



Mercado

La categoría del cuidado para la piel está muy diversificada, pues incluye cremas todo propósito, cremas para el cuidado corporal, para el cuidado facial y para el cuidado de las manos, e incluso cremas de protección solar –un *trend topic* actual–, sin embargo, solo Nivea las abarca todas y ostenta el liderazgo, como la marca número #1 en el cuidado de la piel en el mundo entero.

También destaca en la categoría del cuidado personal, con variados productos específicos para el cuidado del hombre, desodorantes, cuidado en el baño y cuidado del bebé.

La amplia gama de productos Nivea no solo se fabrica en su casa matriz de Hamburgo, sino también en México, Buenos Aires, Copenhague, Moscú, Nueva York, París y Sydney.

Nivea forma parte del grupo alemán Beiersdorf, dentro de cuyo portafolio se encuentra una gran variedad de productos líderes en el mercado global. En México y Centroamérica cuenta con cerca de 500 empleados.

Historia

Después de décadas de investigación, el Dr. Isaac Lifschütz descubrió un revolucionario emulgente que conseguía –por fin– combinar una sustancia activa con aceite y agua, además de mantenerla estable como base para ungüentos y cremas: Eucerit.



Aunque originalmente el Eucerit se había desarrollado para el campo médico, el miembro más creativo de la compañía Beiersdorf, el Dr. Oscar Tropolowitz, decidió utilizar esta sustancia como la base de un nuevo tipo de crema cosmética: Nivea Creme.

Fue en diciembre de 1911 cuando salió al mercado la primera lata de Nivea Creme en la ciudad de Hamburgo, Alemania. En sus inicios se vendía en una lata amarilla, con una fantástica decoración de letras verdes, que reflejaba la tendencia artística popular de la época, el *art nouveau* (“nuevo arte” en francés), que se caracteriza por formas ornamentales entrelazadas, basadas en la naturaleza.



El éxito de esta novedad fue rotundo e inmediatamente su venta se extendió por toda Europa. Apenas un par de años después, en 1913, Nivea cruzó el Atlántico para ingresar al mercado de Estados Unidos de América. Para 1914 su venta se extendió a Canadá, Brasil, Argentina y, por supuesto, México, en donde fue comercializada por medio de un grupo distribuidor.

Tuvieron que pasar 45 años para que se fundara la planta de Nivea en México, en el año de 1959. Esta planta se desarrolló rápidamente para cubrir todo el territorio nacional, y después siguió creciendo hasta convertirse la que hoy es la mayor productora a nivel Américas.

La planta de México se enfoca a Nivea Body, Creme, Deo, Sun, Soft, Baby, Hand, Eucerin y Atrix, y el 40% de su producción se exporta hacia otros países que conforman al grupo.

En el año 2004 fue inaugurado el moderno centro de investigación y desarrollo de productos del exitoso grupo global Beiersdorf, en Hamburgo, Alemania, uno de los institutos más grandes y modernos del mundo, con más de 450 científicos que desarrollan entre 130 y 200 proyectos anuales, destinados al cuidado y la belleza de la piel, con una inversión aproximada de 149 millones de euros. Esto subraya su fortaleza innovadora.

Producto

Para millones de personas alrededor del mundo, la confiable marca Nivea ha sido un producto básico en su hogar durante décadas, gracias a lo cual se ha desarrollado un vínculo basado en la lealtad del consumidor.

Nivea siempre se ha enfocado en estar a la vanguardia en todas sus líneas de producto. En el ámbito de la belleza y el cuidado personal, los científicos de Beiersdorf se centran en la estructura y el funcionamiento de la piel con el objetivo de descubrir nuevas maneras de apoyar su salud, a través de sus productos.

La cuestión principal es cómo deben estar estructurados los productos Nivea, para que puedan brindar apoyo a la piel de forma cada vez más individualizada, de manera que todos superan estrictos controles de calidad para garantizar los más elevados estándares de eficiencia y tolerancia con la piel. También son estudiados minuciosamente factores externos de los productos Nivea, tales como su consistencia y sus componentes olfativos.



Los segmentos en que participa Nivea, son:

- Skin Care**
- Cuerpo: Nivea Body
- Todo propósito: Creme, Soft
- Faciales: Nivea Visage
- Manos: Nivea Hand
- Solares: Nivea Sun
- Personal Care**
- Desodorantes: Nivea Deo
- Cuidado hombres: Nivea For Men
- Jabones: Nivea Bath Care
- Bebés: Nivea Baby

Logros

El gran éxito de Nivea a nivel global se debe a su capacidad de adaptar y tropicalizar tanto su comunicación como sus presentaciones en cada país. Algunos

ejemplos: cuando llegó a Sudáfrica sus anuncios debían estar en tres idiomas, inglés, zulu y xhosa; en el Reino Unido tuvieron que reemplazar su emblemática lata azul metálica por un paquete de plástico, ya que los británicos asocian las latas de aluminio con la grasa para lustrar zapatos; en países de clima frío, como Austria, la estrategia consiste en enfatizar las propiedades de sus productos para proteger la piel de la nieve, el viento y la lluvia, mientras que la línea de productos de Nivea Sun, más adecuada para climas cálidos, se comercializan con mayor éxito en países como Australia, España y toda Latinoamérica.

Particularmente en México, Nivea cuenta con la calificación máxima en cuanto a conocimiento del consumidor hacia la marca: el 100 por ciento de los mexicanos la conocen y confían en ella.

