



Mercado

Existen mercados especialmente complicados por el arraigo que tienen en los consumidores... Uno de éstos, que definitivamente está lleno de tradiciones, significados, secretos y emociones, es el de la comida, especialmente en México, donde la diversidad culinaria es tan amplia que cada región tiene platillos que le identifican y forman parte de la cultura local, como el cabrito en Monterrey o los panuchos en Yucatán.

En este vasto mercado participa Knorr®, una marca que se ha convertido en auténtica aliada de las amas de casa a través de los años.

Su segmento específico es el de alimentos procesados, que es uno de los más competitivos del mercado, con ventas de hasta 350 millones de pesos. Aquí, Knorr® participa con un gran portafolio de productos, los cuales proveen soluciones prácticas y deliciosas a las amas de casa de México.

Logros

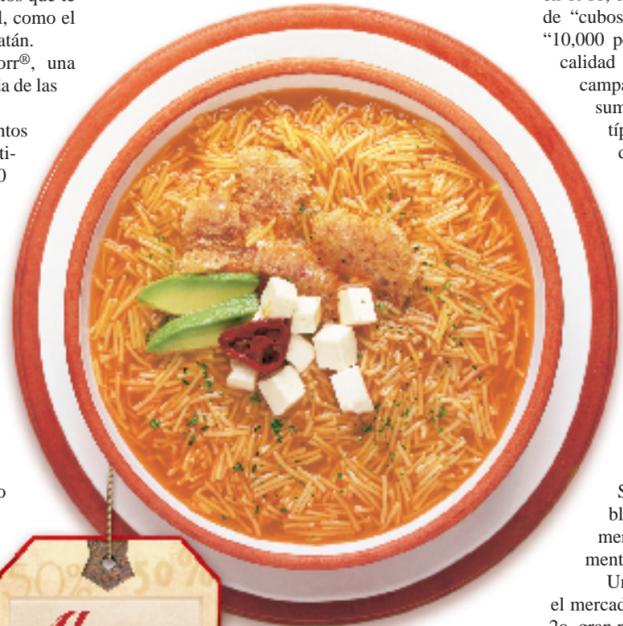
Uno de los logros más importantes de la marca es, sin duda, su larga permanencia en el mercado.

Desde su primer lanzamiento, que fue Knorr Suiza, la marca buscó capitalizar su éxito, acercándose cada día más a sus consumidores, con lo que logró ser casi el genérico de la categoría de caldos, alcanzando máximos históricos de hasta 80 puntos de participación de mercado en años recientes.

Pero Knorr® ha buscado convertirse en más que un producto, por lo que se ha diversificado con múltiples lanzamientos de nuevos productos, que le han reportado excelentes resultados, posicionándola como líder indiscutible en diferentes subcategorías, gracias a la visión de la compañía: mejorar la experiencia de sus consumidores con la comida, desde su preparación hasta el momento en que la disfrutaban y la comparten, tal como lo concibió Carl Heinrich Knorr al fundarla.

Así, desarrolla productos como su línea de sopas deshidratadas, que dan una solución práctica a los consumidores sin sacrificar sabor, por lo

que no pueden faltar en las alacenas de cualquier hogar de la República Mexicana. En este segmento Knorr® cuenta con más del 50% de participación de mercado, lo que refleja claramente su liderazgo en todo ámbito en el que incursiona.



Historia

La marca Knorr® nació en la ciudad de Heilbronn, Alemania, en donde Carl Heinrich Knorr se dio cuenta de que, con el vertiginoso desarrollo industrial, había surgido la necesidad de una opción para tener comidas nutritivas de rápida preparación.

Y así, cuando corría el año de 1838, inició una serie de investigaciones y experimentos en cooperación con expertos en nutrición, que consistía en deshidratar vegetales y diferentes sazoadores, con lo que finalmente desarrolló un proceso de preservación para mantener los valores naturales y el sabor de los ingredientes, pero reduciendo su tiempo de preparación, técnica que es la base para las sopas deshidratadas.

