

Arancha Larrañaga Muguerza

Caso Oreo bío: lanzar o no lanzar

Arancha Larrañaga Muguerza

Caso Oreo bío: lanzar o no lanzar



Caso Oreobío: lanzar o no lanzar

Arancha Larrañaga Muguerza

Caso Oreo bío: lanzar o no lanzar

Existe un manual del profesor como complemento pedagógico, está a disposición de aquellos profesores que utilicen este documento como material docente.
editorial@esic.edu



Junio, 2023

Caso Oreó bío: lanzar o no lanzar
Arancha Larrañaga Mugerza

Todos los derechos reservados.
Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública
o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización
de sus titulares, salvo las excepciones previstas por la ley.

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos)
si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.cedro.org).

© 2023, ESIC EDITORIAL
Avda. de Valdenigrales, s/n
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel.: 91 452 41 00
www.esic.edu/editorial
@EsicEditorial

ISBN: 978-84-19480-86-6

Cubierta: ESIC
Maquetación: Santiago Díez Escribano
Lectura: Balloon Comunicación
Impresión: Gráficas Dehon

Una publicación de

esic
Editorial

Impreso en España – *Printed in Spain*

Este libro ha sido impreso con tinta ecológica y papel sostenible.

E

O

-

D

Z

o

1. SINOPSIS	9
2. LA MARCA OREO EN EL MUNDO Y EN ESPAÑA.....	10
3. MERCADO DE GALLETAS EN ESPAÑA.....	10
4. RECORDANDO SUS CLASES DE MARKETING: EXTENSIONES DE LÍNEA COMO ESTRATEGIA PARA CRECER	11
5. REUNIÓN CON EL DEPARTAMENTO LEGAL PARA ENTENDER LOS TÉRMINOS BÍO, ECO, ORGÁNICO.....	12
6. REUNIÓN CON EL DEPARTAMENTO DE SOSTENIBILIDAD: LOS SEIS PECADOS DEL GREENWASHING.....	14
7. REUNIÓN CON EL EQUIPO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: LOS CONSUMIDORES.....	15
8. APÉNDICES	17



Arancha Larrañaga Muguerza

La profesora Arancha Larrañaga está especializada en marketing estratégico, *retailing* y sostenibilidad. Cuenta con 21 años de experiencia en posiciones de investigación de mercados, *brand management* y estrategia comercial en SC Johnson y Kelloggs. Al mismo tiempo, ha impartido clases de marketing y ventas durante 20 años en la Universidad Pontificia Comillas (UPCO) y 5 años en el IE.

Desde 2020 se dedica a tiempo completo al mundo académico, y sus estudios de doctorado se centran en entender cómo los consumidores categorizan productos de gran consumo como sostenibles medioambientalmente. También colabora con ESIC BS formando a profesores en la escritura de casos. Es licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales y licenciada en Investigación y Marketing por la Universidad Pontificia Comillas, PDD (Programa de Desarrollo Directivo) por IESE y *coach* certificada por CTI.

<https://www.linkedin.com/in/aranchalarranaga>

Caso original de la profesora, **Arancha Larrañaga Muguera**. Desarrollado como base para discusión en clase y no como ejemplo ilustrativo del manejo eficaz o ineficaz de una situación de negocio. Los datos utilizados en este caso se basan parte en fuentes reales recogidas según citas y parte en situaciones creadas para plantear la problemática que resolver.

Original del 5 de mayo de 2023.

Palabras clave: extensión de línea; términos bío, eco, orgánico, sostenible; *greenwashing*.

Categoría: comportamiento del consumidor, marketing, sostenibilidad.

1. Sinopsis

Carmen se acaba de incorporar a Mondelez España como *junior brand manager* de la marca Oreo reportando al *marketing manager* de galletas, Javier. Oreo es una marca que aumenta sus ventas año tras año, y es difícil mantener este ritmo dada la competencia y las nuevas demandas de los consumidores. Con el objetivo de crecer y responder a las necesidades de los consumidores con respecto a productos bío, Javier pide a Carmen un análisis y una recomendación sobre lanzar o no Oreo bío como extensión de línea en España, como país piloto a nivel mundial. Para elaborar este análisis Carmen se reunirá con los departamentos de legal, sostenibilidad e investigación de mercados. Tras recabar toda la información, analizará pros y contras del lanzamiento en España y tendrá que dar una recomendación.

2. La marca Oreo en el mundo y en España

Oreo es una marca internacionalmente conocida de galletas con relleno de crema de vainilla. La marca fue creada por la empresa estadounidense Nabisco en 1912 y actualmente es propiedad de la multinacional estadounidense Mondelez International. La marca Oreo ocupa la posición 41 en el *ranking* «Brand Finance Top 50 Most Valuable Food Brands» en Estados Unidos.¹ Las galletas Oreo se venden en más de 100 países en todo el mundo y son una de las marcas de galletas más populares en muchos de ellos. Se producen 40 billones de Oreo al año a nivel mundial y se ha adaptado a los gustos locales con variedades como pollo picante en China, dulce de leche en Argentina y una edición limitada para Navidad con turrón en España. Ver apéndice 1.

En España, las galletas Oreo son muy populares y se pueden encontrar en casi todos los supermercados y tiendas de alimentación. La marca Oreo ha estado presente en el mercado español desde 1995 y ha logrado una gran aceptación entre los consumidores españoles. Las galletas Oreo se venden en una variedad de formatos y sabores.

3. Mercado de galletas en España

El mercado de galletas en España es un sector muy importante de la industria alimentaria y ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años. Se trata de un mercado muy diverso, que incluye una amplia variedad de productos: galletas en formatos grandes para el desayuno, galletas en paquetes que contienen formatos individuales para consumir fuera de casa, galletas bío, con semillas, bajas en azúcar, etc. Todo esto con o sin chocolate u otros rellenos.

Los principales actores del mercado de galletas en España lo conforman grandes multinacionales y pequeñas y medianas empresas locales.

- **Galletas Gullón** es una empresa familiar fundada en 1892 en Aguilar de Campoo (Palencia), que se ha convertido en la mayor fabricante de galletas de España. En 2021, la facturación de Gullón ascendió a 419 millones de euros.
- **Grupo Siro** es una compañía española fundada en 1991 en Aguilar de Campoo, y es uno de los mayores productores de galletas de Europa. En 2020, la facturación de Grupo Siro fue de 577 millones de euros. Siro fabrica **bajo la marca Hacendado** las galletas, entre otras categorías que se venden en Mercadona. Su dependencia de la compañía de supermercados es total, dado que supone el 90% de sus ventas.²
- **Artiach** es una compañía española fundada en 1907 en Bilbao, que es conocida por su marca de galletas María. En 2020, la facturación de Artiach ascendió a 275 millones de euros.

¹ <https://www.rankingthebrands.com/Brand-detail.aspx?brandID=2715>

² <https://sivarious.com/proveedores/principales-empresas-fabricantes-y-comercializadoras-de-galletas-en-espana-20220628-0558/>