

## Una veintena de empresas de Reyno Gourmet participan en una jornada sobre las claves del éxito en el gran consumo

Organizada por INTIA-Reyno Gourmet y AECOC, la jornada informativa ha analizado la situación del mercado, la relación del fabricante con el distribuidor y la estrategia de las grandes cadenas; y ha presentado una radiografía del comportamiento actual de los compradores.

**22 de septiembre de 2015.-** Adaptar los formatos a los nuevos hogares, continuar apostando por la innovación, adaptarse al canal y al distribuidor y controlar el punto de venta, han sido algunas de las claves que AECOC ha presentado a las empresas navarras que han asistido a la jornada informativa para analizar el éxito en el gran consumo. Daniel Villalobos, responsable de proyectos y Servicios del Área de Demanda de AECOC, ha asegurado que las expectativas económicas son buenas a pesar de una cierta inestabilidad social y que la confianza del consumidor está mejorando, y ha destacado que más de la mitad de los hogares (el 55%) están ahora formados por una o dos personas, lo que requiere, por tanto, una necesidad muy importante de adecuación de los formatos. Villalobos ha afirmado también que el hipermercado y el supermercado continúan ganando peso frente al especialista en fresco y que la marca de la distribución ha continuado creciendo pero a un ritmo inferior. Como dato negativo, ha señalado que el número de productos innovadores que se han lanzado al mercado ha experimentado un descenso del 31% desde el año 2010 y ha aconsejado que las empresas continúen apostando por responder a las nuevas expectativas, nuevos momentos o nuevos usos que demandan los consumidores.

Se ha analizado también la relación entre el fabricante y el distribuidor destacando la importancia de adaptarse al canal y de conocer y entender perfectamente a la cadena con la que se pretende trabajar. Villalobos ha destacado además la importancia del suministro en la relación comercial y ha asegurado que en este campo se debe ser 100% efectivo.

**NAVARRA**  
EL VALOR DE LO  
**AUTÉNTICO**



Respecto a la estrategia actual de la distribución, el representante de AECOC ha asegurado que casi todas las cadenas tienen ahora el foco puesto en el mercado en fresco y en la implantación de nuevos modelos de tienda relacionados con la experiencia de compra. Ha destacado a su vez, la importancia de la promoción y la compra on-line a pesar de que está creciendo todavía lentamente.

### **Radiografía del comprador actual**

La jornada ha finalizado con la presentación de los resultados de un estudio sobre el comportamiento de los compradores actuales que ha arrojado datos interesantes como que el 63% de los consumidores visita tres o más tiendas para hacer la compra (lo que da idea de una cierta “infidelidad” a la enseña tradicional) o que casi el 90% de la población declara que utiliza una lista de la compra, bien sea escrita o pensada. Además, casi el 80% de los compradores consulta los folletos promocionales y la tarjeta de fidelización la usa casi un 85% de la población. Los consumidores afirman que tras estos años de crisis se fijan mucho más en los precios que antes y que sus promociones preferidas son las que ofrecen una reducción del precio. El 30% afirma que compra ahora menos productos nuevos (aunque la explicación hay que buscarla en que ahora hay mucha menos innovación por parte de las marcas) y que el 72% de las novedades son percibidas por primera vez en el propio punto de venta. Por último, los consumidores declaran que leen siempre la etiqueta en los productos de alimentación y que, en determinados productos, más de la mitad prefieren que el producto sea local.

**NAVARRA**  
**EL VALOR DE LO**  
**AUTÉNTICO**

INTIA División Alimentaria. Avda. Serapio Huici, 22. Edificio Peritos. 31610 Villava – Navarra  
Contacto: Marta Borrueel. Tel. +34 948 01 30 45 / 660 510 229 – [mborrueel@intiasa.es](mailto:mborrueel@intiasa.es)

[www.reynogourmet.com](http://www.reynogourmet.com)

