



Mercado

La mayonesa ha sido uno de los aderezos predilectos para acompañar los alimentos desde hace más de 300 años, y desde luego que la diversa gastronomía mexicana no es la excepción, pues existen platillos tradicionales, como elotes, tortas o ensaladas, que saben mejor con mayonesa.

México se ha caracterizado por ser un gran consumidor de mayonesa: hoy en día se reconoce como el segundo mercado más importante en volumen y primero en valor, por encima de Brasil.

La mayonesa Hellmann's® ocupa la segunda posición en el mercado mexicano de mayonesas, y es la impulsora del cambio en esta categoría, gracias a sus constantes innovaciones, que atraen nuevos consumidores en diferentes nichos de mercado.

Logros

Sólo una marca como Hellmann's® es capaz de ganarse el reconocimiento mundial por darle sabor a la comida, ya que es una marca que se preocupa por innovar constantemente sus productos para brindar nuevas y diferentes opciones a sus consumidores.

Un ejemplo claro es Hellmann's® Mayo® sin Colesterol, el aderezo de mayonesa ideal para aquellos que buscan cuidar su salud sin sacrificar el sabor de sus comidas. También fue Hellmann's® la primera en lanzar una mayonesa *light*, con la mitad de calorías de una mayonesa regular, pues está consciente de que hoy en día los consumidores tienen conductas y hábitos muy variados, así que se empeña en ofrecerles una amplia gama de opciones.

Hellmann's® sabe que en un país tan diverso como México, que cuenta con una gran variedad de platillos, es necesario ofrecer el producto adecuado para cubrir las necesidades de cada consumidor, por lo que relanzó al mercado Hellmann's® Aderezo de Mayonesa tapa verde, mayonesa con un estilo único y al gusto de los consumidores del sur del país.

Otro gran relanzamiento de Hellmann's® fueron sus empaques Flexipack®, una opción para aquellos consumidores dinámicos que buscan alternativas divertidas para sus platillos. Este nuevo Flexipack® de Hellmann's® es la opción ideal para darle a los platillos un toque personal y decorativo.

Historia

En el año de 1756 el duque de Richelieu derrotaba a

los ingleses en el Puerto de Mahon, mientras su chef, de origen francés, trabajaba en un nuevo aderezo, el cual jamás imaginó que llegaría a convertirse en uno de los predilectos durante siglos:

El chef preparaba la cena, que sería el banquete principal para celebrar el gran triunfo del duque. Los manjares de la época incluían una salsa con crema y huevos, y cuando el chef se disponía a elaborarla se encontró con que se había agotado la crema en su cocina, por lo que tuvo que recurrir a su creatividad y se le

Hellmann, un inmigrante alemán, establecía en Nueva York una tienda *delicatessen*, en donde vendía ensaladas que aderezaba con mayonesa preparada por su mujer. Tal fue el éxito de la mayonesa, que al poco tiempo se hizo popular entre los clientes, por lo que el Sr. Hellmann decidió venderla por separado, envasándola en los botes de madera que utilizaba para pesar mantequilla. Su esposa hacía dos versiones de mayonesa, por lo que a una de ellas le puso un listón azul, como diferenciador.

Cuando el Sr. Hellmann se dio cuenta de que la mayonesa del listón azul era la que más se vendía, decidió comercializarla en frascos de vidrio, y diseñó la etiqueta con el color azul del listón. Más adelante, ese color se convertiría en un ícono de la marca Hellmann's®.

Best Foods Inc. jugó un papel primordial para el impulso de esta mayonesa, pues desde los inicios de su comercialización en el este de los Estados Unidos, Richard Hellmann Inc. ya aspiraba a ser una de las empresas más importantes en el ramo de mayonesas, así que Best Foods Inc. compró a Richard Hellmann Inc. en 1932. A partir de entonces los productos Hellmann's® y Best Foods® han sido alimentos básicos en las cocinas estadounidenses por muchas generaciones, y sus marcas, las mejor vendidas en el país.

Hellmann's® se introdujo en el mercado mexicano en el año de 1964 con gran aceptación. Para 1989 fue la primera en lanzar una versión *light*, que contiene la mitad de las calorías de una mayonesa regular.

Más adelante, en 1994, lanzó Hellmann's® Mayo Magic®, un aderezo agrídulce, y en 1997 se diversificó con el lanzamiento de una línea de aderezos para ensaladas en versiones César, Ranch, Mil islas, Vinagreta y French.

Hellmann's® se ha empeñado siempre en buscar innovaciones en beneficio de sus consumidores, así que en el 2000 creó la botella de plástico en envase de PET, y en el 2001 introdujo los envases flexibles *sachets* y Flexipack®, que son prácticos, livianos y económicos; con esto se erigió como el líder indiscutible en este segmento.

