



Mercado

Helados Holanda® es conocida por el 96% de los mexicanos... Esto gracias a que es una marca innovadora, de calidad, energía y, sobre todo, diversión, que se ha esforzado en posicionarse cada vez con mayor fuerza entre los consumidores de todas las edades y se ha convertido en la marca líder de helados en México.

A partir de la introducción de Unilever al mercado de helados en México en 1997 se ha observado una gran innovación de productos... Se le ha visto con otra perspectiva: como fuente de diversión, placer, satisfacción y convivencia, además de una opción para refrescarse y satisfacer un antojo. Gracias a esta visión ha sido posible que la categoría se desarrolle y resulte cada día más atractiva para los consumidores.

Este mercado es excitante porque lleva alegría y diversión a sus consumidores, por lo que el éxito consiste simplemente en entenderlos y mantenerse cerca de ellos.

Logros

Helados Holanda® ha mantenido una posición de líder por más de 65 años, y desde su introducción se ha mantenido vigente y ha conseguido posicionarse como una marca divertida, moderna y atractiva.

A lo largo de su trayectoria ha ofrecido una calidad insuperable, con lo que ha demostrado un gran compromiso hacia sus consumidores, a quienes les ha ofrecido una gran gama de productos a través de una estrategia de innovación, con la que ha conseguido establecer un estrecho vínculo.

Historia

México cuenta con una de las culturas del helado más antiguas en Latinoamérica, ya que su origen se remonta a la época de los aztecas, quienes usaban la nieve de los volcanes Popocatepetl e Iztaccihuatl para enfriar alimentos y bebidas. Posteriormente, durante la conquista, los españoles introdujeron los sorbetes y bebidas congeladas, así como el hábito de mezclar nieve con azúcar.

Para la segunda mitad del siglo XVII surgió el mantecado –helado elaborado a base de leche, huevo,

mantequilla y azúcar–, que de inmediato adquirió gran popularidad en el país.

En los años que siguieron a la independencia era común ver a los neveros por las calles de las ciudades, vendiendo nieves naturales que extraían de las montañas, y en 1867, después de la intervención francesa, se hicieron famosas las diferentes combinaciones de helado

compañía número uno de helados del mundo, es reconocida de manera global a través de su emblema de corazón, pero en cada país mantiene los nombres de las marcas originales, como Good Humor en Estados Unidos, Kibon en Brasil y Argentina, Streets en Australia, Lagnese en Alemania, Frigo en España, Algida en Italia, Bresler en Chile..., y así en cada uno de los 150 países en que tiene presencia.

En cuanto a Helados Holanda®, actualmente produce helados de la más alta calidad bajo las más exitosas marcas internacionales, como lo son Magnum®, Cornetto®, Solero®, Mordisko®, Carte D'Or® y Popsicle®, y se mantiene firme en su misión: incrementar su liderazgo en México a través de la innovación y un apoyo superior a sus marcas, manteniendo sus productos siempre disponibles para el consumidor, con higiene y seguridad, enfocados siempre con especial cuidado y respeto al medio ambiente.

Producto

La marca Holanda® cuenta con varias plataformas, dirigidas a cubrir diferentes necesidades, y que agregan diferentes valores a la marca. Cada plataforma presenta una solución distinta, ya que la compañía entiende de las necesidades y deseos del consumidor; y se ocupa por satisfacerlos a todos.

Así, cada una de sus plataformas se plantea en el mercado de una manera particular:



- **Magnum®**.- Su promesa es de placer intenso y ayuda a crear momentos de deleite.
- **Cornetto®**.- Es el *snack* del mundo moderno: prendido, alegre y divertido.
- **Solero®**.- Ideas frescas.
- **Carte D'Or®**.- Es la plataforma para compartir y convivir con los amigos.
- **Mordisko®**.- Una pausa para calmar el antojo.
- **Popsicle®**.- La diversión y la versatilidad de formas, colores y sabores juegan el papel principal.

Helados Holanda® es una marca versátil, que ofrece una gran variedad de productos y experiencias, los cuales inspiran a personas de todas las edades a probar el lado divertido de la vida, buscando momentos especiales en el día a día.



crea una liga estrecha con la música como vehículo de diversión, para acercarse a los jóvenes. Cool Tour® se posiciona en todos los eventos relacionados con la música, disfrutando y divirtiéndose justo en donde lo hacen sus consumidores.



Desarrollos Recientes

Para Helados Holanda® el desarrollar actividades nuevas y diferentes para satisfacer a sus consumidores es cosa de todos los días... Constantemente realiza importantes esfuerzos en la innovación de productos con la inclusión de nuevos sabores, texturas y combinaciones para hacerlos más divertidos.

Desde hace algunos años, Holanda® Magnum® ha incursionado en el mundo de las ediciones limitadas: en el 2003 lanzó al mercado la edición limitada de 7 Pecados, y en el 2004 la línea de Magnum® Celestial; ambos lanzamientos fueron exitosos por ofrecer productos innovadores con un concepto y una estrategia de mercadotecnia que resultaron por demás atractivas para los consumidores.

De esta manera, Holanda® se ha planteado una nueva misión: la vitalidad, consistente en trabajar con empeño y alegría en el desarrollo de productos innovadores, más saludables y nutritivos, que no sólo agraden a sus consumidores, sino que los ayuden a mejorar su calidad de vida.

Promoción

En los últimos años Holanda® Popsicle® se ha concentrado en el segmento infantil, adquiriendo licencias de personajes y películas atractivas para este grupo objetivo, como es el caso de Hulk® y Shrek®, personajes para los que se han lanzado productos ad hoc.

Para el año 2005 preparó dos lanzamientos que, además de llevar la imagen de personajes infantiles como Duel Masters® y Bratz®, contienen calcomanías y tatuajes para la diversión de los pequeños.

Otro esfuerzo importante es Cool Tour®, el concepto con el que Helados Holanda®



www.heladosholanda.com.mx

de los seres vivos, como lo demuestran los esfuerzos que realiza en conjunto con el Consejo Nacional de la Fauna y su participación en el programa Industria Limpia.

Otro ejemplo de su conciencia ambiental es el ahorro de la energía, pues utiliza equipos para conservar sus productos a la temperatura adecuada que cumplen con las normas locales e internacionales de seguridad y ecología en todos los países en donde opera Unilever. Es importante destacar que los equipos utilizados por Holanda® son conservadores de producto congelado, y no congelado-

res propiamente.

Así, Helados Holanda® es una marca líder con altos valores de calidad y confiabilidad, además de diversión, juventud, modernidad, alegría, naturalidad y frescura.



Cosas Que Usted No Sabía Sobre Helados Holanda®

- En México 2 de cada 3 personas son consumidores de helados.
- Los orígenes del helado se remontan a la cultura más antigua de China, y la receta de éste fue llevada a Italia por Marco Polo.
- Los helados son conocidos en varios países como "sorbetes", palabra que proviene del árabe "sharab" o "sarab", que se refiere a una bebida no alcohólica dulce y fría.
- Helados Holanda® cuenta con más de 100,000 puntos de venta.
- Helados Holanda® inició en 1927 con 8 empleados y, desde que la empresa es parte de Unilever, cuenta con más de 2,000.
- El primer producto de impulso producido en maquinaria industrializada por Helados Holanda® fue La Holandesa, un helado de crema cubierto de chocolate que fue comercializado a partir 1955.
- Sus conservadores de helados usan la mitad de la energía utilizada por los refrigeradores verticales de refrescos.
- Si formáramos en una línea todos los litros de helado vendidos por Helados Holanda® durante el 2004, cubriríamos la distancia entre México y Japón.