

La Europea

Mercado

Desde hace más de 50 años, La Europea se ha desempeñado exitosamente en la distribución de vinos, licores y productos gourmet, un mercado que es innovador, demandante y competitivo. A lo largo de su trayectoria ha destacado por ofrecer a sus clientes no sólo precio y servicio, sino la disposición de escucharlo personalmente y brindarle siempre la mejor asesoría en su decisión de compra.



La Europea Sucursal Zona Hotelera, Cancún

El servicio de La Europea no se limita al segmento de menudeo, sino que atiende en gran medida a las industrias hoteleras, restaurantera y de eventos privados. Es en estas cuatro áreas comerciales donde la identidad de la marca está concretamente posicionada desde sus inicios.

La participación de La Europea se concentra en el mercado mexicano, en donde sus clientes de todos los niveles reciben una atención y un servicio especializados, de primera categoría, gracias a que cuenta con el mejor surtido del mercado, puede cubrir hasta los requerimientos más exigentes.

Por otro lado, La Europea es vista con atención por la industria productora, tanto nacional como internacional, por sus ventajas como especialista frente al comercio conglomerado, además de su estilo de trabajo perdurable.

Historia

Don Gumersindo Ruiz Noriega abrió una tienda especializada en vinos, licores y alimentos gourmet, tanto nacionales como importados, en el centro histórico de la Ciudad de México. En el año de 1953, y desde el día de su nacimiento, La Europea se distinguió por su excelente desempeño, que de inmediato empezó a dar frutos.

Para la década de los 80 ya contaba con cuatro tiendas en la Ciudad de México, y se proyectaba su expansión hacia el interior de la República. En 1988 fue creada su filial de comercio exterior, Importaciones Colombres, S.A. de C.V., con la intención de manejar competitivamente productos de América, Asia, Australia y Europa en forma exclusiva. Actualmente es la empresa líder en la importación de vinos de mesa para el mercado mexicano.

En el año de 1994, La Europea inició la modernización de su concepto de tiendas con la apertura, en

la zona de El Tero, Ciudad de México, de una bodega de autoservicio. Posteriormente abrió sucursales en Guadalajara, Jal.; Querétaro, Qro.; Acapulco, Gro.; Cancún, Q. Roo; Los Cabos, B.C.; Cuernavaca, Mor.; León, Gto.; San Miguel de Allende, Gto., y Valle de Bravo, Edo. Mex.

Y de esta manera, al día de hoy cuenta con 40 sucursales, ubicadas estratégicamente en los puntos más importantes de los sectores de clase alta y de turismo.

Además de su expansión hacia el interior de la República, la evolución de La Europea a través de estos años se ha caracterizado por la constante modernización de sus tiendas, y gracias a esta estrategia ha logrado incrementar su participación de



La Europea sucursal Cumbres, Cancún

mercado, como mayorista y especialista, particularmente en el segmento de vinos –que incluye champaña–, en el que ostenta un indiscutible liderazgo.

Actualmente La Europea es, sin duda, una marca consolidada en el mercado mexicano, en donde se le identifica plenamente como la especialista de prestigio en el sector de vinos, licores y productos gourmet.

Producto

La gama de productos de La Europea corresponde a lo que se ha establecido internacionalmente con el carácter de especialista en vinos, licores y alimentos gourmet, y los ofrece tanto de origen nacional como de todos los países productores más reconocidos y prestigiosos globalmente.

Uno de sus productos más representativos es el bacalao selecto, con una larga historia como proveedor de este alimento tan arraigado en la tradición mexicana. La

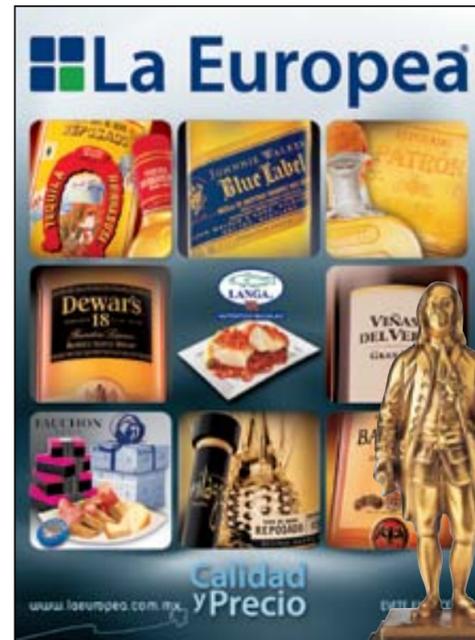


marca que comercializa es Langa, el bacalao líder en el mercado por su gran calidad.

También se distingue por sus exclusivas canastas de regalo, que se distribuyen con éxito durante todo el año, pero principalmente en la temporada navideña, cuando edita su catálogo especial de primera clase.

Logros

A través de su exitosa trayectoria de más de medio siglo, La Europea ha conquistado un indiscutible liderazgo en el mercado, por lo que representa un referente sólido que sus competidores estudian con el fin de contrastar su propia posición en términos de precio, servicio y repertorio de productos.



Gracias a este liderazgo y fortaleza, la Universidad Anáhuac y el Ries Marketing Institute, en su calidad de patronos del Premio Nacional de Mercadotecnia Al Ries a la Marca del Año, postularon a La Europea en la 4a. edición del certamen, dentro de la categoría de La Marca de Mayor Tradición y Consistencia. La Europea obtuvo el 1er. lugar de la categoría, y el comité organizador le extendió una felicitación especial.

