



Lanzamiento de Ariel Líquido*

Introducción

En Septiembre de 2008, Procter & Gamble (P&G) lanzó un nuevo detergente líquido bajo la marca Ariel con la misma concentración en la fórmula que el líder del mercado MAS, rápidamente es aceptado por el público mexicano, alcanzando en 2009 una participación dentro del segmento de detergentes líquidos en las tiendas de autoservicio del 14% (Anexo 1). Sin embargo, Ariel no ha logrado ser el líder del mercado como en el segmento de polvos, a pesar de las campañas publicitarias y la constante innovación del producto. Resulta importante para P&G desarrollar estrategias de mercadotecnia que permitan conseguir el liderazgo absoluto en la categoría de detergentes para contrarrestar las ventajas de MAS, debido a un crecimiento constante del segmento de detergentes líquidos.

A principios de 2010 el Gerente de Marca de Ariel, convocó a una reunión a los integrantes de su equipo, con el objetivo de encontrar una mezcla de mercadotecnia para la marca Ariel para que en el 2011 Ariel líquido alcance una participación mínima de 18% en el segmento de detergentes líquidos.

Antecedentes de P&G

P&G es una empresa líder en productos de consumo, dedicada a mejorar la vida de los consumidores desde 1937. Opera con altos estándares de calidad en 180 países guiada mediante valores como el liderazgo, la integridad, la pasión y la confianza. Vende más de 300 marcas de productos y se destaca por su capacidad de innovación, entendimiento de los consumidores, eficiencia y eficacia en la industria, lo que le ha permitido ser el líder del mercado en la mayoría de las categorías de producto donde participa. A través de sus acciones y estrategias, la historia de P&G gira en torno al consumidor y a la sociedad (Página: Procter & Gamble México, Abril 2010).

*Caso didáctico elaborado por Carlos Mondragón, Profesor del Departamento Académico de Administración del ITAM, con el objetivo de ser utilizado como base de discusión en clase y no para ilustrar la forma de manejar una situación administrativa. Derechos reservados conforme a la Ley Copyright © 2012 Instituto Tecnológico Autónomo de México. Prohibida su reproducción parcial o total sin permiso de la Escuela de Negocios del ITAM. Para ordenar copias llamar al 52 (55) 5628-4000 ext. 3400. Versión: Junio de 2012