

EMPRESAS

El sector de gran consumo apuesta por la innovación como palanca de crecimiento y para revalorizar el mercado

lainformacion.com

martes, 08/04/14 - 13:22

comentar [0]

Promarca crítica que muchas innovaciones no llegan al consumidor porque algunas cadenas no las comercializan



El sector de gran consumo apuesta por la innovación como palanca de crecimiento y para revalorizar el mercado

**Temas**

Alimentos | Carrefour | Comunidad de Madrid | Economía (general) | Empresas | España | Europa | Mercadona | Ministerio de Economía | Tiendas por secciones

0

0

Promarca crítica que muchas innovaciones no llegan al consumidor porque algunas cadenas no las comercializan

MADRID, 8 (EUROPA PRESS)

El sector del gran consumo ha advertido de que las **empresas** deben apostar por la innovación en sus productos, que encadenan siete años de descenso, para evitar la caída del mercado, revalorizarlo y generar valor y volumen para seguir creciendo.

El estudio 'Radar de la innovación' del sector del gran consumo realizado por la consultora Kantar Worldpanel ha destacado que el 94% de las innovaciones en el gran consumo en 2013 proceden de las marcas del fabricante, mientras que sólo el 6% corresponden a la marca de distribución.

César Velencoso ha subrayado que el "mercado está pasando por dificultades" y que ha empezado en los primeros meses con las marcas de distribución que empiezan a frenarse.

Kantar Worldpanel resalta que la innovación es la "mejor palanca de crecimiento", ya que permite generar más volumen y valor, sin embargo, en **España** el pasado año tan sólo se lanzaron 128 innovaciones en productos de gran consumo, un descenso que encadena siete años.

El informe refleja que entre las innovaciones más exitosas de 2013 las tres primeras de cada sector son marcas de fabricantes y corresponden a grandes multinacionales extranjeras.

De esta forma, España se encuentra "a la cola" de Europa en lanzamientos en la comparativa con el resto de países europeos. "En España, tan sólo el 9% de las referencias que encontramos en nuestros supermercados e hipermercados son nuevos, lo que supone el dato más bajo de Europa", ha indicado César Velencoso.

El estudio refleja que aquellas categorías donde las cadenas referencian más la innovación de las marcas de fabricante, éstas crecen un 3,7%,



ahora en portada

El TSJA informa de que los restos óseos hallados en la escombrera no



pertenecen a Marta del Castillo

Berlín destaca la caída del desempleo en España como un hito en la recuperación



El juez suspende la libertad condicional de Bolinaga porque es "incompatible" con la prisión domiciliaria



La crisis prorrusa en Ucrania provoca una pelea a puñetazos en el Parlamento

El juez Andreu, obligado a excarcelar a 8 narcos egipcios por la reforma de la justicia universal



VUELOS BARATOS



LOGITRAVEL.com

teinteresa.es



mientras que en las categorías donde este apoyo es escaso, el consumo sólo aumenta un 0,9%.

"La innovación es imprescindible en la etapa post crisis porque si no se actúa el mercado no crecerá. La innovación tiene un papel fundamental porque hace crecer los mercados y también las categorías. La innovación da valor a las categorías y las revaloriza", ha insistido en la importancia de apostar por la innovación.

Velencoso ha explicado quen entre las razones por las que en España no se innova se debe al bajo grado de novedad de los productos, el poco apoyo a la inversión, pero sobre todo ha citado como "gran causa" el acceso a la innovación, ya que dos de cada tres lanzamientos se descubre en el punto de venta.

El informe pone de manifiesto que el 80% de los españoles compran en 2,1 tiendas al año y en algunas categorías importantes como por ejemplo detergentes, sólo en 1,6 tiendas al año. "Si en esas dos tiendas donde el cliente compra habitualmente no está el producto no ve la innovación, por eso es importante el trabajo de la distribución", ha subrayado.

De esta forma, se destaca que el esfuerzo innovador realizado por las marcas de fabricante sigue sin tener el suficiente apoyo por parte de algunas cadenas líderes de distribución, lo que contribuye de manera esencial a la falta de crecimiento en las categorías, a lo que hay que añadir el efecto negativo sobre la variedad y la capacidad de elección de los consumidores, y su acceso a los productos más novedosos.

Mercadona, la cadena con mayor cuota de mercado, solo comercializa el 15,8% de las innovaciones de los fabricantes y Día, un 33,3%, mientras que la que más innova es **Carrefour**, con un 71,7%.

SOLICITA AL GOBIERNO UN OBSERVATORIO DE LA INNOVACIÓN

Por su parte, el presidente de Promarca, Ignacio Larracochea, ha recalcado que la "innovación se encuentra bajo mínimos". "Es fundamental incrementar la distribución porque la mayor parte de los productos nuevos no llegan a estar disponibles en los establecimientos de los consumidores", ha recalcado.

"La innovación no llega al consumidor por la política de algunas cadenas y hay veces que es lo que es bueno para una empresa no es bueno para el consumidor", ha destacado, sobre el comportamiento que tienen algunas cadenas de distribución, que no apoyan ese esfuerzo innovador.

Por eso, desde Promarca han hecho un "llamamiento al Gobierno y al **Ministerio de Economía** y al de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente para crear un Observatorio de la Innovación que tuviera como fin evaluar y analizar el funcionamiento del mercado y dictar las medidas necesarias para favorecer la innovación". "Así daríamos la vuelta a la situación de falta de crecimiento sostenible y se crearía valor económico y empleo", ha recalcado Larracochea.

(EuropaPress)

Lo más visto en Economía

- 1 El informe PISA de adultos derriba un mito: los funcionarios son los más competentes
 - 2 ¿Buscas empleo? Mira las 100 preguntas de una entrevista de trabajo ... y las respuestas
 - 3 Más del 60% de los trabajadores de Alento para servicios de Movistar secunda los paros convocados
 - 4 Los autobuses de la EMT incorporarán desde 2016 una máquina que valide billetes para personas en silla de ruedas
 - 5 Microsoft jubila Windows XP y Office 2003
 - 6 Finalizan por hoy las tareas de búsqueda del cuerpo de Marta en la escombrera junto al Guadalquivir
 - 7 ¿Buscas empleo en el extranjero? Éstos son los países que más oportunidades te ofrecen
 - 8 La revolución del servicio de sala llama a la puerta del restaurante
 - 9 Los selfies de famosos no incrementan las ventas de Samsung
 - 10 Detenido un joven por amenazar a las Fuerzas de Seguridad del Estado y enaltecer a ETA
- [más...](#)

Recomendaciones

[Entrar](#) Inicia sesión en Facebook para ver las recomendaciones de tus amigos.

Una persona recomienda esto.

Una persona recomienda esto.

Plug-in social de Facebook

idealista.com
el portal inmobiliario líder

También te puede interesar



La actriz Macarena García, muy unida a su madre
(elmundo.es)



Estrella un Ferrari en Madrid y se da a la fuga
(Autobild.es)



La verdad de las Subastas a céntimo
(rinconred.es)



El paseo salvaje de Jennifer Lawrence en los MTV Movie Awards
(MTV)

recomendado por

Notificar Error Enviar Leer más tarde



Añade un comentario...

[Comentar](#)

Plug-in social de Facebook