Otro motivo de orgullo para La Europea es su tradicional catálogo navideño: una edición de lujo que ilustra los productos y promociones de fin de año con un diseño e impresión de tal calidad que no sólo se reparte entre los clientes, sino que año con año se inscribe a The Premier Print Awards, que otorgan Printing Industries of America, Inc. y Offset Multicolor, S.A. de C.V.

El catálogo de La Europea ha ganado en cuatro ocasiones el trofeo Benny de este certamen, que lo reconoce como El Mejor Catálogo del mundo: la más reciente en el 2006, y las tres anteriores en 2003, 2002 y 1997. Cabe resaltar que en esta categoría participan alrededor de 5,000 trabajos, de 15 países, por lo que La Europea, además, ha logrado enaltecer a las artes gráficas de México.



Ante la Crisis

Ante la reciente crisis económica quedó demostrado claramente el nivel de fidelidad que La Europea ha conseguido desarrollar en sus clientes, quienes a pesar de todo continuaron adquiriendo sus productos, si bien en menor medida... Es gracias a este tipo de resultados que se ha alcanzado no sólo el crecimiento de la empresa, sino la valorización de la marca.

Por otro lado, la estrategia que La Europea aplicó frente a la tormenta no fue, como en otros casos, el ejercer una reducción operativa, de gastos o cierre de sucursales, sino al contrario: aprovechó la baja de actividades para mejorar instalaciones, afinar la administración y evaluar nuevos proyectos. Estos criterios le reportaron resultados muy positivos tras la crisis.

Desarrollos Recientes

Con la intención de mantener su alto estándar de servicio actualizado, La Europea creó un ambicioso plan promocional conocido como Cava-Club, que consiste en un exclusivo grupo de afiliados para el que ofrece, sin ningún costo ni compromiso de compra, diversas actividades y servicios para fomentar un acercamiento al apasionante mundo del vino. Desde hace ya diez años ha venido obsequiando a sus miembros con numerosos eventos de presentación y catas con importantes personalidades del mundo vitivinícola, así como con viajes para visitar importantes bodegas internacionales. Por supuesto, estos clientes distinguidos también tienen acceso a interesantes promociones exclusivas.



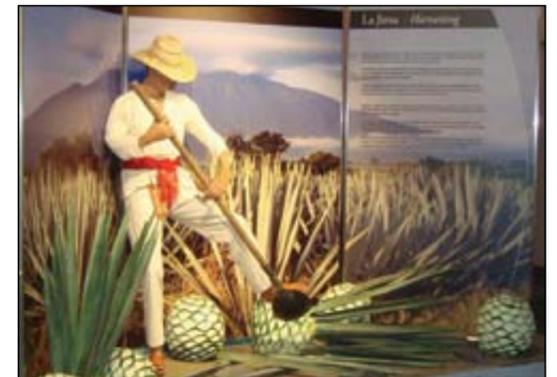
Así, esta comunicación se enfoca en las marcas que maneja, y generalmente se asocia a los planes de los productores, ya sean nacionales o extranjeros.

Gracias a esta estrategia se mantiene siempre actualizada con la moderna mercadotecnia global, que su departamento de mercadeo adapta a las particularidades nacionales para el lanzamiento de sus promociones, que difunde a través de medios masivos, tales como radio, televisión, prensa y correo directo.

Valores

La Europea está consciente de que tanto su existencia como el mantenimiento de su posición dentro del mercado dependen del arduo trabajo diario, en función de valores de servicio y honestidad, para fomentar su crédito mercantil y una imagen estimable, únicas garantías de una vida empresarial a largo plazo.

Así, acepta profundamente su papel dentro de la sociedad y lo hace extensivo a todos sus colaboradores, que entregan su entusiasmo para realizar un auténtico trabajo en equipo.



Asimismo, la compañía ha perfeccionado el servicio que presta en celebraciones sociales y eventos empresariales, con lo que ha obtenido excelentes resultados, como una amplia cartera de clientes satisfechos.

Por otro lado, La Europea se asoció recientemente con la prestigiosa marca francesa FAUCHON, para la instalación de *corners* dentro de sus propias sucursales con la imagen y productos de esta importante firma de tiendas gourmet, cuya sucursal principal, que se encuentra en la plaza de La Madeleine, en París, Francia, es la referencia de lujo en alimentación contemporánea.

Promoción

La comunicación de La Europea parte de una relación estrecha con sus proveedores, basada en planes y técnicas bilaterales, lo cual asegura la coordinación práctica y el nivel profesional de sus campañas publicitarias y promocionales.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre La Europea

- La Europea cuenta con el primer Museo Sensorial del Tequila en México, ubicado en su sucursal de la zona hotelera de Cancún, Q. Roo.
- La Europea ofrece uno de los mayores catálogos de denominaciones de origen de todo el país.
- La Europea ofrece asesoría personalizada, venta a consignación de productos y entrega a domicilio para todo tipo de eventos.
- La Europea tiene presencia dentro de los salones Club Premier de Aeroméxico, en la sala nacional e internacional de la T2 del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, bajo el concepto La Europea Taste & Shop.