

## Distribución

Distribución base Alimentaria y general

25.09.2013

Evaluaría el mercado y corregiría malas praxis

# Promarca pide ayuda a toda la cadena para preservar la innovación

Ignacio Larracochea, presidente de la entidad, propone la creación de un consejo de fomento de la innovación.



Turno para **Promarca**. Turno para la **innovación**. El presidente de la entidad, **Ignacio Larracochea**, ha hecho un llamamiento al gobierno para crear una suerte de **consejo de fomento de la innovación**. ¿Su fin? **Preservar** la innovación, su derecho a estar visible en el lineal de los supermercados, así como **corregir** prácticas anticompetitivas y desleales.

Promarca ha presentado, a través de [Kantar Worldpanel](#), un informe sobre el estado de la innovación en el sector del gran consumo en España. Su principal **reclamo** es que los productos innovadores lleguen al consumidor. Y es que, según Larracochea, algunas cadenas **no referencian la innovación**.

Así pues, un poco de ayuda. La creación del mencionado consejo de fomento de la innovación es la opción que propone la entidad y que abarcaría a todos los **actores implicados**, es decir, sector primario, fabricantes, distribuidores, ministerios (Agricultura y Economía), etc.

Preservar la innovación es vital para Larracochea, quien asegura que, al no cuidar muchas cadenas a las marcas y la innovación que traen consigo (no todas, hay excepciones, las que tienen el 20% de cuota de MDD), **no se incentiva** a los fabricantes a innovar.

Según el estudio realizado por Kantar Worldpanel, innovación es **sinónimo de éxito**. Un producto innovador, es decir, que aporta algo nuevo a su categoría, tiene muchas probabilidades de triunfar. De hecho, de las 126 novedades innovadoras lanzadas en el último año, tres de cada cuatro han sido un éxito o un súper éxito.

Y, según ese mismo informe, innovación es **sinónimo de marca de fabricante**. **Nueve de cada diez** innovaciones corresponden a las marcas, frente al 10% de los distribuidores (Mercadona y Lidl).

Noticia relacionada:

[Nueve de cada diez innovaciones responden a la marca del fabricante](#)

enviar imprimir

f 0 t 0 in 0 g+ 0

Más información sobre:

Gobierno Ignacio Larracochea innovación Kantar Worldpanel Promarca

## Comentarios

Tu nombre: \*

Correo electrónico: \*

El contenido de este campo se mantiene privado y no se mostrará públicamente.



## Especiales

- ▶ Distribución
- ▶ Fabricantes
- Consumidor
- Internacional
- Internet
- Marketing y Publicidad
- MDD
- Nombramientos y Ceses
- Tendencias e Ideas de negocio

## Etiquetas

Grupo Eroski Eroski Aecoc  
 Caprabo Grupo Miquel Carrefour  
 Consum Pescanova Barcelona  
 Madrid Campofrio DIA Valencia Kantar  
 Worldpanel Cataluña Unilever Spar  
 franquicia Carrefour Express ACES  
 Mercadona Ministerio de Agricultura  
 España Diageo Portugal Alicante El Corte  
 Inglés Covirán Suma Fiab

VER + TAGS

## BLOGS > El Club del Gran Consumo



**Mercadeando**  
 Distribución alimentaria ¿hacia dónde vamos?  
 ▶ Francisco Fernández Reguero



**Retales de Retail**  
 Realidades del día a día: hacer trabajar  
 ▶ Jaime Sanabria



**Dos por uno**  
 Bodybell ¿a por Gala Perfumeries?  
 ▶ Pablo Doménech



**El Blog de las Marcas**  
 Carrera de obstáculos  
 ▶ Ignacio Larracochea

VER + BLOGS

## eNewsletters > GranConsumo.tv

> **Gran Consumo**  
 Boletín electrónico general para los profesionales del sector

> **Alimentación / Bebidas / Droguería / Perfumería**  
 Información segmentada por categorías de producto

> **Industria auxiliar**  
 Envases, logística y transporte, tecnología y equipamiento...

