

Disminuye lealtad a las marcas de consumo masivo

■ La lealtad del consumidor hacia una determinada marca, sobre todo de consumo masivo, es cada vez menor, afirmó la presidenta de Elespuru Consultores, Susana Elespuru, quien explicó que a diferencia de años anteriores el consumidor de hoy tiene una mayor variedad de productos para elegir, lo que lo hace más susceptible al momento de adquirir un producto.

"El cliente es impactado de manera más agresiva por todos los frentes pues en prácticamente todos los mercados se observa una fuerte competencia. Esto hace que se afecte la fidelidad del consumidor, sobre todo en aquellos sectores en los que trabajan con mayor fuerza los aspectos de precio y promoción", refirió. En ese sentido precisó que resulta cada vez más complicado para las compañías mantener un consumidor, que ganar uno nuevo.

"Mantener la lealtad del consumidor es un reto para las empresas", anotó la experta tras señalar que generalmente esta tendencia se ha

acentuado en productos que resultan ser más accesibles para el consumidor.

"Es más fácil cambiar de pasta dental, mantequilla o fideos que cambiar un auto o algún otro producto que demande un mayor presupuesto", agregó.

Lanzamientos

De otro lado la consultora indicó que la tendencia de las compañías de lanzar o relanzar productos no sólo va cobrando fuerza a nivel mundial sino también en el mercado peruano.

Al respecto comentó que más que un factor ligado a la recuperación del consumo, la mayor actividad que estarían realizando empresas locales y transnacionales se debe a la necesidad de mantenerse y/o evitar perder participación en un determinado mercado.

"La empresa que no se moderniza, que no tiende a innovar en un año con seguridad desaparecerá del mercado. Actualmente existe



Las líneas que se muestran más activas en cuanto a lanzamiento de nuevos productos son las relacionadas con el cuidado personal y cosméticos, manifestó Susana Elespuru.

una ola que ha convencido a las empresas que innovar es la única manera de subsistir y de evitar perder

su cuota de mercado; eso ha llevado a que si hoy lanzan un nuevo producto ya tengan pensado un próxi-

mo lanzamiento", afirmó.

Indicó que con los mayores lanzamientos las compañías también buscan obtener mayores ingresos en aquellos mercados que ofrecen potencial y aún no se encuentran tan saturados.

La consultora precisó que el mayor número de lanzamientos se registra en la categoría de cuidado personal (básicamente en productos relacionados al cuidado del cabello) y la industria cosmética, que realizarían más de 100 lanzamientos al año. "Estas líneas son las más activas, no sólo lanzan nuevas marcas sino también introducen al mercado extensiones de líneas", añadió.

Relanzamientos deben cuidar posicionamiento de los productos

La presidenta de Elespuru Consultores, Susana Elespuru, señaló que los lanzamientos de productos no se limitan únicamente al mercado de consumo masivo sino también de servicios y que un ejemplo de ello serían las compañías de telefonía móvil, que cada cierto tiempo introducen nuevos modelos al mercado.

"La mayor capacidad de inno-

vación depende también del grado de competencia que exista en un mercado", anotó.

La especialista -que participó en el conversatorio de Marketing "Lanzamiento y Relanzamiento de Productos Exitosos" organizado por Owit Perú- señaló que las actividades de lanzamiento y/o relanzamiento no se restringen exclusivamente a las compañías

de origen transnacional.

"Actualmente existen compañías de origen local que han adoptado una estrategia más agresiva y han sabido aprovechar espacios dejados en algunos mercados, lo que las llevó a convertirse en líderes de categoría", anotó.

Asimismo indicó que en los casos de relanzamiento las compa-

ñas deben tener cuidado con el posicionamiento que maneja una determinada marca ya que muchas veces por innovar se pueden producir cambios bruscos en cuanto a sabor, tamaño o presentación que pueden ser no muy bien vistos por el consumidor tradicional, y se podría perder a los consumidores actuales en el afán de captar nuevos usuarios.