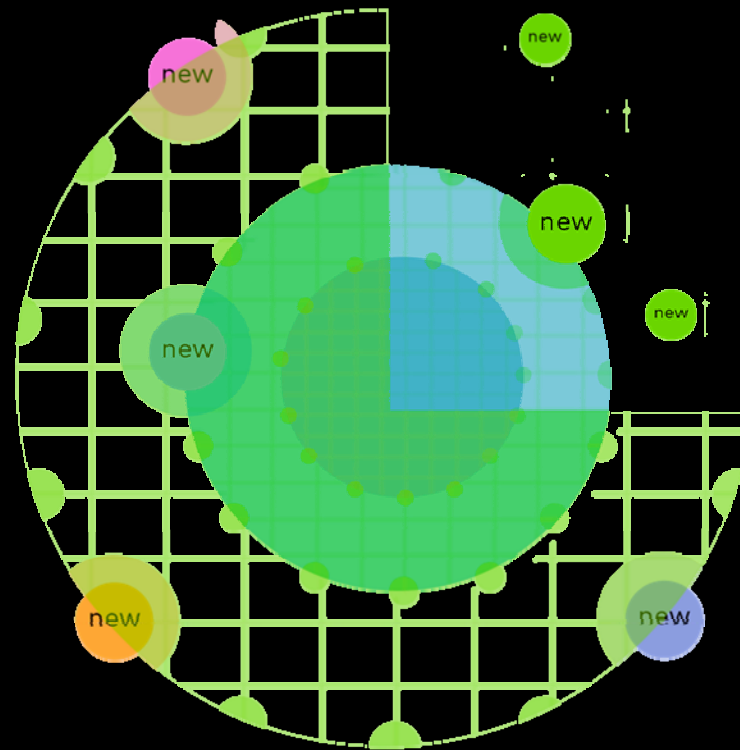


# KANTAR WORLD PANEL RADAR DE LA INNOVACIÓN

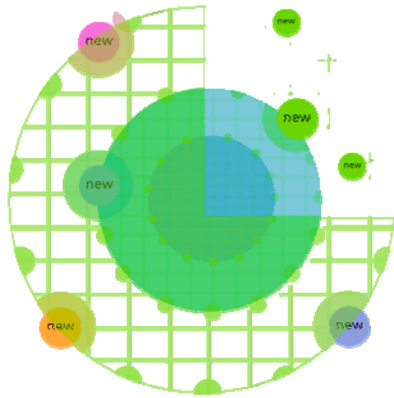
Septiembre 2013



**César Valencoso**

Consumer Insights Consulting Director

[cesar.valencoso@kantarworldpanel.com](mailto:cesar.valencoso@kantarworldpanel.com)



## NUEVO ESTUDIO: RADAR DE LA INNOVACIÓN



Análisis de

**1.500 nuevos SKU's**

cada año en Gran Consumo envasado

**Innovación**

SKU que aporta una característica NUEVA para la categoría

**Éxito**

Superar la penetración anual de un SKU promedio de su categoría

**SuperÉxito**

Superar en 2,5 veces la penetración anual de un SKU promedio de su categoría

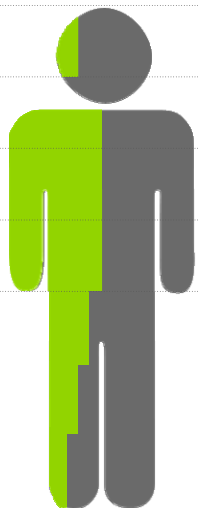
# EL FUTURO DE LA INDUSTRIA PASA POR INCREMENTAR LAS VENTAS DE VALOR AÑADIDO

## POBLACIÓN

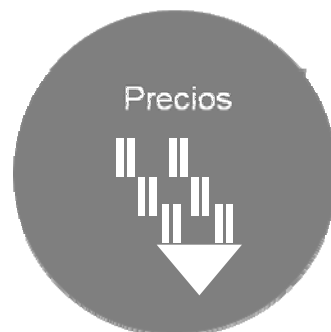
Total población millones

1996	39
2008	46
2013	46
2020	46

0,6%  
Evolución 2013



## INFLACIÓN



4,4%  
Inflación Food( Julio/13)

