

Nuevo negocio

Unilever le sale a competir a Off en repelentes de mosquitos

Es un mercado de \$ 1.000 millones. La marca que usan arranca en Argentina y en el sudeste asiático.



El temido mosquito *Aedes Albifasciatus*.



Martín Bidegaray



El segmento de repelentes de mosquitos para la piel mueve cerca de \$ 1.000 millones anuales. Off, de SC Johnson, es una casi una marca genérico en esta categoría: cuando los consumidores piensan en el cuidado frente a las picaduras, esta etiqueta es la primera que les viene a la mente. Pero este verano tendrá un nuevo competidor. La anglo-holandesa Unilever le salió a pelear a SC Johnson con un desarrollo propio, que se llama LivOpen.

Como sucedió con otras marcas, que ganaron tracción y conocimiento a través de "precios cuidados", la empresa de higiene y cosmética está usando esa canasta productos -cuyos precios están pactados entre las cadenas de supermercados con el Gobierno- para lanzar LivOpen y que se haga conocida.

En principio, LivOpen es más económico que su competidor Off, pero en Unilever apuestan a la calidad como una forma de obtener participación de mercado. Pero también se trata de una categoría que suele registrar "quiebre" de stocks. Esto es que la gente **se queda sin productos cuando la demanda es muy alta**. En ese sentido, la mayor competencia permitiría a los consumidores otras opciones si se agota la marca más demandada, como ya sucedió en otros veranos.

LivOpen forma parte de una línea de productos dedicados al cuidado de la salud que Unilever está llevando a todos los mercados en los que opera. Sin embargo, la Argentina es el primer destino latinoamericano al que llega esta marca, mientras que los otros mercados que explorará serán en el sudeste asiático. En la decisión de Unilever de dar sus primeros pasos en la Argentina también influyó que -durante distintas temporadas- el país estuvo en riesgo de tres epidemias de mosquitos (Dengue, Zika y Chikungunya)

La irrupción de LivOpen en el mercado local fue anticipada por el pharmabiz.net, un sitio especializado en la industria farmacéutica y cosmética.

"La variedad Máxima duración protege durante 10 horas de mosquitos, bichos colorados, moscas, jejenes y otros insectos. Es de fácil aplicación, posee un agradable aroma, no mancha la ropa, resiste el agua y la transpiración", informaron en Unilever.