



Búsqueda Avanzada

buscar ...



- SECTORES
- FINANZAS
- CONSTRUCCIÓN
- ENERGÍA
- TURISMO
- TECNOLOGÍA
- RSC
- NOMBRAMIENTOS
- DEFENSA
- ENTREVISTAS

Última hora

FORMACIÓN PROFESIONAL | Sindicatos no quieren que el texto de formación diga que es fruto

Home > La innovación en el sector del Gran Consumo desciende un 16%

La innovación en el sector del Gran Consumo desciende un 16%

La innovación en el sector del Gran Consumo, formado por alimentación, bebidas, droguería y perfumería personal, ha descendido en 2014 un 16% con respecto al año anterior, según el estudio "Radar de la Innovación" presentado hoy por Kantar Worldpanel.

EFEEMPRESAS | MADRID | MIÉRCOLES 18.03.2015



Tienda especializada en productos para celíacos. EFE/ OLGA LABRADOR

El estudio "Radar de la Innovación" señala que en 2014 se lanzaron al mercado **108 innovaciones** de productos de gran consumo, un 16% menos que el año anterior y un 31% menos desde 2010 cuando se lanzaron **156 productos**.

En opinión de **Promarca**, "la tendencia es cada vez más preocupante en España, ya que el número de lanzamientos de innovaciones sigue cayendo por octavo año consecutivo".

Según un informe de octubre de 2011 de la **Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC)**, la tasa de introducción de nuevos productos llevaba un descenso del 70% entre 2006-2010.

Si estos datos de la **CNMC** se suman a los aportados por **Kantar Worldpanel** revelan que el sector del Gran Consumo está descendiendo de forma consecutiva durante ocho años, señala Kantar.

Marcas de Fabricantes lideran la innovación

El 87% de las innovaciones de 2014 han sido propiedad de **las Marcas de Fabricantes (MDF)**, mientras que **las Marcas de la Distribución (MDD)**, conocidas como marcas blancas, representan un 13% del total de la innovación.

Pero en categorías como **perfumerías y droguerías**, la innovación ha sido realizada exclusivamente por Marcas de Fabricantes.

Falta de apoyo a la innovación

Según se desprende del estudio de Kantar Worldpanel, el esfuerzo innovador realizado por las Marcas de Fabricante (MDF) sigue sin tener el apoyo por parte de algunas cadenas líderes de Distribución.

Kantar Worldpanel ha verificado que aquellas categorías en las que las cadenas referencian más la innovación de las Marcas de Fabricante **crecen un 3,7%**, mientras que en las categorías donde este

CONTRATACIÓN DE PRODUCTOS EFE ✓

tenvinilo.com -50%

HOY ES UN BUEN DÍA PARA SONREIR

Después de **TODO** ha sido **nada** si pensar de que un día lo fue

TODO. Después de **nada**, después de **TODO** supo que **TODO** no era más que **nada**.

LIVING IS EASY WITH THE EYES CLOSED

Diseño personalizado

canal de vídeos

Intervenido@ssorio La EmpresasLos
el Banco destaca Comunidad@bogan bancos
de la de por tienen

ver más vídeos

apoyo es escaso, el consumo sólo aumenta un 0,9%.

Según **Promarca**, "no es extraño el acusado descenso de la innovación teniendo en cuenta la falta de rentabilización de las mismas. Si las cadenas no las apoyan, el incentivo para los fabricantes a innovar se ve mermado drásticamente".

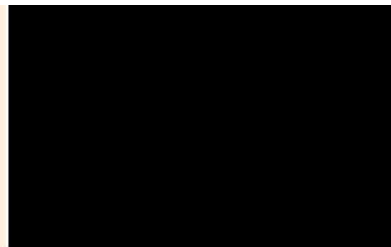
De esta manera "se afecta negativamente, no sólo al crecimiento y al empleo, sino a la libertad de elección del consumidor, a la variedad, a su acceso a los productos más novedosos y a su bienestar".

Carrefour (72%), **Alcampo** (56%) y **Eroski** (55%) son las tres cadenas de distribución que comercializan estas innovaciones. El hecho de que las cadenas distribuyan esos nuevos productos supone, según **Kantar Woldpanel**, un crecimiento de esa categoría de innovación un 3,7%, mientras que en las categorías donde este apoyo es escaso, el consumo aumenta un 0,9%.

Sin embargo, que las cadenas de distribución no comercialicen esos productos, a juicio de **Promarca**, "es grave, porque impide el acceso del consumidor a los productos más innovadores y porque desincentiva a los Fabricantes para seguir innovando al no conseguir un retorno adecuado a sus inversiones".

Tagged with: [innovacion](#), [radar de innovacion](#), [sector gran consumo](#)
 Posted in [Sectores](#)

Tweet



Blogs EFE



Madrid, epicentro del debate sobre gobierno corporativo
 en - Blog de KPMG



La CNMC y la atención a los consumidores de energía
 en - Blog de la CNMC



La depreciación del euro anima la economía europea
 en - IE Business School



El ahorro, los tipos de interés negativos y la política monetaria (I): el ahorro de los hogares en España
 en - Profesores de IESE



COMPARTIR
 en - Soy digital

[VER MÁS BLOGS](#)

EFEeconomía

El oro baja un 0,30 % y cierra en 1.147,25 dólares about 13 minutes ago
[Reply](#)[Retweet](#)[Favorite](#)

La bolsa de México retrocede el 0,16 % al inicio de la sesión about 31 minutes ago
[Reply](#)[Retweet](#)[Favorite](#)

RT @EFEemprende: **IMPACT dobla la inversión en su #2ndOpenCall**
<http://t.co/ZjX8hhvF7s> @IMPACT_acc about 1 hour ago
[Reply](#)[Retweet](#)[Favorite](#)

[@EFEeconomía](#)

EFEempresas

El Instituto Internacional acogió a cuatro #empendedoras americanas en Madrid
<http://t.co/8anMc0j00> @USEmbassyMadrid about 2 minutes ago
[Reply](#)[Retweet](#)[Favorite](#)

@SEUR se integra en #DPDgroup, nueva identidad de #GeoPost
<http://t.co/dFIMX8quQY> about 4 minutes ago
[Reply](#)[Retweet](#)[Favorite](#)

EFE DOW JONES: La #morosidad subió en #enero al 12,54% tras cuatro meses de

caída <http://t.co/AgjnTcPJWY> about 21 minutes ago ReplyRetweetFavorite

[@EFEempresas](#)

EFE.COM

WEBS TEMÁTICAS



EFE: AGRO

EFE: EMPRESAS

EFE: ESTILO

EFE: FUTURO

EFE: MOTOR

EFE: SALUD

EFE: TUR

EFE: VERDE

EURO EFE:

EFE: EMPRENDE

PLATAFORMAS

EFE: DOC ANÁLISIS

EFE: LIBRE DESCARGA

EFE: SERVICIOS

EFE: LA FOTOTECA

OTRAS AREAS

EFE: ESCUELA

EFE: ESPAÑOL



EFE: fundéuBB

SECCIONES ESPECIALES

Sectores

Finanzas

Construcción

Energía

Turismo

Tecnología

RSC

Nombramientos

Defensa

Entrevistas

ACERCA DE

Links

Agenda

Buscador

Quiénes Somos

SIGUENOS EN

Twitter

Youtube

Facebook

LinkedIn

Rss

CONTACTO

Avd. de Burgos, 8.
28036
Madrid (España)
Tel.: 913467100
Tel.: 913467683/653

Mail:
efeempresas@efe.es