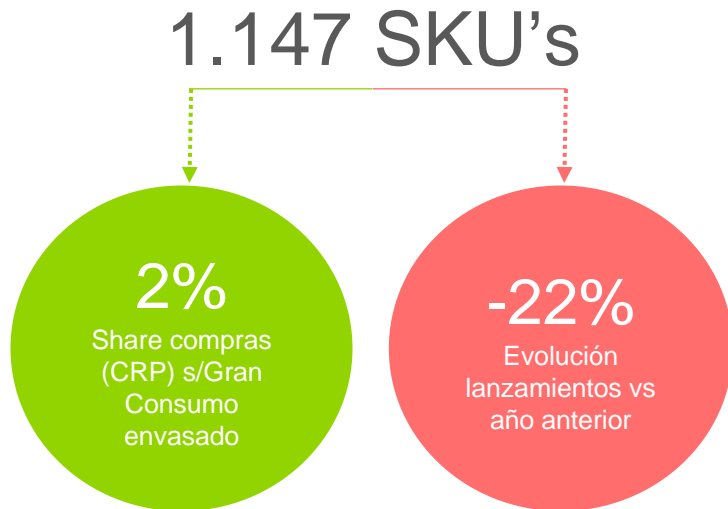
## GASTO GRAN CONSUMO POR INDIVIDUO



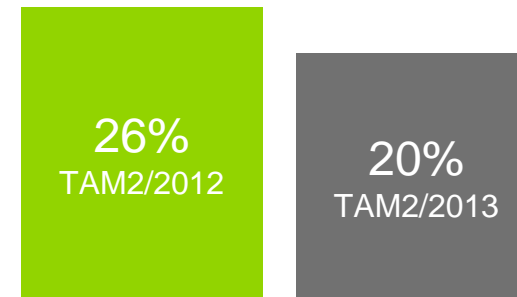
2%  
Enero – Agosto 2013

Fuente: KantarWorldpanel e INE

# EN 2013: MENOS LANZAMIENTOS Y MENOS EXITOSOS



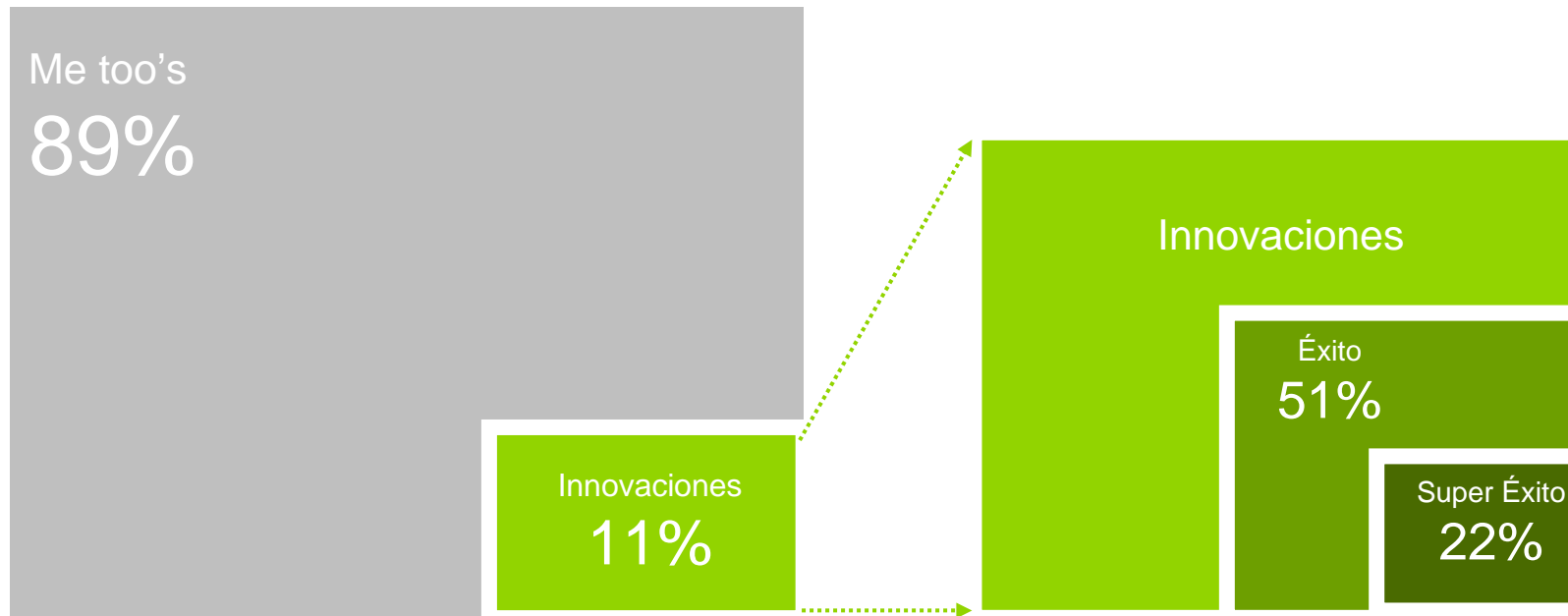
