

POND'S®



Mercado

El mercado de cremas faciales es dinámico y se encuentra en constante innovación, gracias al gran interés de las mujeres por mantener terso, fresco y radiante el aspecto de su piel, para lucir así más atractivas.

En este segmento del mercado, que es una de las categorías más maduras dentro del cuidado femenino y representa una interesante cifra de facturación, Pond's es líder desde hace muchos años, y en la actualidad cuenta con la mitad de la participación (50.8%), seguida por L'Oréal y Nivea.

Evidencia de esto es que, en México, Pond's es sinónimo de tradición y prestigio en el cuidado facial.

Logros

A lo largo de su exitosa trayectoria de 90 años en México, Pond's ha cosechado grandes triunfos, empezando por el de ser la marca pionera en el cuidado facial y ofrecer a las mujeres una rutina de belleza con productos especialmente desarrollados para limpiar y humectar la piel: Crema S y Crema C de Pond's, dos grandes clásicos que han permanecido por 9 décadas en nuestro país en una posición de líder en el segmento de humectación y limpieza facial.



Pond's ha evolucionado junto con las mujeres mexicanas a través de las décadas, ya que desde sus inicios se ha mantenido en investigación constante, desarrollando nuevas propuestas para atender sus necesidades y ofrecerles productos de calidad a un precio accesible.

Historia

El primer extracto para humectar la piel, con base de hamamelis y alcohol de grano, fue creado en Estados Unidos en 1846, y para 1914 la empresa lanzó una crema humectante para el día y una crema de limpieza para la noche, las cuales fueron rápidamente adoptadas por la mayoría de las mujeres.

Estos nuevos productos pronto fueron conocidos como Crema S y Crema C de Pond's, y fue gracias a esas maravillosas fórmulas que la compañía trascendió las fronteras para conquistar los corazones de las mujeres alrededor del mundo (Estados Unidos, Europa, Asia y Latinoamérica).

La evolución de Pond's inició casi de inmediato y así mejoró y diversificó sus productos para convertirse en lo que es hoy: la marca más sólida y con mejor ima-

gen para la mujer mexicana.

Todo comenzó en la primera mitad del siglo XIX, cuando se dio a conocer el primer extracto de Pond's, producto elaborado especialmente para la belleza femenina.

En 1914 llegaron a México las fórmulas "C" y "S", y aquí se convirtieron en las preferidas de las mujeres para la limpieza y humectación diaria... Para 1920 la firma Pond's se consolidó como líder en el mercado de la cosmeo-dermatología.

Durante la década de 1930 se extendió la distribución de la línea a varios países de Latinoamérica, y en



la de 1940 lanzó su campaña de televisión, que fue de las más exitosas del momento. Para estos años sus fórmulas ya se vendían en 119 países.

En la década de 1950 se diversificaron los productos con la introducción de nuevas opciones para el cuidado de la piel.

Y en la década de 1960 se lanzó el famoso tulipán de Pond's, que se convirtió en símbolo de la belleza de la piel.

Para el año de 1992 inició una nueva era en la compañía con la fundación del Instituto Pond's, en donde reconocidos expertos dedican sus conocimientos y esfuerzos a la mejora de sus productos con la tecnología más avanzada... Gracias a esto, Pond's inició la importación y venta en México de un

amplio portafolio de productos anti-edad, elaborados con tecnología de vanguardia.

En 1997 Pond's lanzó Clarant B3, con lo que abrió un nuevo mercado de cremas aclaradoras y, con los años, se consolidó como el líder absoluto en este segmento.

En el año 2000 lanzó su mejor propuesta anti-edad, Pond's RenAscent, con la primera tecnología dual de retinol y derivados frutales que ofrece resultados visibles en sólo 2 semanas... Gracias a esta innovación, Pond's fortaleció su posición de líder en anti-edad.

Para el 2001 lanzó la fórmula Crema C con extracto de pepino, que da un toque de frescura y ligereza para la mujer joven, manteniendo su eficacia desmaquillante.

