



Mercado

Hablar del mercado de alimentos envasados en México es hablar de Clemente Jacques®. Con la experiencia y el orgullo de ser la primera marca de conservas en nuestro país, desde hace más de 100 años, este "joven experto" participa exitosamente con una amplia gama de productos en las categorías de: chiles, salsas, vegetales, catsup, aderezos para ensaladas, vinagre, mermeladas y frutas en almíbar.

Logros

No basta estar para ser, así que el mantener presencia en el mercado por más de 100 años significa un gran logro en sí. Sin embargo, para Clemente Jacques® no únicamente ha sido muy importante el estar presente, sino el ser y mantenerse como la marca preferida entre los consumidores: Su fórmula ha consistido en acompañarlos y entenderlos desde siempre, anticiparse a sus necesidades y evolucionar junto con ellos de generación en generación, con la intención de hacer su vida más práctica y disfrutable.

Entre haber sido la primera marca en poner chiles enlatados en las mesas mexicanas y haber duplicado su volumen de ventas en los últimos cinco años, existe un sinnúmero de logros para la marca, de los cuales ha sido testigo el mercado de alimentos envasados de nuestro país.

Hoy por hoy, la mayor satisfacción para la marca es mantenerse más vigente que nunca.

Historia

Fue en el año de 1887 cuando el empresario francés don Clemente Jacques, después de importar y comercializar artículos tan diversos como el clásico juego de lotería, naipes, granos, semillas y alimentos enlatados, decidió instaurar la primera fábrica procesadora de alimentos en México, que se convirtió en pionera de la industria de conservas en América Latina con sus deliciosos chiles jalapeños, preparados con su receta única.

Una vez que su proyecto tuvo éxito, don Clemente Jacques comenzó a producir una gran cantidad de alimentos enlatados, tales como frutas en almíbar, patés, aceitunas, salchichas, verduras, atún y muchos más.

Y así es como Clemente Jacques® "despierta el sabor", y se desarrolla en un país reconocido por su excelencia gastronómica, que exige la mayor calidad y la mejor sazón.

Para el año 2002 la marca Clemente Jacques® se unió a la gran familia

Sabormex®, una empresa 100% mexicana posicionada entre las primeras del país, la cual se dedica a la producción y comercialización de alimentos y café.

Hoy, después de más de 100 años de exitosa historia, tener a Clemente en la mesa es como estar al lado de un miembro de la nueva generación Jacques, quien además de poseer todo el conocimiento y la experiencia de este apellido, es: "un gran amigo, joven y emprendedor, con nuevas ideas y siempre dispuesto a entender al consumidor, complacerlo con su sabor y sorprenderlo con sus nuevos productos".

Producto

Si de comer se trata, Clemente Jacques® ofrece múltiples soluciones integradas por una gran variedad de productos y envases, con un atractivo y moderno diseño, que se pueden encontrar en diferentes tamaños y presentaciones.

¿Dulce?, ¿salado?, ¿picante?, ¿light?, ¿gourmet? Con su amplia gama de productos, Clemente Jacques® toca el paladar para despertar el sabor de los platillos.

¿En lata?, ¿en vidrio?, ¿apachurrable?, ¿de cabeza?, ¿abre-fácil? Clemente Jacques® ha desarrollado diversos envases que se adecúan a una vida práctica y ágil, con gran variedad de necesidades y momentos de consumo.

¿En el desayuno?, ¿en la comida?, ¿en la cena? A cualquier hora del día, y desde la entrada hasta el postre, Clemente está ahí, cual amigo inseparable, para satisfacer caprichos y antojos.

Ser pionero en el mercado de alimentos envasados en México representa una gran responsabilidad, de la cual Clemente Jacques® está plenamente consciente, por lo que comprar un producto de esta marca es adquirir una serie de valores intrínsecos asociados a la misma: cuidadosa selección de materias primas, procesos de calidad certificados, tecnología vanguardista y, lo más importante, la receta Clemente Jacques®, esa combinación única de ingredientes que la distingue.



Cuando se desea realzar el sabor de la comida, Clemente está ahí para hacerlo.

Desarrollos Recientes

Es muy común escuchar que, en el mundo actual, la única constante es el cambio, y no hay nada más cierto que esto; es más, los ciclos en que cambian los gustos y preferencias del consumidor se han vuelto cada vez más cortos.

El innovar en sí no es un proceso difícil, pero elegir en qué innovar y lanzar al mercado ideas sustentables que representen un buen negocio para los clientes y que ofrezcan soluciones para los consumidores... Eso es otra cosa.

