

## **La Importancia del Mercadeo Innovador en las Empresas de Alimentos**

*Marcela Rodríguez J. Consultora de CEGESTI*

En la actualidad, uno de los retos de competitividad que enfrentan las empresas alimentarias costarricenses para participar en los mercados internacionales, es presentar productos o procesos empresariales diferenciados e innovadores ante sus clientes. Estos productos o procesos deben ofrecer valor a los consumidores en aspectos como: calidad nutricional; facilidad de preparación; empaque en materiales amigables con el medio ambiente, y que mantenga tanto las características organolépticas como la inocuidad del alimento; y el cumplimiento tanto de las normas de seguridad alimentaria, como de las normas ambientales que exigen los mercados, todo esto a un precio razonable y competitivo.

En el panorama actual y ante la posibilidad de consolidar tratados de libre comercio, las empresas costarricenses deben tomar en cuenta las necesidades de los consumidores en los mercados internacionales, y modificar su oferta de productos, mejorar sus procesos productivos y cumplir con las regulaciones que demandan las autoridades del país destino.

La experiencia de CEGESTI con empresas alimentarias que buscan crecer en mercados más exigentes, tales como Canadá, México, Europa y Estados Unidos, indica que el mercadeo debe tener un ingrediente importante de adaptabilidad y de innovación en los productos. Además, debe comprender elementos como:

- ?? Información sobre oportunidades existentes en los mercados que permita identificar cómo ingresar con mayores probabilidades de éxito a un mercado específico, tomando en cuenta que los productos están siendo provistos por competidores que ofrecen alimentos con características similares, iguales o que cumplen la misma función.
- ?? Capacidad de identificar los negocios de alimentos de manera distinta a como lo ven los competidores, con el fin de crear productos diferenciados en componentes como el valor nutricional, el uso de insumos naturales, con sostenibilidad ambiental, facilidad para la preparación, etc.

?? La aplicación de conocimientos especializados para crear una gama de nuevos productos y servicios más sofisticados, y con mayor valor agregado para los consumidores.

Se considera **innovación** al proceso de identificar oportunidades en los mercados, con base en el análisis de la información comercial, y que conlleva a que la empresa deba hacer adaptaciones de sus productos actuales para cumplir con la demanda, desarrollar nuevos productos e implementar nuevos servicios y cambios en los procesos, para lo cual se utilizan las capacidades tecnológicas propias o de otros aliados.

Estos cambios se pueden realizar desarrollando nuevos productos y servicios que permitan una proactividad con los gustos y preferencias de los clientes, y en cuya formulación y diseño se han tomado en cuenta investigaciones científicas y tecnológicas; por ejemplo, un producto que se vende en el mercado y que es aceptado por el cliente, puede ser mejorado con la introducción de un nuevo empaque. Esto se conoce como **innovación de productos**.

Los cambios también se pueden implementar con una estrategia para mejorar la productividad de los procesos de producción, la comercialización, el abastecimiento y el desarrollo, los cuales permiten tener productos y servicios más eficientes a un menor costo. Esta otra opción está relacionada con la **innovación de procesos**.

Si se trabaja con estas opciones de innovación, las empresas alimentarias entran en negocios más rentables, haciendo que el consumidor valore más los productos diferenciados y especializados, lo que contribuye a tener una mayor oferta de productos y, en consecuencia, a generar mayores ingresos para la empresa. Ejemplo de esto son los productos como las ensaladas listas para comer que se venden en supermercados y restaurantes, las cuales tienen un precio mayor a las que son preparadas en casa, pero cuyo costo no es significativo para un sector de la población que trabaja todo el día y que tiene poco tiempo para prepararse una ensalada saludable.

En Costa Rica existen muchos ejemplos de empresas de alimentos que han empezado a aplicar el mercadeo innovador. Es más, la innovación es la clave para que las Pymes (pequeñas y medianas empresas) del sector alimentario se diferencien unas de otras, y logren acaparar un segmento particular del mercado, lo cual beneficia sus ingresos.

Tenemos el caso de una empresa nacional líder en el sector de pastas alimenticias, que lanzó al mercado unas pastas infantiles con queso "cheddar" y con la forma de los personajes de Looney Tunes, pensando en satisfacer como mercado meta a los niños costarricenses. Por otro lado, en el sector de lácteos, otra empresa nacional introdujo un helado de yogur con probióticos y fibra que favorecen la absorción de calcio. Esta

es una idea innovadora que piensa en cómo beneficiar la salud del consumidor, sin dejar de tomar en cuenta el buen sabor del helado.

Muchas empresas de alimentos se han beneficiado al innovar con la compra de equipo; por ejemplo, una empresa empaedora de condimentos y especias adquirió una moderna mezcladora que homogeniza al vacío las mezclas, favorece la utilización de recetas exactas y facilita la labor de los embutidores. En el sector de panaderías, las empresas empiezan a comprar hornos más modernos y a adquirir camiones de distribución para poder acceder a nuevos mercados.

### ? ? Tendencias Innovadoras en Empaque Alimentario

La innovación en el empaque alimentario está relacionada con novedosos materiales de empaque y con nuevas tendencias que se encuentran íntimamente ligadas con el concepto ecológico de empaque, con la utilidad y con la seguridad alimentaria.

Para los especialistas en mercadeo innovador, la concepción de material de empaque va más allá de una función meramente física y se mezcla con una función psicológica (función comunicativa, comercial, de utilidad y seguridad, importancia para el consumidor, etc.), con el fin de promover la venta del alimento.