En el 2003, con el objetivo de atraer a las nuevas generaciones, lanzó Pond's Bio-Hidratante, una moderna línea de productos de consistencia ligera y fresca fragancia acorde a las últimas tendencias de casas de perfumes.

Finalmente, en el 2004, relanzó la Crema C de Pond's, Fórmula Original, con el objetivo de satisfacer la preferencia de las consumidoras por su cremosa consistencia.

Producto

La vida de toda mujer atraviesa por diferentes etapas, por lo que en el Instituto Pond's se desarrollan productos adecuados para satisfacer las necesidades de cada una de ellas:

- **Mujer joven** - antes de los 30: Pond's Bio-Hidratante.
- **Mujer adulta** - entre los 30 y 40: Crema S y Crema C de Pond's... ¡Los grandes clásicos!
- **Mujer madura** - a partir de los 40: Pond's ReJuviness, Pond's Lifting Natural, Pond's RenAscent.
- **Cuidados especiales:**
Aclaración.- Pond's Clarant B3
Maquillaje.- Pond's Polvo Compacto

Desarrollos Recientes

Después de años de investigación, el Instituto Pond's desarrolló una nueva tecnología para combatir el envejecimiento de la piel: la nueva **Pond's ReJuviness**, cuya fórmula contiene Lacto-Nutrientes, un ingrediente exclusivo que ayuda a reducir arrugas y líneas de expresión; adicionalmente ha sido enriquecida con colágeno, fibra natural de la piel que brinda firmeza. Sus resultados son visibles a partir de la segunda semana y cuenta con la gran ventaja de tener un precio muy competitivo frente a otras cremas anti-edad.

La tecnología de **Pond's ReJuviness** fue desarrollada para responder a las necesidades más delicadas de la piel, en las zonas en que el paso del tiempo y la pérdida de firmeza son más notables, como rostro, pecho, cuello y manos.

Promoción

Con el final de la Segunda Guerra Mundial renació la femineidad, y fue entonces cuando Pond's desarrolló sus campañas publicitarias con el tema central del romance, para las que creó el slogan: "Se va a casar, luce hermosa, usa Pond's",

junto con el que mostraba imágenes de bellas novias.

Más adelante, Pond's supo aprovechar bien el surgimiento de la televisión, para la que desarrolló una muy exitosa campaña publicitaria en la que mostraba los beneficios de un tratamiento completo de humectación.

Durante la década de los 60 la mujer comenzó a combinar su carrera profesional con sus deberes de madre y esposa, y de nuevo Pond's aprovechó estas tendencias con el desarrollo de ingeniosas campañas publicitarias que se dirigían especialmente a este nuevo segmento.

Y para los 90, con la llegada del Instituto Pond's, la comunicación hacia la consumidora se tornó más tecnológica, para adaptarse a las tendencias del mercado.

Pero lo que nunca ha cambiado es la constante preocupación de Pond's por entender a las mujeres, para desarrollar así publicidad con la que la mujer de cada época se sienta identificada.



Valores de Marca

A lo largo de sus 90 años de existencia, Pond's se ha erigido como el experto indiscutible del cuidado facial y siempre se ha mantenido firme en sus valores, pilares fundamentales de su éxito: prestigio, cercanía, empatía, calidad, confianza y belleza alcanzable.

Gracias a esto ha logrado inspirar la confianza de la enorme cantidad de mujeres que usan sus productos alrededor del mundo, pues además se mantiene fiel a su misión esencial: hacer que la mujer se vea y se sienta hermosa...

Pond's sabe que la verdadera belleza está en el interior, y por eso cada producto que lanza está basado en los pensamientos y necesidades de la mujer.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Pond's

- La "C" de la crema Pond's proviene de "cold cream", ya que, en sus inicios, la crema debía refrigerarse para mantener intactas sus propiedades limpiadoras.
- En Europa, a finales del siglo XIX, los envases de Pond's se elaboraban con cristal... Estos productos eran utilizados por las condesas y duquesas de la época.