

NUEVO **Medidor digital de cloro**
 ¡¡No más medidas a ojo!!

Cloro (Cl)

► **T i t u l a r** **NOTICIAS ALIMENTARIAS**

► **E s p a ñ a** A c e | A t l e i s ñ o y C A o p n e d r i f B t e b n f C d e a s f s e n s f , u \$ C i ó n m e i s c o | s C o y n g h e C l e n v i d e s e r v a
 ► **I n t e r n a** F r u t a s y | L i o t l e o g s u i n z b s | P a n a p d a e r t i a p E , e s p e a d d a e t l o e r p V a r i e n p o a s r a y d o
 ► **I n t e r n a** E s p e r a t u o s o s

► **P o r** **N o t i c i a s**

ESPAÑA **Salón Internacional de la Alimentación y Bebidas**

Loop Business Innovation en Alimentaria 2012

El sector de la alimentación vive un intenso proceso de polarización entre ahorradores y sibaritas.

29/03/2012 Notorius Comunicación

Compartir **Twitter** **+1**

Enviar **Imprimir**

Loop Business Innovation estará presente en el Salón Internacional de la Alimentación y Bebidas, ALIMENTARIA. Antoni Flores, CEO de Loop, y Natalia Lovecchio, responsable de Gran Consumo de esta firma que lleva 20 años desarrollando modelos de negocio, impartirán la conferencia "La Innovación estratégica para la creación de categorías" en la que se abordarán cuestiones como el packaging como elemento estratégico, la tecnología como motor generador de categorías, la visibilidad en punto de venta como factor estratégico y la fidelización en el canal Horeca.



Según Natalia Lovecchio, uno de los graves problemas del sector de la alimentación es que un gran número de empresas están hoy ofreciendo exactamente el mismo portafolio de productos, "banalizan de tal forma la categoría que hace que el consumidor termine eligiendo por precio".

Asegura también que el sector ha vivido en los últimos años un intenso proceso de polarización entre ahorradores y sibaritas. "Por un lado, la marca blanca y el producto con precios más ajustados, y por el otro, el auge de productos gourmet y marcas Premium".

Esta polarización -explica- "está en la base de muchas estrategias de distribuidor que están explotando sus marcas propias de bajo precio y extendiendo su oferta a productos gourmet. Lanzan al mercado una gama alta y una baja con marcas, acabados y calidades diferentes abarcando ambos colectivos de consumidores".

En su opinión, los fabricantes saben que con el producto ya no alcanza y que se debe repensar el mismo modelo de negocio. Y ahí, es donde interviene la innovación. "Uno de los máximos objetivos de la innovación es la creación de nuevas categorías de productos y servicios (los famosos océanos azules)", afirma.

Asegura que "vivimos la paradoja del consumidor". "Una misma persona selecciona por precio los productos básicos que tienen poco o bajo valor emocional para él y decide comprar productos/servicios super-premium dentro de las áreas que tienen una importancia personal elevada. De esta manera encontramos carros de consumidores que llevan un lata de conserva marca blanca junto a una botella de vino que cuesta unos cuantos euros".

Esta actitud añade complejidad al momento de segmentar los mercados, puesto que en un grupo de personas hasta ahora homogéneo (visto desde el punto de vista de la segmentación tradicional) cada persona adjudica un valor diferente al mismo producto/servicio de acuerdo a sus valores, experiencia y gustos. "La segmentación adecuada sería el segmentar por necesidades/valores únicos. Por ejemplo: individuos que disfrutan de jugar con sus hijos, individuos



Curso On Line

Seguridad Alimentaria

Is IRS Ruining Your Life?
 Fast Help from Co. A+ Rated w/BBB. Owe \$10,000? Call Today to Finance!
irsdebt-relief.net/Tax-Relief

que les preocupa mantenerse jóvenes, individuos que les gusta la música clásica, etc”.

Por otra parte, comenta que en épocas de crisis los productos de los líderes y los de precio bajo tienen claramente definido su rol en el mercado. “Este posicionamiento, ofrece la oportunidad al resto de marcas de romper el patrón seguido en la historia de la categoría, y crear un nuevo paradigma que aporte valores diferenciales al consumidor”.

“Aunque a simple vista no lo parece, el mercado ofrece espacio para todos, ya sea posicionándose como líder, ofreciendo el mejor precio o bien atreviéndose a ser “diferente”. Ser diferente por medio de una oferta de productos distinta o bien creando nuevos puntos de encuentro con el comprador/consumidor”, añade.

En su intervención en Alimentaria, Loop Business Innovation también reflexionará sobre el sector Horeca, un sector que desde que se ha iniciado la crisis, ha sufrido un descenso en ventas puesto que el consumidor ha comenzado a economizar en aquellos productos/servicios que no considera imprescindibles. “A pesar de la situación, el consumidor sigue saliendo a tomar copas, cenar... pero lo hace con menos frecuencia y a menudo con otro nivel de exigencia. Digamos que el planteamiento es, “para una vez que salgo...” quiero algo diferente, algo que valga la pena y estoy dispuesto a pagar un poco más por ello”.