En 1873 la compañía Knorr inició la comercialización de sus productos en tiendas de comida, y para 1958 Knorr GMBH se convirtió en una compañía manejada por CPC International, Inc., predecesor de Bestfoods, que ahora pertenece a Unilever.

Su historia en México inició hace más de 40 años, en 1961, cuando se lanzó Knorr® Suiza con los lemas de “cubos gigantes de verdadero caldo de pollo” y “10,000 pesos lo garantizan”. Así que la “marca de calidad suiza” se presentó en nuestro país con una campaña que se conectó de inmediato con las consumidoras, ya que su fórmula de ingredientes típicos demostró que preparaba un buen caldo de pollo.

El producto se ubicó rápidamente en las tiendas, en donde tuvo que luchar por una posición, pues no era pionero; ya existían los caldos procesados, así que llegó con una oferta que ofrecía un *plus* en rendimiento, el cual muy pronto sedujo a las consumidoras.

La buena experiencia de las consumidoras con el producto, aunada a una continua presencia en TV y otros medios, estrechó cada vez más el vínculo que había surgido entre la marca y las amas de casa, por lo que sus ventas iniciaron un acelerado crecimiento que llevó a Knorr Suiza a establecerse como el líder indiscutible de la categoría, con una participación de mercado del 53%, en un lapso de aproximadamente 10 años.

Una vez que Knorr® se había consolidado en el mercado mexicano con su caldo de pollo, lanzó su 2o. gran 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 quedaba clara la relación entre ambos productos. Knorr Tomate fue bien recibido en el mercado, ya que se trata de un producto que toma en cuenta las costumbres básicas de los consumidores al cocinar.

A través del tiempo han continuado los esfuerzos de la marca, que ha logrado mantener a Knorr Suiza en su posición de líder por medio de constantes actualizaciones. Aunque de cualquier forma, para sus consumidores se ha convertido en un ingrediente básico e irremplazable en la preparación de una enorme gama de platillos de la cocina mexicana... Prueba de ello es que la gran mayoría de los consumidores afirman, sin dudar, que si algo “huele a pollo, sabe a pollo y es de pollo”, se trata de Knorr® Suiza.

Producto

En la actualidad el portafolio de productos Knorr® cuenta con varias líneas de productos además de los caldos procesados, como son: sopas industrializadas en sobre, cremas asépticas, cremas deshidratadas, sopas en vaso, bases para preparados, salsas, moles y caldillos.

Y todos los productos Knorr® mantienen la misma idea de brindar a los consumidores soluciones prácticas y deliciosas para la comida de todos los días.

Desarrollos Recientes

Knorr® ha tenido un gran crecimiento gracias a su dedicación a la intensa búsqueda de novedades que sean relevantes para los consumidores... Detrás de cada producto Knorr® en los anaques hay largas horas de investigación de nuevas tecnologías, aromas, sabores y materias primas que, una vez aplicadas, resultan en productos que son bien apreciados en el mercado, pues siempre alcanzan el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores.

El lanzamiento más reciente es el Caldo de Costilla Jugosa Knorr®, un cubo que concentra todo el sabor y la sustancia de la carne pegada al hueso, el cual brinda a los consumidores una nueva opción para ampliar la variedad de los platillos de la semana.

Cuando se intenta desarrollar un producto que realmente se integre al día a día de los consumidores, son muchas las variables que se deben tomar en cuenta, como la situación económica del país, los gustos regionales de la comida, las tradiciones de cada platillo, la frecuencia de uso, en fin, temas que son parte de la vida cotidiana de los consumidores. Un claro ejemplo de esto fue el lanzamiento de las Cremas Deshidratadas en Sobre Knorr®, un producto que entiende la necesidad de los consumidores de contar con diferentes opciones de comida a un precio accesible, ofreciéndoles un producto que aprovecha una avanzada tecnología para ofrecer un platillo completo, que contiene trozos de verduras y carne deshidratados 100% naturales: alto valor nutricional y delicioso sabor con un bajo desembolso.

