

Ejercicio de Realización Individual – Análisis de caso - Archivo de base

Los siguientes casos le servirán de base para responder a la consigna del ejercicio.

ENFASIS ALIMENTACIÓN, La innovación en el desarrollo de productos. México, Ciudad de México. Revista Énfasis [Versión Digital] Viernes 22 de julio de 2012. Disponible en < <http://www.alimentacion.enfasis.com/articulos/64356-la-innovacion-el-desarrollo-productos> > [Fecha de consulta: 25 de abril de 2017]

La innovación en el desarrollo de productos

El desarrollo de nuevos productos está ligado con los hábitos de compra y preferencias que el consumidor va adquiriendo.

Un mercado cada vez más segmentado y consumidores más exigentes, han llevado a las empresas de consumo a centrar gran parte de sus esfuerzos en el área de investigación y desarrollo para la ampliación de sus líneas de productos.

Los consumidores suelen tener ya hábitos de compra y preferencias muy marcadas; lo que hace necesario que las empresas busquen incorporar a sus productos novedades y cualidades que los diferencien y despierten la curiosidad e intención de compra de los consumidores.

Para ello, las compañías realizan diversos estudios sobre las necesidades y preferencias de los consumidores, cuyos datos les permitan desarrollar productos que satisfagan las expectativas de sus públicos meta.

Es así que en el mercado existe cada vez más competencia y productos más sofisticados enfocados a segmentos muy específicos.

Pensemos en el momento de ir al supermercado y elegir por ejemplo, un cereal; iremos directo por la marca que solemos consumir, pero si encontramos alguna otra con cualidades que atraen nuestra atención, como producto gratis o un sabor distinto, caeremos en la disyuntiva de elegir la que nos parezca es la mejor opción.

Continuando con este ejemplo, sabemos que las mujeres buscan con mayor frecuencia mejores opciones de alimentación que vayan de acuerdo a su ritmo de vida; por lo que necesitan un cereal que contribuya a una alimentación saludable y las ayude a experimentar la confianza que viene de verse y sentirse bien, además de que tenga buen sabor.

Recientemente se han creado innovadores opciones para que las mujeres atiendan esa necesidad de un producto distinto, con buen sabor y que las ayude a mantenerse saludables. Detrás del desarrollo de estos productos se han realizado diversos estudios de mercado y pruebas de laboratorio hechas por expertos, que han dado como resultado el surgimiento de una nueva generación de cereales para las mujeres.

De acuerdo con Ana Lucía Mendoza, Coordinadora de Nutrición de Kellogg Latinoamérica,

“la correcta alimentación de las mujeres debe basarse en el “Plato del Bien Comer”, considerando todos los grupos alimenticios - cereales, legumbres y alimentos de origen animal, verduras y frutas -, de los cuales éste último representa uno de los más importantes debido a su gran aporte de vitaminas y minerales”.

Por ejemplo, al detectar que la mujer deseaba poder disfrutar del sabor de la fruta en cada cucharada de cereal, se han desarrollado variedades con trozos de fruta en cada hojuela. Llegar a este tipo de resultados requiere de meses de investigación y trabajo para lograrlo. En el caso de Kellogg, el cereal al que se hace referencia es *Special K*.

Son precisamente este tipo de innovaciones, las que marcarán la diferencia cuando una consumidora esté frente al anaquel y deba decidir entre el producto que suele consumir o inclinarse por probar una nueva opción.

Esto significa también, que cuando una marca decide lanzar un cereal de este tipo, lo hace convencida de que el trabajo de investigación y desarrollo realizado, garantizará el cumplimiento de las expectativas de las consumidoras que deciden probarlo y las hará repetir su compra.

La innovación basada en el conocimiento de las necesidades y expectativas de los consumidores, juega un rol clave en el desarrollo de nuevos productos y extensiones de línea.