Este planteamiento, en su opinión, ofrece una gran oportunidad a las marcas que están atentas y operan en este canal. “El consumidor está receptivo a nuevas experiencias y coloca a las marcas frente al reto de ofrecer un producto/servicio renovado, algo que los haga disfrutar de la salida, los seduzca, provoque el consumo y permita comentar la experiencia entre su grupo de pertenencia”.

Afirma también que en el canal de la hostelería, obtener esta visibilidad se ha complejizado debido a un incesante aumento de elementos y soportes publicitarios generadores de un elevado ruido visual. “Destacar se ha hecho difícil”.

Loop Business Innovation, con más de 20 años, ha desarrollado más de 1200 proyectos para empresas de primer nivel como Imaginarium, Bosh Siemens, Nespresso, BBVA, Espuña, Tau Cerámica, Grupo Cortefiel, Alfa, Durex, Coca Cola y Danone, entre otros, Loop es una de las principales consultoras con sede en Barcelona y oficinas en Milán y Dubai.

La consultora está estructurada en 5 verticales de mercado: Alimentación y gran consumo, bienes de consumo, bienes de equipo, retail y lujo y nuevos modelos de negocio.

Grants for Women

Apply For A Free Scholarships Now Using Only Government Grants
www.ScholarshipsFinder.com/Grants

Productos Bucales Crest

Luce una sonrisa saludable. Aprenda mas aqui.

www.crestprohealth.com/CuidadoBucal

A Free Market of Ideas

Search CapZen's Free Marketplace Find the Worlds best ideas & Profit

www.CapZen.biz

Actualidad



Recetas

Bacalao al cava con manzana

La mezcla del buen bacalao y el auténtico cava nos deleita los sentidos con esta

rica receta.



Ayudas

El Pozo, Calendario solidario

El Centro de Educación Infantil Antonio Fuertes hace entrega de los 3.300 euros recaudados con la venta de su calendario solidario a la Federación Española de Hemofilia.



Exportación Cultural Gastronómica

La alta cocina abre puertas

La gran fama mundial que se han granjeado los cocineros españoles ha generado que nuestra gastronomía cruce fronteras.



Premios

Andalucía Sabe se alza con el bronce

Las piezas premiadas en este concurso bienal se exponen en el espacio The

Alimentaria Hub durante los cuatro días de duración de esta muestra.



Premios

Reconocimiento al

cursos On Line

para profesionales de la alimentación

¡ P l a z o d e m a t r í c u l a c i ó n a b i e r t o !

- ▶ Producción de ganado vacuno
- ▶ Industria de los cereales y derivados
- ▶ Tecnología de Leche, Industria Láctea
- ▶ I V G a m a
- ▶ Microbiología
- ▶ Alimentación y Nutrición
- ▶ Análisis Sensorial de Alimentos
- ▶ Seguridad Alimentaria
- ▶ Marketing Agroalimentario
- ▶ Tecnología de la industria alimentaria
- ▶ Helicicultura
- ▶ Prevención de riesgos laborales
- ▶ Gestión de la Calidad: ISO: 9000
- ▶ Gestión Medioambiental: ISO: 14000

P r u e b a ▶ g r a t u i t a





consumo ecológico

Nuestro trabajo supone una clara apuesta por el desarrollo de la economía

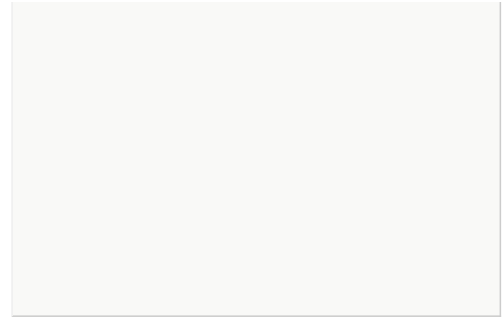
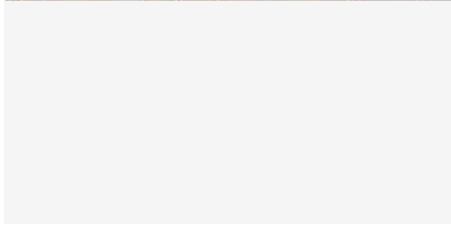
local, la reducción de la huella de carbono, el consumo de variedades locales...

Seguridad alimentaria

El problema del hambre

Tendencias del consumidor

Venta de alimentos



P O R

N o t i c i a s
a l i m e n t a r i a s

Comcast® - Sitio Oficial Ahorra en TV, Teléfono e Internet. Encuentra Ofertas de Comcast Aquí! www.Comcast.com/es

Business Degree Programs Get Free Info on Tuition & Courses At Colleges With Business Programs! www.CampusExplorer.com

DIRECTV Comercial DIRECTV para Negocios Ofrece +75 Canales en Alta Definición. Cotiza! www.directv.com

P O R T • A D A T • R e • P u b l i c i d a d

© Copyright Quantum Digital Group, S.L.