## Tasa Éxito Lanzamientos



Gran Consumo Envasado. TAM2: Julio a Junio  
Fuente: Radar de la Innovación. Kantar Worldpanel

# LOS LANZAMIENTOS INNOVADORES SON POCOS PERO EXITOSOS

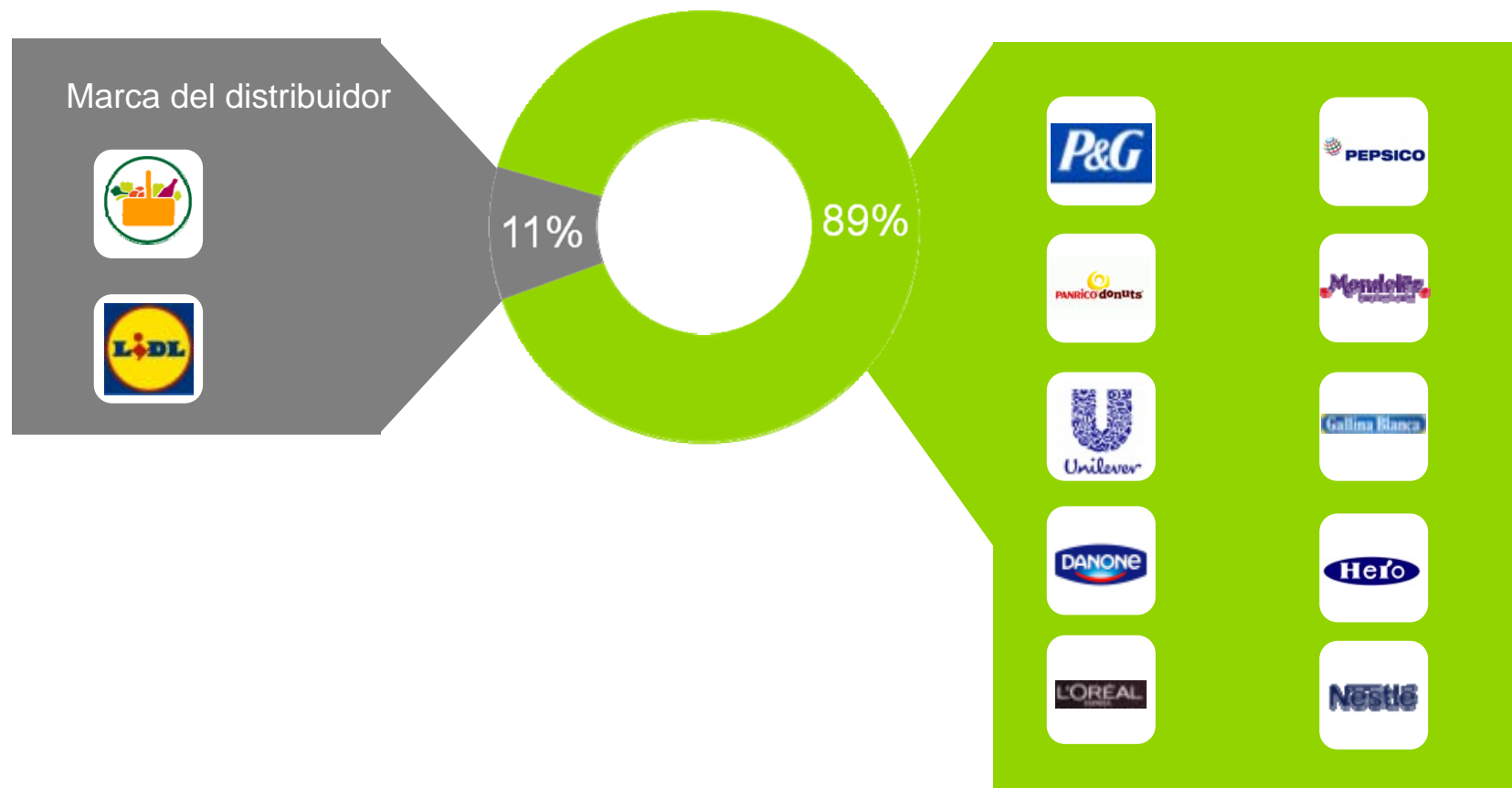
Número de SKU's por tipo y grado de éxito



