



La demanda de los consumidores por productos innovadores

CLAUDIA COSTAGUTA Y OSVALDO RETONDARO. Directores de Retondaro, Costaguta y Asociados-España.

RESUMEN

Las sociedades registran tasas de cambio que crecen en forma creciente. En este escenario se observan continuas innovaciones de productos. Dado que el lanzamiento de nuevos productos presenta una elevada tasa de fallo en el mercado, comprender quiénes y cómo son los demandantes de innovaciones es una tarea necesaria y compleja. Más aún en entornos con un alto grado de empoderamiento de los consumidores, cuya lealtad hacia las marcas disminuye y la imprevisibilidad de sus deci-

siones de consumo es mayor. En este artículo se presenta una investigación cuyo objetivo es la comprensión del comportamiento de los demandantes de innovaciones. Se han utilizado técnicas mixtas de investigación social-cualitativas/cuantitativas-, para desarrollar un indicador consistente de innovatividad de los consumidores que mida dichos comportamientos.

PALABRAS CLAVE: innovación, comportamiento de los consumidores, nuevos productos, escala de medición.