



Mercado

Desde hace muchos años, el mundo disfruta de los beneficios y el deleite que el café prodiga a los paladares de sus consumidores. Una taza de café caliente en la mañana ayuda a enfrentar el mundo con buen ánimo y la energía necesaria para cumplir las obligaciones diarias. El café es conocido por su poder estimulante, porque activa los sentidos y desencadena esa sensación de placer tan característica.

Nescafé llegó a Ecuador en el año 1991 y, desde entonces, su crecimiento no ha cesado y ha alcanzado la categoría de marca líder en café soluble. Hoy, los ecuatorianos pueden disfrutar de esta bebida desde la intimidad de sus hogares o compartir una deliciosa taza con amigos en lugares de esparcimiento. Nescafé acompaña a cada ecuatoriano en cada importante o cotidiano momento de su vida.

La predilección por la marca Nescafé se confirmó mediante la última encuesta de Pulso realizada en el país, en la que fue reconocida como una de las 100 marcas más recordadas del Ecuador, siendo la única de café que logró aparecer en esta prestigiosa lista.

Los consumidores de Nescafé forman un grupo extenso y heterogéneo. Es un producto disfrutado por todos los segmentos sociales y grupos de edad, desde amas de casa y ejecutivos hasta

jóvenes estudiantes. El consumo per cápita es de aproximadamente 110 tazas de café al año, que bien podrían ser deliciosas tazas de Nescafé.



Se estima que, en promedio, 300 millones de tazas de Nescafé son consumidas diariamente en el mundo. Así, nuestra marca es la líder mundial en café soluble.

Logros

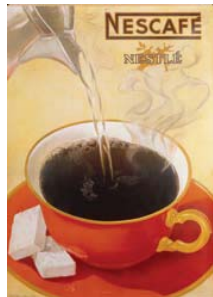
El mercado del café es cambiante y competitivo, por ello es necesario estar siempre a la vanguardia, buscando nuevas maneras de llegar al consumidor y consentirlo. Así, Nescafé fue la marca pionera en el mercado de café al paso, a través de la distribución de más de

1.200 máquinas de expendio de café en lugares estratégicos, lo que ha permitido la expansión del mercado y la posibilidad de disfrutar el café

favorito del Ecuador donde se apetezca. Esta iniciativa ha contribuido a la creación de nuevas plazas directas de empleo, y muchas otras oportunidades de trabajo indirecto (surtidores de pasteles, empanadas y dulces), aportando así a la economía de muchos ecuatorianos.

La historia de Nescafé se ha visto colmada de éxitos comerciales y aciertos comunicacionales. El consumo de café siempre fue asociado a la vida adulta, pero, hoy en día, entre los consumidores de café podemos contar también a jóvenes adultos. Las campañas «Open up» y «Una cosa lleva a la otra» han sido especialmente identificadas como aquellas que abrieron el mercado hacia un nuevo espacio de consumo: la juventud. Adicionalmente, se han realizado eventos tendientes a complacer a este segmento, como los Nescafé Concerts, en diferentes universidades del país. Este año se premió a

los dieciocho mejores exponentes de la música ecuatoriana durante los Premios Principales Nescafé (primeros en lanzarlo en Latinoamérica), evento que traspasó ampliamente las metas establecidas y logró empatía entre el público y la marca.



Innovación es una de las palabras que caracteriza a la marca y, como muestra, una nueva era en las comunicaciones se inició el día 10 de mayo con el lanzamiento del primer avión comercial Nescafé-Aerogal, fruto de una gran visión de futuro y la alianza estratégica entre dos empresas de renombre y total credibilidad en el mercado. Esta obra de gran compromiso y trabajo en equipo demuestra que si se quiere llegar alto hay que trazar metas y estudiar el mejor camino para lograrlo.

Bajo la premisa de «Nescafé te levanta» se demuestra una vez más que no hay límite sino el cielo, y que es posible alcanzarlo.

Historia

La historia de Nescafé surgió en el año 1930, cuando el Gobierno de Brasil solicitó a Nestlé, una empresa que había logrado en forma exitosa la solubilidad de la leche, que trabajara en un café en polvo que mantuviera sus cualidades de sabor y aroma, pero que se disolviera óptimamente en agua.

El gurú del café, Max Morgenthaler, y su equipo de Nestlé se dieron a la tarea de cumplir con la petición, poniendo a disposición inmediata sus conocimientos y tecnología. Después de siete largos años de investigación en Suiza, Nestlé se convirtió en la primera empresa en lograr la solubilidad del café. Este nuevo producto fue llamado Nescafé, una combinación de Nestlé y café, hoy líder global en solitario entre las marcas de café soluble.

