



Mercado

En México, la comida tiene un significado mucho mayor que el de alimentar o nutrir el cuerpo: su significado se remonta a través del tiempo, a las tradiciones, y genera un cúmulo de emociones.

Culturalmente, la comida es una manera de expresar el amor por los seres queridos y demostrar el empeño en lo que se hace. Por eso, Knorr® cree firmemente en la importancia de comer en familia, ya que es cuando ésta se une y descubre sabores y olores, cuando comparte logros y fracasos, alegrías y tristezas... La hora de la comida es el espacio en que los niños se sienten seguros y reafirman su autoestima, al tiempo que las madres se sienten orgullosas de darles siempre lo mejor.

La hora de la comida no sólo se trata de comer, sino de alimentar el alma, y Knorr® lo sabe, por eso juega un papel muy importante en estos momentos, ya que es un producto que ha logrado pasar de generación en generación como un secreto para potenciar el sabor de todos los platillos, ayudando así a las mujeres mexicanas a preparar comidas deliciosas, que unen a su familia.

Logros

A lo largo de su trayectoria, Knorr® ha cosechado un sinfín de logros, empezando por su permanencia y reconocimiento en el mercado.

Su primer gran acierto fue el lanzamiento de Knorr® Suiza, éxito que supo capitalizar: hoy en día es casi el genérico de la categoría de caldos, y en los últimos años ha alcanzado máximos históricos de hasta 81.5 puntos de participación de mercado.

Esta plataforma le ha permitido lanzar otros productos exitosos, con lo que ha ampliado su liderazgo hacia otros segmentos: hoy en día, más de 100 marcas individuales portan la bandera de Knorr®.

Como su misión es brindar a sus consumidores una mejor experiencia en sus alimentos, desde que los prepara hasta que los disfruta y comparte, ha lanzado productos como la línea de sopas deshidratadas en sobre en 1990, las cuales, tal como



buscara Carl Heinrich Knorr al fundar la compañía, dan una solución práctica a los consumidores, sin sacrificar el sabor: esta línea ha logrado superar el 50% de participación de mercado.

Sin embargo, el éxito más importante para Knorr® es el estar en los corazones de las consumidoras, que lo identifican como un sinónimo de calidad, seguridad, tradición y sabor. Ser parte de las familias mexicanas y convertirse en el caldo de pollo de México es, sin duda, el mayor orgullo de Knorr®.



Historia

La gran mayoría de los mexicanos reconocen a Knorr®, una marca que ha sido parte integral de la comida mexicana por generaciones. Su nacimiento tuvo lugar en la ciudad de Heilbronn, Alemania, en donde Carl Heinrich Knorr se dio cuenta de que, con el avance de la industria, nació la necesidad de contar con comidas nutritivas y de rápida preparación, por lo que en el año de 1838, en coo-

peración con expertos en nutrición, inició la investigación y experimentación para deshidratar vegetales y diferentes sazoadores.

De esta manera logró desarrollar un proceso de preservación que mantenía los valores naturales y el sabor de los ingredientes, pero reducía su tiempo de preparación: la base para las sopas deshidratadas. Finalmente, en 1873, la compañía Knorr® empezó a comercializar sus productos en tiendas de comida.

Para 1958, Knorr® GMBH se convirtió en una compañía manejada por CPC internacional Inc., predecesor de Bestfoods, que ahora pertenece a Unilever.

No es casualidad que hoy en día Knorr® sea una de las marcas más tradicionales y reconocidas en la categoría de comida del mercado mexicano, ya que su historia en el país data de hace más de 40 años: En el año de 1961 se lanzó Knorr® Suiza en México bajo el concepto de “Cubos gigantes de verdadero caldo de pollo”, y de “10,000 pesos lo garantizan”. Así se presentó “la marca de calidad suiza”, y de inmediato se conectó con las consumidoras mexicanas, gracias a su fórmula con los ingredientes típicos para la preparación de un buen caldo de pollo.

A partir de ahí, Knorr® Suiza se convirtió en un secreto a voces para cocinar, y experimentó un gran crecimiento gracias a la buena experiencia de las consumidoras con el producto, además de su continua presencia en TV y otros medios, y así, en tan sólo 10 años conquistó el liderazgo de la categoría, con un 53% de participación de mercado en volumen.

Una vez consolidado en el mercado mexicano con caldo de pollo, introdujo un segundo producto, que



mantiene el espíritu de brindar soluciones deliciosas y prácticas para las amas de casa: Knorr® Tomate, que salió al mercado en 1974. Su lanzamiento fue apoyado y avalado por los “expertos de Knorr® Suiza”, por lo que dejó clara la relación entre ambos productos. Knorr® Tomate fue bien recibido en el mercado por tratarse de un producto que tomaba en cuenta las costumbres básicas de los consumidores al cocinar.

Producto

Knorr® es una marca que entiende a sus consumidoras, que conoce la importante labor del ama de casa y el significado que la comida tiene para ella, por lo que cuida de sus productos como lo haría la consumidora misma, y busca brindarle soluciones para facilitar su labor y darle tiempo para su familia. Todos sus productos tienen la misión de proporcionar a sus consumidoras soluciones que no sólo sean prácticas y deliciosas,



sino también nutritivas, para darle a su familia lo mejor todos los días.

Sopas industrializadas es uno de los segmentos en los que Knorr® participa activamente, y hablar de sopas es hablar de un fuerte lazo con las consumidoras: es el segundo alimento que las mamás dan a sus hijos después de la leche materna. Una sopa une, congrega y es sinónimo de recuerdos de familia; evoca tradición y nutrición; es más que sólo platillo, es un vínculo de amor entre la madre y los suyos.

