

Se enfoca Sigma en innovar productos

MARLEN HERNÁNDEZ

En los últimos años, Sigma, la filial de Alfa en el sector alimenticio, se ha enfocado en la innovación y expansión de capacidades en segmentos de mercado de alto crecimiento, lo que ya ha comenzado a dar frutos.

Eduardo Escalante, director de Finanzas de Alfa, afirmó en conferencia con analistas que durante 2019 Sigma lanzó más de 270 nuevos productos a través de su plataforma de innovación y tiene más de 740 productos en desarrollo.

“La innovación es clave para que Sigma se mantenga por delante de las preferencias del consumidor”, señaló el directivo.

Resaltó que los productos lanzados en el último trienio, que incluyeron artículos de proteínas a base de plantas bajo la marca Campofrio Regalia, representaron el año pasado 11 por ciento de los ingresos.

En este mismo sentido, Escalante mencionó que Sigma lanzó su unidad de negocios Global Snacking para aprovechar la tendencia creciente de los bocadillos a base de proteínas.

Explicó que como parte de la estrategia de innovación para el desarrollo de nuevos productos, la compañía lleva a cabo más de 260 mil contactos con consumidores por año, hecho que le permite traducir sus preferencias en nuevos lanzamientos de productos.

El directivo de Sigma dijo que tienen 200 especialistas en temas como innovación y tecnología.

Además, expuso que cuentan con tres centros de investigación y seis plantas piloto de producción.

No obstante, a pesar de que la compañía cuenta con recursos importantes para la innovación y desarrollo de nuevos productos, también buscan proyectos externos que tengan un potencial relevante, manifestó.