

LOBOS

MERCADO

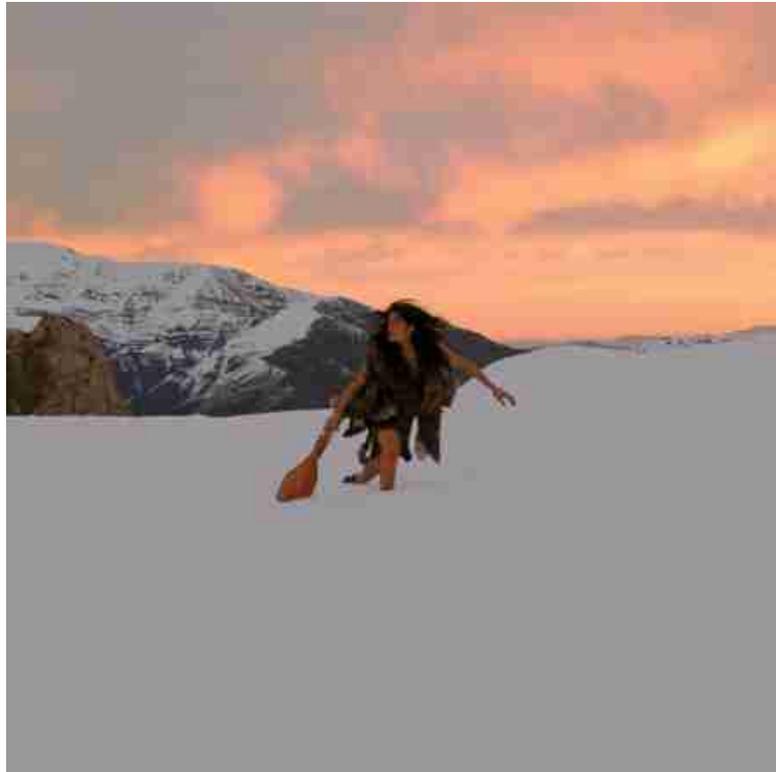
Con más de un siglo de trayectoria en el mercado, “Lobos” representa uno de los íconos más propios de los consumidores chilenos y la marca de mayor participación en su categoría, la que sabiamente ha evolucionado junto con la identidad nacional y de acuerdo a las necesidades de las distintas generaciones y segmentos, diversificando sus variedades y modernizando su logotipo, formatos y diseños de envases.

Lobos es una marca transversal a todos los grupos socioeconómicos. Su participación de mercado es de un 65% y su penetración anual alcanza un 86,4%, mientras que como marca es la de mayor nivel de recordación o “top of mind” de la categoría.

LOGROS

En sus 102 años de historia, Lobos ha mantenido su liderazgo en la categoría y ha incorporado nuevas tecnologías para agregar valor e innovar con productos verdaderamente revolucionarios en su tipo, mejorando así la calidad de vida de sus consumidores y atendiendo las necesidades específicas de la población.

Utilizando un recurso milenario y de óptima pureza extraído desde el Salar Grande de Tarapacá, la empresa SPL ha implementado mejoras en la cadena de producción, así como en sus procesos de empaque y distribución, entregando un servicio



Tarapacá, fuente natural desde donde se extrae sal para atender las necesidades del mundo entero y por al menos cinco mil años más. Ubicado en el desierto de Tarapacá, 60 kilómetros al sur de la ciudad de Iquique, en la Región de Tarapacá de Chile, yace este salar cuyos orígenes se deben a la fosilización de aguas acumuladas en una cuenca; y es por ende considerado uno de los lugares más descontaminados del planeta. La pureza de su materia prima alcanza un 98%, lo que permite la extracción y desarrollo de sal de extrema pureza y blancura.

Hacia 1905, el terreno del Salar Grande de Tarapacá fue adquirido por la Compañía Explotadora de las Salinas de Punta de Lobos, con el propósito de explotar el yacimiento a rajo abierto y extraer sal, elaborarla y venderla a los consumidores finales.

Luego de largos esfuerzos, en la década de los 50 el negocio comenzó a rendir

frutos y permitió modernizar la infraestructura de Punta de Lobos, proceso que culminó con la construcción de un puerto mecanizado en Patillos, desde donde en 1965 se realizaría su primer embarque, permitiendo reemplazar la sal ensacada a granel y mejorar las operaciones de exportación a un menor costo.

Más tarde, en la década de los ‘80, Punta de Lobos se convirtió en una sociedad anónima cerrada y empezó a conquistar nuevos mercados. Ya en 2001, la empresa formaría parte del holding de

HISTORIA

Los inicios de la marca Lobos se empezaron a forjar hace aproximadamente nueve millones de años, tiempo en que se formó el Salar Grande de



empresas SPL –Sociedad Punta de Lobos–, abarcando actividades de producción, embarque y venta de sal.

A mediados del año 2006, el holding fue adquirido por el grupo alemán K+S, considerado uno de los líderes mundiales en el negocio de fertilizantes y en el mercado de la sal; siendo ahora responsable del control de las filiales de SPL: ISCO en Estados Unidos, naviera Empremar en Chile y salina Diamante Branco en Brasil.

SPL produce cerca de seis millones de toneladas de sal por año y exporta a un total de 35 países, a los que provee sal a granel y envasada a través de sus distintas marcas, además de ser un valioso proveedor de distintas industrias, no sólo alimenticia, sino también textil, curtiembre y salmonera, entre otras.

PRODUCTO

Lobos representa como marca uno de los casos de mayor éxito en cuanto al desarrollo de la categoría a nivel mundial, considerando su sostenido liderazgo en el mercado de la sal y su capacidad de innovación y diversificación

continua, incorporando nuevos formatos, diseños y productos, y ampliando su participación en distintas industrias del país.