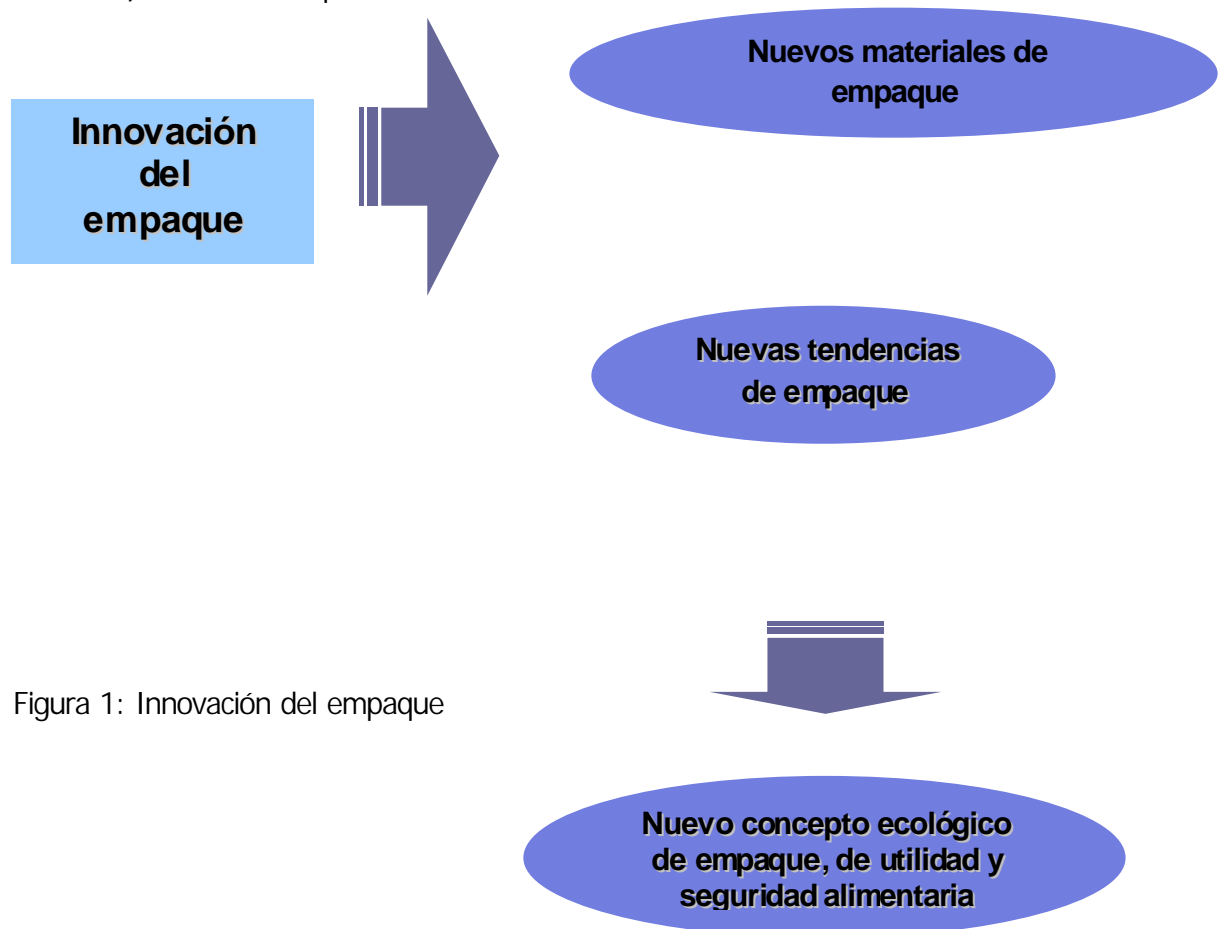


Figura 1: Innovación del empaque

En cuanto a los materiales de empaque, existe una tendencia al uso de materiales ecológicos como el papel, por ser biodegradable; y el vidrio, por ser reciclable y reutilizable. Las nuevas tecnologías han creado papeles resistentes al agua y con redes antibióticas contra bacterias, hongos e insectos.

Con respecto a los diferentes tipos de plástico, se prefiere el poliestireno por ser reutilizable, por su peso ligero y por tener componentes esponjosos que ayudan a mantener la frescura de los alimentos.

En relación con las nuevas tendencias de empaque, se utilizan empaques con pequeñas porciones de alimentos, debido al aumento de familias con pocos miembros y personas que viven solas. También ha habido un aumento significativo en las ventas de alimentos listos para consumir en su propio empaque, empaques para calentar en el microondas y empaques que faciliten el consumo como, por ejemplo, empaques con abrefácil.

Finalmente, en las últimas décadas, la preocupación por la seguridad alimentaria se ha visto incrementada tanto por los productores como por los consumidores de alimentos, por lo que se han empezado a diseñar empaques especiales que conserven la inocuidad del alimento. Un ejemplo es el empaque "termofresh" que mantiene los alimentos en una temperatura controlada, sin necesidad de hielo seco ni materiales tóxicos. Este es un envase al vacío que no daña el medio ambiente.

En conclusión, si el mercadeo innovador se incluye dentro de la cultura organizacional de la empresa, se tiene garantizado el camino a la competitividad y, por supuesto, el logro de los objetivos y los resultados deseados, y se evitarán costos por corrección, se fomentará el compromiso con la calidad por parte de todos los involucrados y se ganará terreno en el crecimiento de toda la organización.