Gran Consumo Envasado. Julio 2012 a Junio 2013  
Fuente: Radar de la Innovación. Kantar Worldpanel

# LA INNOVACIÓN ES IMPULSADA POR LOS GRANDES FABRICANTES

Cuota por número de SKU's innovadores lanzados



Gran Consumo Envasado. Julio 2012 a Junio 2013  
Fuente: Radar de la Innovación. Kantar Worldpanel

# TOP 10 INNOVACIONES MÁS EXITOSAS DEL AÑO

Ranking según la penetración de la innovación vs promedio de su categoría



## Home & Personal Care



Fairy Limpio y Fresco



Oral B Multiprotección



Nivea Invisible for B&W



## Alimentación



Lay's Xtra Sal



Hacendado Cola de Caballo



Actimel Actiguerreros



Bimbo Silueta Thins



Donuts Mix Cacao



## Bebidas



Buckler 0,0  
Negra



Font Vella  
Levité

Gran Consumo Envasado. Julio 2012 a Junio 2013  
Fuente: Radar de la Innovación. Kantar Worldpanel

# LA INNOVACIÓN DE FABRICANTES HACE CRECER LAS CATEGORÍAS

		Crecimiento categorías
Innovación Fabricante	ALTA +8 SKU	3,7%
	BAJA -8 SKU	0,9%
Innovación MDD	SI	1,4%
	NO	1,4%



Gran Consumo Envasado  
200 categorías analizadas– 2012-2011  
Fuente: Radar de la Innovación. Kantar Worldpanel