Actualmente, cuenta con una línea de producto envasado, en la que participan sales de mesa con centenaria trayectoria en el mercado nacional. Hoy la marca cuenta con formatos Lobos en bolsa y en caja, de granulometría gruesa y fina, saleros de mesa en distintos tamaños, un pote reutilizable y microondeable, y su formato Doypack, en bolsa resistente para su soporte de pie, de fácil almacenamiento y cierre hermético.

En cuanto a sus sales culinarias, Lobos con Especies es una línea que le permite a la dueña de casa tener a un verdadero chef en su cocina, disponiendo así de una mezcla balanceada de sal con finas hierbas 100% naturales, que facilitan las preparaciones de platos tradicionales. En la misma categoría, Lobos cuenta con su sal Parrillera, de granulometría gruesa que permite salar gradualmente las carnes a la parrilla y mantener su adecuada sazón sin perder la jugosidad de la carne.

Por su parte, en la línea de sales Light, su marca Biosal hoy está disponible en el mercado bajo sus fórmulas de 50% y 66% menos de sodio. Ambas variedades son elaboradas con sal premium y rica en potasio, con las bondades de reducir los riesgos de accidentes cardiovasculares e hipertensión.

Lobos ha incorporado los últimos avances en envases y diseños ergonómicos,

elaborados con materiales de alta calidad y anti-humedad, y sistemas de cierre cómodos, todo para garantizar las cualidades hasta hoy valoradas por el consumidor: pureza, blancura, sabor y fácil escurrimiento.

DESARROLLOS RECIENTES

Lobos recientemente desarrolló nuevos y funcionales formatos estables para Sal Lobos Fina, lanzando el Doypack: una bolsa más resistente,

de base ancha, transparente y con cierre deslizante y hermético que permite una cómoda utilización en el hogar y fácil almacenamiento; y un pote microondeable y reutilizable, ideado para sazonar directamente los alimentos mientras se cocina, y luego brindar múltiples usos al envase contenedor.

PROMOCIÓN

En agosto de 2007, Lobos estrenó una

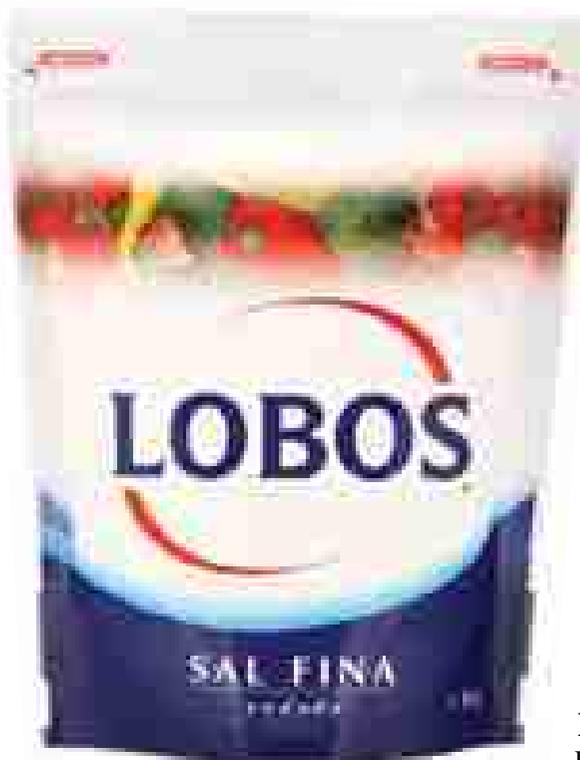
campana de publicidad para televisión en la que se transmitieron al consumidor los dos pilares fundamentales del posicionamiento de la marca: tradición y sabor. En una creativa e interesante producción audiovisual, el spot recrea el momento en que científicos de nuestra era descubren y reviven a una mujer prehistórica congelada en la zona Antártica, la que luego inicia una frenética búsqueda por la ciudad hasta encontrar la misma sal que le dio sabor a sus comidas millones de años atrás: Lobos.

La campana se inspiró en el concepto “La sal de toda la vida y que da sabor a las comidas” e incluyó componentes de sorpresa y humor, y logró con

éxito reencontrar al consumidor con los orígenes milenarios de la sal chilena.

VALORES DE MARCA

Lobos está posicionada sólidamente en el mercado a través de sus valores de tradición y sabor, en conjunto con la calidad del producto y su constante innovación, por ello este año estrenó un rediseño del logotipo y todo su packaging. Éste responde a un diseño de líneas simples y modernas unidas a una colorida fotografía de verduras que entrega una imagen alegre, sana y natural.



LO QUE USTED NO SABÍA SOBRE LOBOS

- La sal es un producto apreciado a lo largo de toda la historia, por ello fue incluso utilizada como forma de pago en la antigüedad, siendo un valioso recurso para sazonar los alimentos y conservarlos por más tiempo en condiciones inalterables.
- Se calculan en más de 12.000 los usos aplicados para la sal, entre ellos en curtiembres, para fijar colores en textiles, para ablandar aguas, para estabilizar y deshielar caminos, sin olvidar las innumerables cualidades como exfoliante y abrasivo natural, y beneficios terapéuticos y de belleza.
- Las exportaciones de cobre el año 2006 alcanzaron a 5,2 millones de toneladas, mientras que SPL ha exportado sobre 6 millones de toneladas anuales de sal, convirtiéndola en uno de los principales productos del país.
- La marca Lobos ha sido distinguida en Francia e Italia con premios que destacan el diseño innovador de su salero y su capacidad de diversificación a través de su línea de Sal con Especies.

