Zeitschrift: Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero
Herausgeber: Organización de los Suizos en el extranjero
Band: 49 (2022)
Heft: 1

Artikel: Cómo Julius Maggi conquistó las cocinas
Autor: Peter, Theodora
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1052364

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Cómo Julius Maggi conquistó las cocinas

Como condimento líquido, cubito de caldo o sopa instantánea, la marca Maggi representa una historia de éxito que empezó hace más de 150 años, en el cantón de Zúrich. Desde entonces, el condimento suizo ha revolucionado las prácticas culinarias en todo el mundo.

THEODORA PETER

En 1869, cuando el joven Julius Maggi, de 23 años, heredó el molino de cereales de su padre en la localidad zuriquesa de Kemptthal, la industria molinera estaba en crisis: con la industrialización, los barcos de vapor y los ferrocarriles, llegaba a Suiza cada vez más cereal barato. Julius Maggi tenía que idear algo nuevo: inventó la "Leguminosa", una harina para sopas a base de legumbres, rica en proteínas, destinada supuestamente a mejorar la alimentación de la población y convertirse en un plato nutritivo para los obreros. Sin embargo, estas "sopas artificiales" no tuvieron buena acogida: por lo pronto, las clases humildes se conformaban con sus patatas y su humilde achicoria, mientras que la burguesía fruncía el ceño ante esa insípida comida para pobres y, además, de curioso nombre.

Todo cambió en 1886, con el concentrado de caldo que se conocería en todo el mundo como el condimento Maggi. Gracias a este condimento de base vegetal con sabor a carne, las sopas comenzaron a venderse mejor. Julius Maggi no era solo un apasionado inventor: "También reconoció la importancia de la mercadotecnia", subraya la historiadora Annatina Tam-Seifert, experta en los inicios de la industria alimentaria suiza. "Debido a que los clientes ya no podían tocar ni oler el producto final, el envase era importante para las ventas". Maggi fue un pionero; él mismo ideó la botellita del condimento líquido, con su etiqueta roja y amarilla, cuyo diseño apenas ha cambiado hasta hoy.

Ícono histórico de un producto: imposible imaginar el condimento Maggi sin su típica botellita.
Foto: Archives Historiques Nestlé, Vevey.

Cuando un poeta canta las virtudes de la botellita

Maggi fue uno de los primeros en montar su propio departamento de publicidad. Apostó por nuevos formatos, como carteles, letreros, sistemas de puntos para la obtención de premios, colecciones de estampas o degustaciones. Al principio, era el propio dueño de la empresa quien redactaba los mensajes publicitarios. Luego, a finales de 1886, contrató a Frank Wedekind, poeta en aquel entonces desconocido que se encargó de redactar versos como

Julius Maggi, aprox. 1890. Foto: Archives Historiques Nestlé, Vevey

Izquierda: Obreras envolviendo las botellitas Maggi en papel blanco, con vistas a su comercialización.

Derecha: Trabajadoras plantando hortalizas cerca de Kemptthal. Julius Maggi fue uno de los más grandes terratenientes de su época.
Foto: Archives Historiques Nestlé, Vevey

estos: "*Das wissen selbst die Kinderlein: Mit Würze wird die Suppe fein. Darum holt das Gretchen munter, die Maggi-Flasche runter" ["Hasta los más chiquillos lo saben: las sopas, con Maggi ricas saben. Por ello, Gretita pronto trae la botellita"]*. Sin embargo, el joven poeta dejó su trabajo a los ocho meses, ya que se sentía "explotado en cuerpo y alma", como escribió a su madre en una carta. Los originales de los textos publicitarios de Wedekind se encuentran actualmente resguardados en la biblioteca cantonal de Argovia.

En aquel entonces ya había *influencers* que se encargaban de hacer publicidad: así, los libros de cocina, entre otros los de la famosísima Henriette Davidis, no tardaron en aconsejar a las amas de casa que realzaran el sabor de sus platillos con Maggi. Sin embargo, hasta la fecha la receta del condimento sigue siendo un secreto bien guardado. Los ingredientes base son proteína vegetal, agua, sal y azúcar, a lo que se le añaden aromas y extracto de levadura. Aunque muchos relacionan su sabor con el apio de monte (por lo que en alemán esta hierba se conoce popularmente como "*Maggi-Kraut*" ["hierba Maggi"]), la fórmula no contiene tal ingrediente.

Maggi también inspiró a los artistas: en 1972, Joseph Beuys utilizó la botellita del condimento líquido para su obra "*Ich kenne kein Weekend*" ["No conozco fines de semana"]. En 1912, Pablo Picasso también inmortalizó el icónico cubito de caldo en su cuadro "*Paysage aux affiches*" ["Paisaje con carteles"]. Entretanto, el cubito se lanzó al mercado en 1908, convirtiéndose a su vez en un gran éxito mundial.

Un gran terrateniente

Maggi no solo tuvo que convencer a los consumidores, sino también a los campesinos que le suministraban materia prima. "A Julius Maggi le costó trabajo encontrar suficientes vegetales en la región para elaborar sus productos", cuenta la historiadora. Los escépticos campesinos debieron primero familiarizarse con los nuevos métodos de la agricultura mecanizada. Al final, Maggi decidió hacerse cargo él mismo del cultivo de la materia prima: compró tierras a pequeños campesinos, a quienes ofrecía trabajo en la ciudad industrial de Kemptthal, entonces en plena expansión. Maggi, propietario de más de 400 hectáreas, llegó a ser el más grande terrateniente privado de Suiza a principios del siglo XX. Al mismo tiempo abrió fábricas independientes y creó redes de distribución de sus productos en Alemania, Austria, Italia y Francia.

Julius Maggi falleció en 1912, a los 66 años. La empresa pasó a ser un holding, con sucursales en distintos países. Durante la Segunda Guerra Mundial, la filial alemana se convirtió en el principal productor de alimentos del *Reich* y en proveedor mayorista de las tropas hitlerianas. Como "fábrica nacionalsocialista modélica," la planta de Singen también explotó a trabajadores forzados.

En 1947, Maggi pasó a formar parte del Grupo Nestlé. Actualmente, el condimento Maggi se exporta a 21 países del orbe. La compañía cuenta con plantas de producción incluso en China, Polonia, Camerún, Costa de Marfil y México.

Referencias bibliográficas:
– Annatina Seifert: *Dosenmilch und Pulversuppen. Die Anfänge der Schweizer Lebensmittelindustrie*. Editorial Hier und Jetzt, 2008.
– Alex Capus: Patriarchen. *Über Bally, Lindt, Nestlé und andere Pioniere*. Editorial dtv, 2007.