Y quién mejor que Knorr®, que por generaciones se ha incorporado en todas las comidas de las mamás mexicanas, para ser el líder absoluto en la categoría de sopas industrializadas. Knorr® cada día ofrece nuevas alternativas a las consumidoras a través de una gama de productos, los cuales se caracterizan por la cuidadosa selección de sus ingredientes, lo cual garantiza un amplio portafolio de sopas elaboradas con vegetales 100% naturales y libres de conservadores, que aportan parte de los nutrimentos que el cuerpo necesita diariamente.

Pero Knorr® es mucho más que caldos procesados, sopas industrializadas, cremas asépticas, cremas deshidratadas, caldillos, moles y salsas: Knorr® es parte de la familia y ha crecido con varias generaciones, y hoy en día, Knorr® es sinónimo de calidad y tradición.

Desarrollos Recientes

El crecimiento de Knorr® se debe a su exhaustiva búsqueda de novedades relevantes para los consumidores: Detrás de cada producto hay largas horas dedicadas a la investigación de nuevas tecnologías, aromas, sabores y materias primas que, una vez aplicadas, resultan en productos que son bien apreciados en el mercado, ya que realmente satisfacen las necesidades de los consumidores.

Entre sus lanzamientos más recientes está MiArroz®, el nuevo y único sazoador en México que ayuda a que el arroz no se pegue ni se bata, y quede esponjoso, además de contar con la garantía del gran sabor de Knorr®. Esta innovación fue creada por el equipo Knorr® para ayudar al ama de casa ante el reto diario de lograr un arroz perfecto, ya que éste es el

segundo platillo más preparado en los hogares mexicanos y de gran complejidad en su elaboración.

En cada uno de sus productos, Knorr® busca la forma de ayudar al ama de casa a consentir a los suyos y convertirse en su mejor aliado en la cocina, considerando todos los gustos, tradiciones y situación económica.

Durante el 2006 la división de sopas Knorr® se dedicó a investigar a fondo lo que las consumidoras querían realmente, y así pudo lanzar nuevas variedades de cremas, como las de espárragos y queso en una presentación, y tomate y frijol en otra. En cuanto a sopas listas para comer, lanzó el caldo de gallina, la sopa mestiza y el caldo de res.

Estos últimos lanzamientos entienden las necesidades de los consumidores de contar con diferentes opciones de comida a un precio accesible, por lo que aprovechan toda la tecnología aplicada para desarrollar platillos con trozos de verduras y carne deshidratados, 100% naturales y sin conservadores, para brindar un sabor delicioso con un bajo desembolso.

Promoción

Para Knorr® es muy importante que sus consumidoras vivan la marca, por lo que, desde su lanzamiento en México, ha buscado tener una vía de comunicación directa con ellas.

Esta relación ha ido creciendo al mismo tiempo que la marca, y hoy en día se ha convertido en una auténtica



complicidad: difícilmente un ama de casa puede imaginarse cocinar sin Knorr®.

Knorr® siempre se ha preocupado por conocer de cerca a sus consumidoras, y sabe que la nutrición y la preparación de los alimentos es una actividad que ellas disfrutan porque es la forma de construir cimientos fuertes para el sano desarrollo de sus hijos.

Así han nacido las diferentes campañas que acompañan a los productos Knorr® para dar a conocer sus novedades y ser parte del mercado mexicano.

En el 2006 lanzó exitosamente su campaña “Knorr® Pollito Feliz”, y en el 2007, siguiendo el

mismo concepto, lanzó “Hora de Comer, Hora del Aleteo Knorr®”, en la que se reforzaba el vínculo mamá-hijo a través del aleteo de los pollitos. Estas campañas tuvieron gran aceptación gracias a la conexión emocional que hicieron sentir a las madres con sus hijos.

Además, para Knorr® no es suficiente poner historias en los medios masivos de comunicación, sino que busca el que la gente viva la experiencia de la marca.



Un ejemplo de esto es “La Feria Internacional Knorr®”, un proyecto que el equipo Knorr® llevó a cabo por primera vez en

México en octubre del 2007, el cual consistió en importar más de 30 productos que la marca vende en otros países con el fin de difundir sabores internacionales en la cocina mexicana y ofrecerle al ama de casa novedades para su familia. Como resultado de la exitosa aceptación de amas de casa, medios y detallistas, la empresa adoptó “La Feria Internacional Knorr®”, como un evento anual, que se seguirá realizando en los principales autoservicios del país, proponiendo la integración de mayor variedad de productos de nuevos países.

Estos esfuerzos han dado excelentes frutos a la compañía, que mantiene un indiscutible liderazgo con productos que se han vuelto entrañables para los consumidores, quienes saben que si algo “huele a pollo, sabe a pollo y es de pollo”, es Knorr® Suiza.

Valores

La marca Knorr® se ha convertido en parte habitual de la vida de los consumidores, y el estar en sus casas y compartir sus experiencias representa una gran responsabilidad, por lo que mantiene valores tan importantes como la calidad absoluta de todos los productos que pone en sus mesas, además de que se concentran en la búsqueda de las más deliciosas y sorprendentes recetas, que alimenten algo más que el cuerpo: que alimenten sus mejores momentos para lograr que vivan la vida y vivan la comida.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Knorr®

- En Múnich, para decir que una mujer es guapa, se dice que seguro “la hicieron con Knorr®”.
- En un museo en Oslo, en el barco de Ronald Amundsen, el famoso explorador noruego que descubrió el polo sur, se encontró un viejo paquete de sopa Knorr®.