

Despegar.com vende 17% de su portafolio por celular

"Hace falta planear en temas de construcción"

Publicidad impresa está migrando a lo digital

f Facebook

t Twitter

g+ Google +

✉ Mail

Martes , Mayo 26, 2015

McDonald's, Harinera del Valle, FLA y Ramo compiten con siete productos



Bogotá_ Si bien las reducciones de crecimiento de la economía este año y la inflación acumulada por encima de 4% ya le pasa factura a las compañías, algunas de estas siguen lanzando nuevos productos para competir en el mercado y recuperar terreno perdido en ventas.

McDonald's, Harinera del Valle, Ramo y la Fábrica de Licores de Antioquia son ejemplo de esta tendencia, puesto que en las últimas semanas lanzaron, en conjunto, siete productos, entre los que hay sabores típicos, e innovaciones en artículos con chocolate y la combinación con escudos de equipos de fútbol.

Así es como estas compañías que sumaron ingresos operacionales superiores a \$2,1 billones en 2014, entran a una carrera por no perder al consumidor, que ahora, según analistas, es más exigente pero a la vez empieza a cuidar su bolsillo.

Cabe mencionar que de acuerdo con la consultora Kantar Worldpanel en el año pasado se hicieron más de 12.000 lanzamientos para un cálculo de que cada hora hay 1,4 innovaciones en el mercado.

Raúl Ávila, profesor de industria de la Universidad Nacional, dijo que los nuevos artículos funcionan como punta de lanza para incrementar las ventas tras llegar a nuevos nichos de mercado.

"Esto les permitirá recuperarse a largo plazo porque generalmente son inversiones de largo aliento y además, así tratarán de apalancar las pérdidas de algunas", señaló Ávila.

Uno de los lanzamientos más arriesgados fue el de McDonald's, controlado por Argos Dorados, que hace poco inauguró una propuesta de almuerzos con frijoles y arroz en 80 locales en más de nueve ciudades.

Los expertos aseguran que esto hace parte de la estrategia de la multinacional para ganar más participación y así revertir las pérdidas de 2014 que según la Supersociedades fueron de \$28.468 millones.

Harinera del Valle, a través de su filial Santa Clara lanzó Mogochips y Panichips como novedades en su portafolio para, según Alfonso Ocampo, gerente general de la firma, seguir incrementando las ganancias de la compañía que en 2014 terminaron en \$7.882 millones.

"Nosotros invertimos 1% de los ingresos totales en innovación porque es la mejor forma de crecimiento. Haremos más lanzamientos este año", dijo Alfonso Ocampo, gerente general de Harinera del Valle.

Después de meses de especulación Productos Ramo salió a la luz con nuevos artículos bajo la manga como los paquetes de plátanos verdes y maduros; los ponqués Ramito, y las Donas.

Germán Martínez, nuevo director general de Ramo, señaló que con la demanda de los nuevos productos, la compañía está pensando en acrecentar 38% la producción que será sustentada con una nueva planta en la Zona Franca de Occidente.

Otra que busca ganar clientes es la Fábrica de Licores de Antioquia, FLA, que el año pasado vendió 63,4 millones de botellas, y que en 2015 aspira a aumentar la cifra debido a la edición 'Rey de Copas' tras una alianza con Atlético Nacional. Esta estrategia inició con 120.000 unidades en más de siete departamentos.

Esto permitirá que los ingresos de la FLA aumenten sobre los \$1,06 billones de 2014. El consumidor ahora tendrá el veredicto sobre si las proyecciones de crecimiento con estas innovaciones son exitosas.

Las opiniones

Alfonso Ocampo

Gerente General de Harinera del Valle

"Para nosotros la innovación es la mejor forma para tener crecimiento en ventas y este año será uno de nuestros ejes. Hemos tenido tres lanzamientos y haremos más".

Publicidad



Para contactar al autor de esta nota:

Gabriel Forero Oliveros
gforero@larepublica.com.co

Editor de esta nota:

María Carolina Ramírez