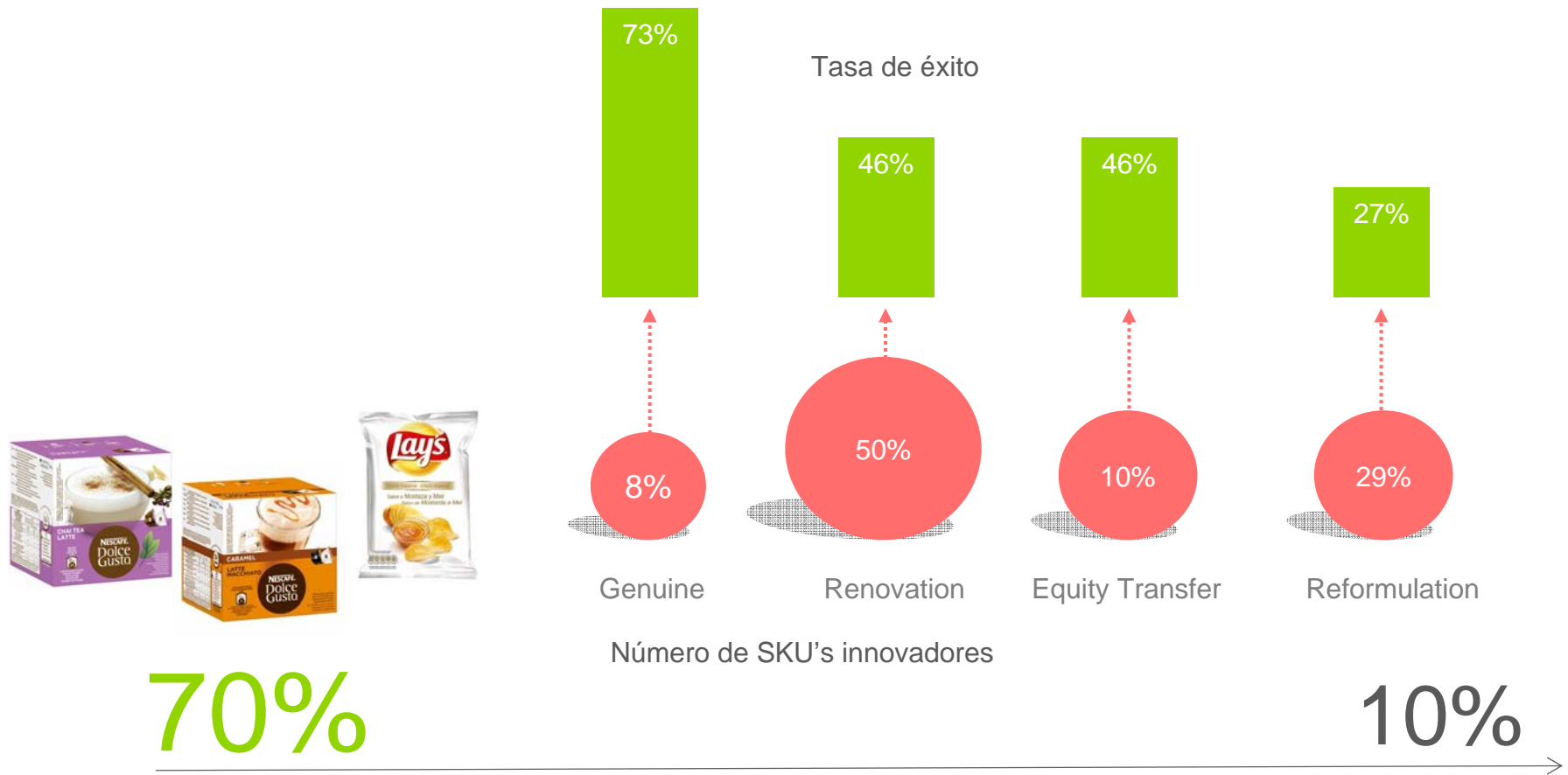


¿Cómo es la  
INNOVACIÓN EXITOSA?  
Genera **Prueba**

La generación de atracción depende de dos factores:

- Diferenciación de la innovación (Disponibilidad mental)
- Distribución (Disponibilidad física)