Para el año 2004 Hellmann's® lanzó la primera mayonesa sin colesterol del mercado, bajo la submarca Hellmann's® Mayo® Sin Colesterol, y así se alineó con las nuevas tendencias de los consumidores por tener una alimentación más sana, pero sin sacrificar el sabor.

Producto

La calidad y la frescura son los conceptos ligados directamente con los productos Hellmann's® desde principios del siglo XX.

Promoción

Uno de los lanzamientos más ambiciosos de Hellmann's® ha sido Flexipack®, ya que es una presentación con múltiples beneficios, como el que se puede aplicar el producto directamente del envase sin el riesgo de derramarlo, por lo que no es necesario utilizar cucharas o cuchillos para poder disfrutarlo. Otra de sus características principales es la duya con la que cuenta el envase, con la cual se pueden decorar los platillos; incluso los niños pueden utilizarla, pues su empaque suave y apachurrable no se rompe y es seguro de usar.

La campaña con la que se lanzó esta presentación se apoyó en medios masivos de comunicación, como televisión, radio e impresos, y su objetivo principal fue el comunicar la innovación a través de un tono divertido: les informaba a las mamás que ahora pueden imaginar y decorar sus platillos de la forma que más les guste.



El desarrollo de innovaciones es un aspecto que Hellmann's® tiene muy presente en el día a día, gracias a lo cual se mantiene como punta de lanza en su categoría: constantemente incorpora nuevos aderezos con el objetivo de mantener este preciado lugar en el mercado.

Hellmann's® Real es una mayonesa que se ha ganado un lugar muy especial dentro de las familias, pues al paso del tiempo se ha posicionado como una mayonesa ligera y cremosa que se lleva bien con todo, además de tener un envase muy seguro y práctico, por lo que es la favorita dentro del núcleo familiar.

Desarrollos Recientes

Un punto muy importante de la estrategia de Hellmann's® es el esforzarse por satisfacer las necesidades de los consumidores, y por eso es la marca de mayonesas que más innovaciones genera.

Recientemente relanzó al mercado los empaques Flexipack®, que brindan a los consumidores la oportunidad de decorar sus platillos: gracias a su duya (dosificador), pueden distribuir la mayonesa como gusten, para hacer su comida más apetitosa. Además de ser práctico, es fácil de utilizar y seguro para toda la familia. Las presentaciones en que se comercializa son 170 g., 350 g. y 750g., las cuales brindan al consumidor un excelente balance entre contenido y el mejor precio del mercado.

A la par de este lanzamiento se cambió la imagen de Hellmann's®, con una renovación orientada a que se mantenga vigente en el gusto de los consumidores.



además Hellmann's® consintió a las mamás, quienes se llevaron dinero en monederos electrónicos.

Esta promoción estuvo apoyada en radio, televisión, perifoneo y un increíble trailer adaptado en donde todos los niños se divirtieron, participaron y ganaron.

Valores de Marca

Durante décadas, Hellmann's® ha sido parte de la mesa de sus consumidores, y por ello trabaja día con día en mejorar e innovar sus productos y empaques. Un ejemplo claro del cuidado y la atención con que procura a sus consumidores es la presentación Hellmann's® Limón, que surgió al detectar el gusto de la mayoría de las personas por ponerle limón a los



Otro gran acierto de Hellmann's® este año fue el relanzamiento de su Aderezo de Mayonesa en las ciudades de Mérida y Progreso, Yucatán, con el fin de reforzar su posicionamiento. Para lograr el éxito de este relanzamiento se elaboró la promoción "Gran campeonato: niños felices, mamás Hellmann's®", en conjunto con Xbox, la cual tuvo gran aceptación y excelentes resultados. La promoción consistía en que los niños y las niñas, al presentar su ticket de compra del nuevo Aderezo de Mayonesa Hellmann's®, tenían derecho a participar en las "retas" de futbol y baile.

Los ganadores se llevaron fabulosos premios, como Xbox 360, televisiones y reproductores MP3;

platillos que aderezaban con mayonesa. Otro ejemplo es Hellmann's® Light, que fue especialmente fabricada para todos aquellos que desean cuidarse.

Este tipo de innovaciones, tanto en producto como en empaque, evidencian el interés permanente de Hellmann's® por mantenerse a la vanguardia para ofrecer a sus consumidores la mejor opción.

Hellmann's® es una marca integrada por un equipo de profesionales al servicio de los consumidores, que han colocado a la marca en una posición de liderazgo a nivel mundial en el mercado de las mayonesas. Esto definitivamente no ha sido una tarea sencilla, pero ha sido posible gracias a la entrega total de los que conforman esta gran familia.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Hellmann's®

- Cada año se vende en México suficiente Mayonesa Hellmann's® como para hacer 960 millones de tortas.
- Si se pusieran en fila todos los frascos que Hellmann's® vende en México cada año, se le podrían dar 586 vueltas a la Tierra por el Ecuador.