La certeza en la innovación y la rapidez en la respuesta son factores claves que Clemente toma en cuenta a la hora de lanzar sus productos al mercado, lo cual queda perfectamente demostrado con los lanzamientos recientes de la marca. En la categoría de chiles, Clemente realizó el lanzamiento "más picante" de los últimos años al moler sus jalapeños y chipotles, además de darles la vuelta a través de un envase *upside down*. Lo dicho... "Nadie le enseña a hacer chiles a Clemente Jacques".

De la misma manera, Clemente puso al mundo de cabeza con Mi-Catsup®, la primera salsa catsup dirigida especialmente

a los niños, y no sólo por su sabor, sino también por su envase y diseño atractivo.

En cuanto a aderezos, Clemente es líder de esta categoría con la línea más completa del mercado: tamaños para diferentes necesidades de consumo, cuatro variedades *light* y, para paladares exigentes, la línea gourmet, con la cual, además de aderezar ensaladas, se pueden cocinar diversos platillos.

Y la historia no termina aquí: para Clemente Jacques®, innovar es un proceso constante, por lo que, en el momento de leer estas líneas, seguramente estará sorprendiendo a sus consumidores con un producto nuevo.

Promoción

La estrategia de comunicación y promoción de Clemente Jacques® se sustenta en dos pilares fundamentales: mantener joven y vigente a la marca y agregar valor a la experiencia de compra.

Para Clemente no es relevante segmentar a los consumidores por su sexo o edad: en el mundo de esta marca habitan todas aquellas personas que son jóvenes de espíritu, exigentes y modernas, que disfrutan el sabor de la comida... y de la vida. Así, en los comerciales se puede apreciar igualmente a un abuelo que le da una mordida a su rica torta preparada con chiles, a un chavo afirmando que Clemente es "la neta" al saborear una papas con catsup, a una tierna niña declarando que Clemente es dulce al disfrutar un pan con mermelada, y a una moderna ama de casa confesando que muere por Clemente, que es su amigo inseparable.

El sorprender al consumidor es uno de los *hobbies* preferidos de Clemente, que recientemente lanzó una campaña en la que regaló varias camionetas con sólo destapar una lata de chiles: En el comercial de televisión, un norteño celebra la graduación de su hijo regalándole una canasta llena de chiles Clemente Jacques®: "Mijo, ¡aquí está su camioneta!".

Por otro lado, Clemente lanzó el primer *bonus pack* de chiles en el mercado, y también regaló una práctica chilerita para que los consumidores tuvieran siempre a la marca presente en su mesa. A través de ofertas armadas, ha puesto diferentes opciones en las manos de sus

consumidores para diversificar sus elecciones a la hora de preparar la comida.

Valores

Los valores de esta marca están estrechamente relacionados con la personalidad de don Clemente Jacques, creador de la misma hace más de 100 años. Estos valores han trascendido y se han fortalecido en el tiempo, de manera que, si hoy se pudiera visualizar al miembro de la cuarta generación de la familia Jacques, se vería como un amigo joven, emprendedor, auténtico, versátil y, sobre todo, buena onda, que regiría su vida con principios como la honestidad, la confiabilidad y el compromiso.

Esos atributos integran el alma y la esencia de la marca Clemente Jacques®, y están presentes en cada uno de sus productos.



Cosas Que Usted No Sabía Sobre Clemente Jacques®

- Clemente Jacques® fue la primera compañía en enlatar alimentos en América Latina: inició en 1887.
- El famoso gallito del logotipo de la marca nació en la línea de pasatiempos de don Clemente, y apareció por primera vez en juegos de naipes en 1887. Hasta la fecha, es el gallito de las loterías clásicas.
- El slogan: "Nadie le enseña a hacer chiles a Clemente Jacques®", es ahora un dicho popular, que se utiliza para decir que nadie le enseña a hacer cosas a los expertos.



De esta manera, Clemente Jacques® está presente en millones de hogares como "tu amigo inseparable para despertar el sabor de tu comida y de tu vida".

En los últimos cinco años, el mercado total de alimentos envasados en México ha mostrado un crecimiento acumulado del 46% en volumen y 29% en valor. Por su parte, Clemente Jacques® ha duplicado sus ventas en el mismo periodo, lo cual es un claro ejemplo de cómo el valor de una marca trasciende y rompe tendencias.

Clemente Jacques® es todo un ejemplo de negocio en franco crecimiento, que detrás de esos favorables números tiene una base cada vez mayor de consumidores: Clemente está presente en millones de hogares, como un amigo inseparable, listo para "despertar el sabor" de la comida y de la vida.

