

# europapress.es

ECONOMÍA/EMPRESAS

## Alcampo, Carrefour y Eroski, los grupos que incorporan más productos nuevos en sus lineales

MADRID, 29 May. (EUROPA PRESS) -

Alcampo, Carrefour y Eroski son las enseñas de distribución que incorporan mayor número de productos de gran consumo nuevos en sus lineales, sin incluir frescos perecederos, según el estudio de Innovación realizado por Kantar Wordpanel para el observatorio de las marcas de gran consumo.

En concreto, el grupo Alcampo se sitúa a la cabeza, ya que durante el pasado año el 71,6% de sus productos fueron nuevas incorporaciones, seguido de los hiper de Carrefour (64,8%) y de Eroski (58%). Por detrás, se colocaron los supermercados del grupo vasco (51,1%), Hipercor (50%), El Corte Inglés (37,5%), Caprabo (35,2%) y Dia (30,7%).

De esta forma los hiper de Alcampo, Carrefour y Eroski son los que más apoyan la innovación y, por lo tanto, los que más referencian nuevos productos, algo que en principio es lógico, según el estudio, si se tiene en cuenta la relación de metros cuadrados por tienda.

Pese a la apuesta de los grupos de distribución, la innovación de las marca de fabricante registró una caída del 5% en 2011 respecto al año anterior y de casi un 60% desde el año 2007, debido principalmente a la escasa referenciación que realizan algunas cadenas por su política de surtido restringido.

A ello se suma que la distribución ponderada media de las innovaciones es del 25,5%, siendo necesario un mínimo de entre el 50% y el 70% para que el producto permanezca en el mercado.

"La distribución de productos de gran consumo en el cómputo global de nuestro país continúa alcanzando niveles preocupantes, ya que solamente un 29% de las innovaciones consigue una distribución de un 30%", ha señalado el ex presidente mundial de Ventas de Procter&Gamble y miembro del comité asesor del observatorio de las marcas de gran consumo, Mariano Martín.