De la misma manera, todos los productos que Knorr® lanza al mercado son desarrollados cuidadosa-

mente para proveer el mayor beneficio a los consumidores finales y sumar soluciones al portafolio de la marca.

En el 2004 se llevó a cabo un refrescamiento de la imagen del empaque de todas las líneas de productos Knorr®, con el objetivo tanto de modernizar la cara de la marca como de unificar el diseño de los productos



para que fueran claramente identificados en el anaquel por los compradores. Este cambio, aunque pareciera pequeño, demuestra el interés constante de Knorr® por mantenerse vigente en el mercado.

Así que Knorr® se mantiene a la vanguardia, apostando a la innovación. Por medio de la investigación de los hábitos de los consumidores puede presentarles novedades que funcionan en el hoy y que seguramente son la base para los años venideros.

Promoción

Knorr® se ha convertido en una de las marcas con mejor imagen no sólo en el mercado de comida, sino en México, y esto se ha logrado principalmente por la excelente experiencia de los consumidores al utilizar los productos, pero también por el firme puente de comunicación que se ha logrado construir entre la marca y ellos.

Desde el lanzamiento de Knorr® en nuestro país, la marca ha buscado establecer una vía de comunicación directa con los consumidores. Esta relación ha ido creciendo junto con la marca, que, así como ha dedicado recursos para conocer el mercado, también se ha esforzado en aumentar su conocimiento de los temas de relevancia que viven los consumidores todos los días. Y así es como se han originado las diferentes campañas que impulsan a los productos Knorr®.

Estas campañas de comunicación han gozado de gran éxito y aceptación a través de los años precisamente gracias a que se basan en el estudio de la relación de los productos con los consumidores, como en el

caso de la campaña “10,000 Pesos lo Garantizan”, utilizada en el lanzamiento de la marca en México. Otro ejemplo es el de “La Gorda de Knorr®” que impactó de manera muy positiva en su momento, y más actualmente está la campaña “Pollos Knorr®”, que es quizá una de las más recordadas por los personajes utilizados.

Como sucede con cualquier marca que tenga una prolongada permanencia en el mercado, Knorr® se ha visto en la necesidad de ir renovando y refrescando sus estrategias de publicidad y promoción para permanecer en la vida de los consumidores. Además de que, sin duda, el número de consumidores al que busca llegar a través de los medios es cada vez mayor, por lo que es necesario redoblar esfuerzos constantemente para mantenerse vigente.

De cualquier forma, la estrategia de comunicación de Knorr® se sigue basando en el entendimiento de la vida de los consumidores... No se trata solamente de poner una historia en los medios masivos de comunicación, sino de hacer que la gente viva la experiencia Knorr®, por lo que sus campañas siempre se apoyan con actividades tanto en autoservicios como en universidades y centros comerciales: en todos los lugares donde los consumidores viven su vida cotidiana.

Valores de Marca

La marca Knorr® se ha convertido en parte habitual de la vida de los consumidores... El estar en sus casas y compartir sus experiencias es una gran responsabilidad, y por ello se mantienen valores tan importantes como la calidad de todos los productos que llegan a los consumidores, así como la búsqueda de las más deliciosas y sorprendentes recetas que alimenten algo más que el cuerpo: que alimenten sus mejores momentos, logrando que vivan la vida y vivan la comida.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Knorr®

- Los tres “Pollos Knorr®” se llaman: O’Knooreo, Knorrberto y El Suizo.
- El logo de la marca está escrito exactamente como la firma de su fundador, Carl Heinrich Knorr.
- “Knorr” significa “familia contenta” en chino.
- Los minoristas suizos venden más Knorr que Coca-Cola.