



MARTES 08 DE ABRIL DE 2014

PORTADA REPORTAJES ¿SABÍAS Q? ENTREVISTAS DÓNDE COM.ES NOTICIAS

OPINIÓN

ESTÁ PASANDO MARGARINAS OPINIONES PRODUCTOS REDES SOCIALES DOP IGP MÁS TEMAS

REPORTAJES

La innovación en Gran Consumo cae un 13,5% en 2013

Gemma Fernández. Periodista. @gemmafz

La innovación en gran consumo desciende un 13,5% en 2013 pese a ser la clave del crecimiento del sector, que cerró el año casi plano, debido, entre otras causas, a la falta de apoyo de algunas cadenas líderes de distribución a la innovación de las marcas de fabricación, según revela el estudio **Radar de la Innovación** presentado por Cesar Valencoso, Consumer Insights Consulting Director en Kantar Worldpanel.

En concreto, el estudio muestra que las marcas de fabricación son las responsables del 94% de las innovaciones del sector lanzadas al mercado en 2013, frente al 6% que representa las innovaciones realizadas por las marcas de distribución.

Esta falta de apoyo de algunas cadenas de distribución a las marcas de fabricante 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.



Por cadenas, **Mercadona**, quien cuenta con la mayor cuota de mercado, solo comercializa el 15,8% de las innovaciones de los fabricantes y la segunda, **Día**, un 33,3%. Un hecho que desincentiva la inversión en innovaciones porque no llegan al consumidor y porque no alcanzan el consumo suficiente para justificar un retorno adecuado de las inversiones, afirma Valencoso.

Pero no todas las cadenas tienen la misma práctica: la tasa de presencia de las innovaciones en **Carrefour** es el 71,7% y la de **Alcampo** supera el 40%, facilitando de esta manera el acceso de

los consumidores a productos nuevos de los fabricantes.

En este sentido, ha añadido que aquellas categorías de productos donde las cadenas referencian más la innovación de las marcas de fabricante, éstas crecen un 3,7%, mientras que en las categorías donde este apoyo es escaso, el consumo sólo aumenta un 0,9%.

Por ello, Cesar Valencoso ha destacado que la actitud de las cadenas con respecto a la innovación se hace especialmente relevante porque la distribución es clave para que estas innovaciones lleguen al consumidor y se desarrolle el mercado ya que, como señala el estudio, el 80% de los españoles solo compran en 2,1 tiendas al año.

Séptimo año consecutivo de descenso en el lanzamiento de innovaciones

Por categorías, en 2013 sólo se lanzaron al mercado 128 innovaciones de productos de gran consumo, un descenso del 13,5% con respecto a 2012, con 148 nuevos lanzamientos.

Una tendencia que se repite por séptimo año consecutivo. En este sentido, **Ignacio Larracochea**, presidente de **Promarca**, ha señalado que esto es una consecuencia de la falta de rentabilización de las innovaciones ya que si las cadenas no las apoyan, el incentivo para los fabricantes a innovar se reduce.



De esta manera, ha añadido que **afecta negativamente**, no sólo



NOTICIAS 08/04/2014

La acuicultura se da cita en Madrid



NOTICIAS 03/04/2014

Quinta edición del Máster en Gestión de Empresas Agroalimentarias



NOTICIAS 03/04/2014

Central Lechera diseña un año más el recorrido de la Carrera de la Mujer



al crecimiento de España, sino también a la libertad de elección del consumidor, su acceso a los productos más novedosos y a su bienestar.

En concreto, en comparativa con otros países europeos, España se sitúa a la cola del promedio de penetración anual en innovación que llega a los consumidores, solo por delante de Alemania.

Por ello, Larracochea ha subrayado que es **fundamental incrementar la distribución para que la mayor parte de los productos nuevos no lleguen a estar disponibles en los establecimientos habituales de los consumidores.**

En este sentido, ha añadido que es necesaria la puesta en marcha de un Observatorio de la Innovación con la participación activa del MAGRAMA y del Ministerio de Economía con el objetivo de evaluar el funcionamiento del mercado y dictar las medidas necesarias para favorecer la innovación y que ésta llegue al consumidor.

<< volver

[ENVIAR ENLACE](#)
[IMPRIMIR](#)
 COMPARTIR:
 [f](#)
[t](#)
[+](#)
[in](#)
[g+](#)
[p](#)
[v](#)

MÁS EN REPORTAJES VER TODOS

08/04/2014



REPORTAJES NOTICIAS 08/04/2014

El comercio online de China superará al de EEUU, Reino Unido, Alemania y Francia juntos en 2020

Con 618 millones de usuarios de internet, el gigante asiático es el mercado con mayor potencial para el e-commerce en el mundo



REPORTAJES NOTICIAS 07/04/2014

El vino de Jerez se aferra al rebujito como tabla de salvación

En 2013 su consumo en el mercado interno ha seguido en caída libre y sus exportaciones, lejos de crecer, han bajado un 10%



REPORTAJES NOTICIAS 02/04/2014

Fraude masivo en la agricultura ecológica

Bruselas ha detectado numerosos casos en los que se distribuye con la etiqueta de orgánico un producto que no tiene la oportuna certificación



REPORTAJES NOTICIAS 01/04/2014

Los jubilados son quienes más gastan en llenar el carro de la compra en España

Vascos, cántabros y catalanes encabezan el ranking del desembolso de los hogares en alimentación

TE INTERESA

NUESTROS PRODUCTOS	INFORMES	DIETA MEDITERRÁNEA	NUTRICIÓN	WEBS DESTACADAS
Denominación de origen Indicación Geográfica Protegida Gourmet Regionales	Aguas minerales Aceite y aceitunas Distribución Ecológicos Sector conservero Cerveza Pesca	Más que una pauta nutrición Pirámide nutricional Cocina que cura Alimentos	Obesidad Recomendaciones OMS Vida sana Hábitos Saludables Formación	Nacional Europa Norteamérica Resto del mundo