Este año, Nivea Body fue reconocida por tercer año consecutivo con el premio Marca de Confianza 2012, reconocimiento otorgado por Reader's Digest México, por ser la más mencionada dentro de la categoría en cremas corporales. Los atributos tomados en cuenta para la elección fueron: imagen, calidad, precio y comprensión de necesidades.

Desarrollos Recientes

Nivea se ha situado como la primera marca de cremas en ganar reconocimiento a nivel mundial. Sin embargo, el mayor premio para esta marca con más de 500 productos es mantenerse en la piel de cada generación, cuidándola con suavidad, tecnología, confianza y desarrollos innovadores relevantes.

En los últimos meses, Nivea se enfocó en lanzar al mercado la nueva tecnología en sus cremas líquidas corporales Nivea Body: HYDRA IQ, con la combinación de dos ingredientes activos, gluco-glicerol, que favorece el desarrollo de aquaporinas, canales que regulan el paso del agua a través de la membrana celular. Esta novedad ofrece humectación natural de 24 h, con la cual se observa un mayor nivel de humectación en todas las capas de la piel, incluso tres días después de dejar de usar las cremas.

Otro desarrollo muy bien logrado ha sido el primer desodorante que protege la ropa blanca de manchas amarillas, así como la ropa negra de residuos blancos: Nivea Deo Invisible Black & White. La efectividad de este producto está respaldada por el Instituto Textil de Hohenstein: su ingrediente anti-manchas bloquea la fibra de la superficie de la tela, lo cual permite que, al lavarla, se eliminen los ingredientes que normalmente dañan la ropa, previniendo así las manchas.



Con este lanzamiento, Nivea es la primera marca en presentar un producto que brinde dos soluciones juntas para el cuidado de la ropa, además de protección eficaz durante 48 horas en un solo desodorante.

Promoción

Actualmente gran parte de los esfuerzos de Nivea en México se han enfocado al desarrollo de estrategias digitales, como redes sociales y alianzas con los *bloggers* más relevantes en el sector de salud, belleza y cuidado, gracias a lo cual ha logrado acercarse a sus consumidores: dentro de sus redes sociales reunió alrededor de 60 mil seguidores en un año, quienes han compartido algunos de los momentos más importantes para la marca, entre los que destaca la celebración de sus 100 años en el 2011. Además, comparten actividades, lanzamientos de nuevos productos, *tips* de salud, belleza y cuidado.

Nivea fue de las primeras compañías en estrenar el *timeline* de Facebook para empresas, y en lanzar el Tester Experience, un espacio en el que cientos de mujeres ya han tenido la oportunidad de probar –en primicia– las



últimas novedades de la marca, así como de compartir su opinión sobre los productos, de forma transparente, con el resto de la comunidad.

Por otro lado, en el 2010 Nivea tuvo dos hitos en su comunicación global: lanzó una nueva estrategia de productos de consumo con dos elementos clave, “Focus on Skin Care” y “Closer to Markets”, y en la Copa Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010 fue proveedor oficial de productos para el cuidado de la piel de la Selección Alemana, apoyo que hizo un gran ruido para la marca a nivel internacional.

Durante el 2012, Nivea se enfocó en campañas muy exitosas, como Nivea Deo Invisible, Nivea Body Q10, Nivea Visage y, junto con su agencia creativa Draft FCB, dirigió sus esfuerzos de innovación en comunicación y creatividad a mostrarle al mercado el entendimiento actual que tiene del consumidor, lo cual se ve reflejado en la aceptación del mismo por sus productos.

Valores

En el 2012, Nivea se unió por segundo año consecutivo a la lucha contra el cáncer de mama. Junto a la Fundación Cim*ab donó una cantidad monetaria para la compra de los productos participantes en la campaña. Nivea Aclarado Natural Facial, Corporal, Nivea Deo y Nivea Q10 Facial se unieron a esta gran causa.

Las redes sociales fueron la plataforma para el apoyo de estos proyectos solidarios dentro del marco Cáncer de Mama, en asociación con Cim*ab. Gracias a la aplicación Mensajes de Esperanza y a la colaboración de sus fans, con la unión de mensajes enviados Nivea ha donado prótesis que ayudan a las miles de mujeres en México con esta enfermedad.

Además, desde mayo del 2010, con el lema “We Care & Connect”, Nivea comenzó una iniciativa mundial de comunicación junto con la asociación protectora de la infancia Plan Internacional, para promover los derechos de la niñez y mejorar las condiciones de los niños y niñas que viven en la pobreza, a través de la educación.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Nivea

- El nombre de Nivea procede del latín *nix/nivis*, que significa “nieve”, en referencia a su apariencia pura, de un blanco nuclear.
- Todo el mundo tiende a pensar que Nivea es un producto propio de su país, pero se equivocan: Nivea es una marca alemana y su centro de operaciones se ubica en Hamburgo.
- Nivea dice no a la experimentación en animales.
- En el 2006 se inauguró la primera Nivea Haus, en Hamburgo, con 800 m², un *spa center* experto que ofrece a sus consumidoras masajes, análisis de la piel, consultas, pruebas de producto y relajación. Siguió Nivea Haus Dubái, en el 2008, y la más reciente en Berlín, en el 2011.
- La crema Nivea contiene glicerina, ácidos cítricos y aceite de rosa, y se le han ido añadiendo avances científicos sin enturbiar su esencia primigenia.