Nescafé mantiene además un importante programa mundial de fomento agropecuario, con el cual presta ayuda a los distintos caficultores para fomentar el desarrollo de mejores cultivos, brindando a su vez capacitación y asesoramiento.

Producto

Nescafé tiene un completo abanico de productos creados para complacer a los consumidores casuales y a los conocedores más exigentes. Todas las variedades ofrecidas tienen en común la calidad y el cuidado que ponemos en cada detalle para brindarle un café único, una deliciosa experiencia en cada taza.

En Ecuador, el portafolio actual de Nescafé consta de dos grupos muy importantes: Retail y Vending.

- En Retail encontramos:
• Nescafé Tradición: bouquet original, para quienes gustan de un café fuerte.
• Nescafé Dolca: el suave placer del café.
• Nescafé Decaf: todo el sabor del café sin los efectos de la cafeína.
• Nescafé café con leche: el tradicional café con leche de cada día, con el toque de Nestlé.



Y en Vending:

- Nescafé Cappuccino: el clásico, el mejor cappuccino tal como lo hacen en Italia.
• Nescafé Cappuccino vainilla: delicioso cappuccino con un toque de vainilla.
• Nescafé Mokaccino: para disfrutar de un ca-



ppuccino con un poco del mejor chocolate Nestlé.

El Nescafé que se comercializa en Ecuador proviene, mayormente, de nuestra planta en Colombia, país famoso por la calidad y superioridad de sus granos.

Desarrollos recientes

Aprovechando la materia prima de calidad colombiana, en el año 2006 Nescafé invirtió más de 5 millones de dólares en modernización e implementación tecnológica de su planta en Bugalagrande (Co-

lombia) y logró así maximizar los beneficios y obtener un café aún más exquisito en cuanto a aroma y sabor.

Promoción

Además del placer que conlleva disfrutar cada sorbo de Nescafé, nos esforzamos por prolongar esta experiencia en muchos otros aspectos de nuestra relación con el consumidor. Por ello se realizan promociones que tienden a calar en la preferencia de quienes nos consumen.

Durante estos dieciséis años hemos compartido y premiado la fidelidad de los ecuatorianos con diversas promociones, valorando su simpatía con incentivos de acuerdo a los gustos específicos del target. Así, el público adulto se ha visto retribuido, por ejemplo, con viajes y dinero en efectivo; mientras que el segmento juvenil ha sido motivado con eventos inolvidables y artículos determinantes en la preferencia popular (CDs, rockolas, iPods, entre otros).

Está claro que Nescafé realmente se esfuerza por conocer y consentir a sus consumidores.

Valores de marca

Cada día se cierra un poco más la brecha que separa lo que somos de lo que queremos ser para nuestros consumidores. Como marca,

identificamos cuatro pilares que nos hacen ser lo que somos, y nos llena de orgullo el prestar nuestra total atención a cada uno de ellos:

- Consumidor: individualidad
Compañía: pasión por el café y la perfección.
Producto: el café de mejor sabor.
Beneficio: estimulación y placer.

Son bien conocidos los valores que hacen de Nescafé una marca única, y, debido precisamente a ellos, hemos alcanzado la punta del mercado.

Los granos de café son siempre de categoría insuperable para satisfacer los deseos y expectativas del consumidor. Rico, aromático, de sabor intenso e indulgente, cada sorbo de café es estimulante; cada taza es el resultado de entender los hábitos del consumidor y sus tendencias.

Su magia sorprende más allá del sabor. Su esencia es provocadora; estimula la parte física, mental y emocional.

Se conciben innumerables beneficios del café, y Nescafé los resume y concede, además, la simplicidad de disfrutar de una inigualable taza de café añadiendo solo agua.



Cosas que usted no sabía sobre Nescafé

- La primera lata de Nescafé fue vendida en Suiza el 1 de abril de 1938.
• En 1994, Nescafé inventó el proceso "full aroma" para preservar el aroma único del grano de café.
• Desde el 1 de enero de 2007 hasta el día hoy, se han tomado 58.560'652.732 tazas de Nescafé en el mundo, es decir, 23'708.766 tazas por hora.
• En 2007, lanzó en Ecuador el primer avión Nescafé junto a la empresa Aerogal, con actividades únicas.

