está negociando acuerdos con otros clientes de la gran distribución. Puede que esta nueva línea sea un impulso para que la empresa regrese al crecimiento, después de haber superado unos años especialmente difíciles para el sector de puesta.

En el catálogo de Huevos Camar hay también otras gamas de huevos para necesidades específicas, las denominadas *Tradición, Salud, Selección y Gastronomía*. La propia compañía explica en la página oficial de la nueva marca, www.mamagallina.es, cómo la innovación es importante para mantener una empresa en el mercado. También recuerda cómo empezó en el negocio con sólo 300 gallinas y una pequeña granja, hace más de 50 años.

Además de haber creado un sitio web para la marca, se ha puesto en marcha un blog con noticias relacionadas con la nueva línea recién estrenada, así como un apartado en la página sobre recetas hechas a base de huevos. Además, no se han quedado fuera del ámbito de las nuevas tecnologías: Mamá Gallina ya tiene su facebook, su twitter y su Instagram.

Sobre el papel del marketing, la empresa asegura que intenta distribuir sus productos "de la forma más atractiva posible, a través de una marca y códigos visuales muy llamativos y modernos". Porque todo cuenta. •

