



## DISTRIBUCIÓN ALIMENTACIÓN

# Alcampo, Carrefour y Eroski las que más productos nuevos incorporaron en 2011

Madrid, 29 may (EFEAGRO).- Alcampo, Carrefour, Eroski e Hipercor fueron las compañías que más nuevos productos incorporaron a sus lineales en 2011, muy por encima de la medida del 25,5 % del sector, lo que en la práctica se traduce en un apoyo a la innovación que realizan las compañías, según el estudio de Kantar Worldpanel.

Según este informe, Alcampo lidera el ranking de incorporación de productos nuevos con una cuota del 71,6 %, seguido de los hipermercados Carrefour (64,8 %), Eroski Hipermercado (58 %), Eroski Supermercado (51,1 %) e Hipercor (50 %).

Mientras que entre los que se encuentran por debajo de la media figuran los supermercados Carrefour (20,5 %), Mercadona (21,6 %), Ahorramás (21,6 %).

El informe, elaborado para el Observatorio de las Marcas de Gran Consumo, revela que la innovación en 2011 de las marcas de fabricante descendió un 5 % respecto de los niveles logrados un año antes, mientras que desde 2007, fecha del inicio de la crisis económica, la caída acumulada es del 60 %.

La media del 25,56 % de los nuevos productos que se incorporan a los lineales de las cadenas de distribución es motivo de preocupación para el sector ya que, según el informe, "desincentivan la inversión en innovación investigación".

El estudio plantea que para conseguir un retorno de la inversión y una motivación suficiente para desarrollar nuevos productos es necesario conseguir un 50 % de aceptación por parte de la distribución.

Para el profesor de Strategic Management del IESE, Jaume Llopis, "se deben corregir estas prácticas restrictivas