

Cómo destacar en un mercado saturado

En un mercado donde la demanda es el factor limitante, los consumidores están cada vez más informados y la calidad ha pasado a ser un factor higiénico, los fabricantes de productos de gran consumo se enfrentan al reto continuo de innovar o perder cuota de mercado. Adicionalmente, las empresas deben esmerarse en la excelencia en la ejecución, que pasa por conseguir el rápido “*listing*” y una buena distribución ponderada de sus novedades. Todo ello asumiendo que, evidentemente, los nuevos lanzamientos responden a “*insights*” relevantes de los consumidores.

Según el Radar de la Innovación de Kantar Worldpanel, el lanzamiento de nuevos productos de gran consumo en nuestro país ha decrecido un 30% en la última década, probablemente

una señal de que las empresas concentran sus esfuerzos en menos lanzamientos, más relevantes y con mayores probabilidades de éxito. El sector de la alimentación destaca como el más activo en lanzamientos de nuevos productos. En este mercado, además, los productos posicionados como saludables y naturales concentran ya, aproximadamente, el 40% de las novedades.

El caso de Nestlé es un ejemplo de la apuesta de esta multinacional por la innovación en productos saludables. La empresa prevé que, en los próximos cinco años, las novedades “*bio*” aporten entre el 10% y el 15% de sus ventas en España. Los primeros productos de esta línea incluyen cafés ecológicos (Bonka o Nescafé Gold Organic) o las nuevas variedades de

Garden Gourmet a base de proteína vegetal.

Y, hablando de estrategia de innovación en gran consumo, Nestlé ha llegado a un acuerdo con Starbucks para empezar a distribuir los productos de esta marca a través de su plataforma Nespresso en catorce mercados, incluyendo España. Un acuerdo de distribución en exclusiva por valor de siete mil millones de dólares, pagados en efectivo por la compañía suiza a la multinacional americana el año pasado.

¿Qué estrategias se nos ocurren para diferenciarnos en mercados saturados de oferta?

Dr. Carlos Malet
Profesor de IQS School
of Management

