



Los fabricantes de gran consumo elevan un 11% la innovación

G. Boiza MADRID.

No está para tirar cohetes, pero sí mejor que en años anteriores. La innovación en el sector del gran consumo ha conseguido cerrar el último ejercicio con una mejora en sus cifras, al haber sumado un total de 131 nuevos productos y aumentar un 11 por ciento respecto a 2015. Un crecimiento del que son responsables las marcas de fabricante, y muy poco las marcas de distribución. Según el Radar de la Innovación 2016 de Kántar Worlpanel, las primeras marcas lanzaron el 96,9 por ciento de las innovaciones (127 de 131), frente al 3,1 por ciento de las marcas de distribución (también llamadas marcas blancas).

Los datos de la consultora también revelan que las marcas nacionales representaron únicamente un 24 por ciento de los productos innovadores, frente al 76 por ciento de los lanzados por marcas globales. Y esto sí que supone un descenso frente a 2015, cuando fueron el 30 por ciento. “La empresa española depende mucho del mercado español para testar sus innovaciones”, explica Ignacio Larracochea, presidente de Promarca.