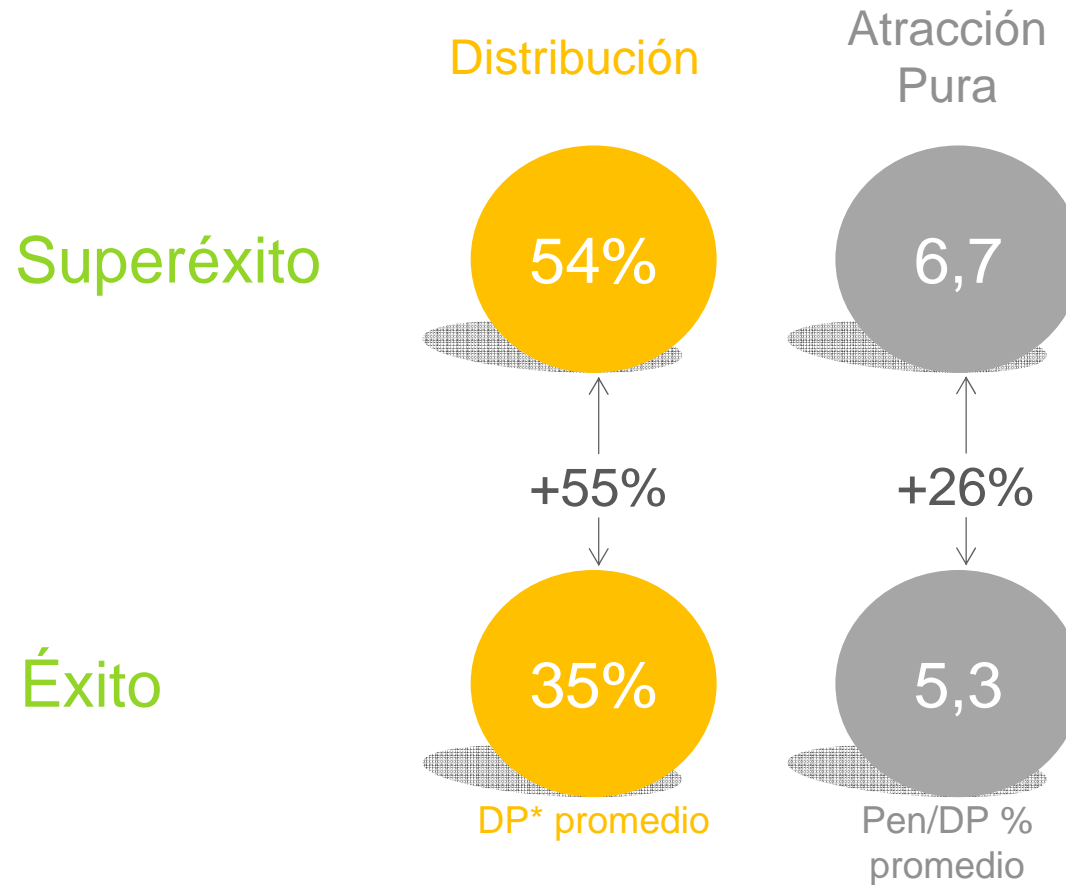
# SER *MUY* DIFERENTE GENERA ATRACCIÓN



% Individuos que declaran que la innovación es totalmente distinta a la oferta actual

Fuente: Innovation Track 2405 encuestas sobre 237 EAN's nuevos en 9 periodos. Kantar Worldpanel

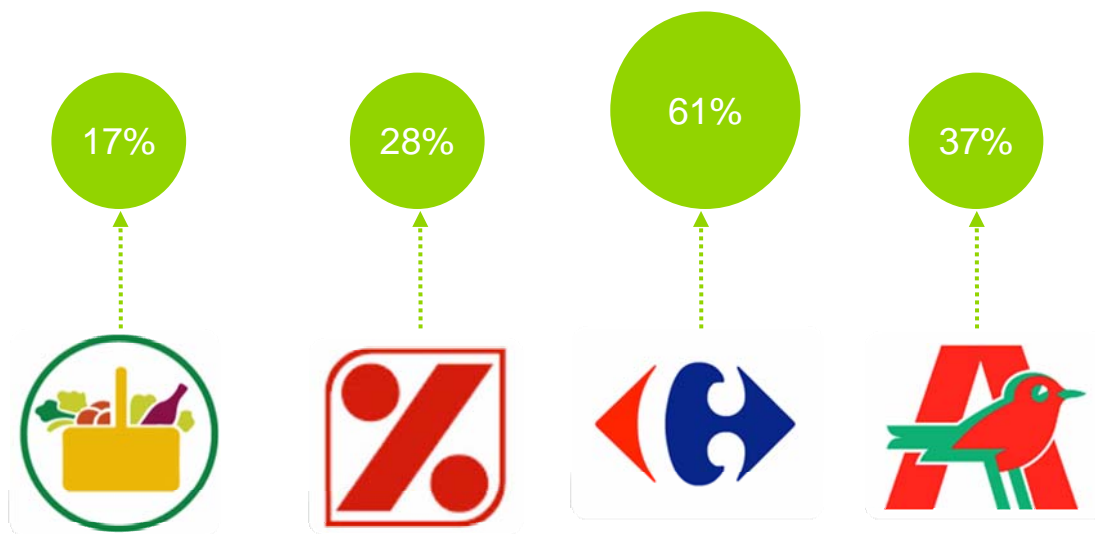
# LA DISTRIBUCIÓN EXPLICA LA MAYOR PARTE DE UN SUPERÉXITO




\*Calculada sobre distribución moderna y basada en datos del panel de consumidores Gran Consumo Envasado. Julio 2011 a Junio 2013  
Fuente: Radar de la Innovación. Kantar Worldpanel

# LOS LÍDERES DE LA DISTRIBUCIÓN SON LOS QUE REFERENCIAN MENOS INNOVACIONES DE FABRICANTE

% SKU's innovadores de Fabricante referenciadas



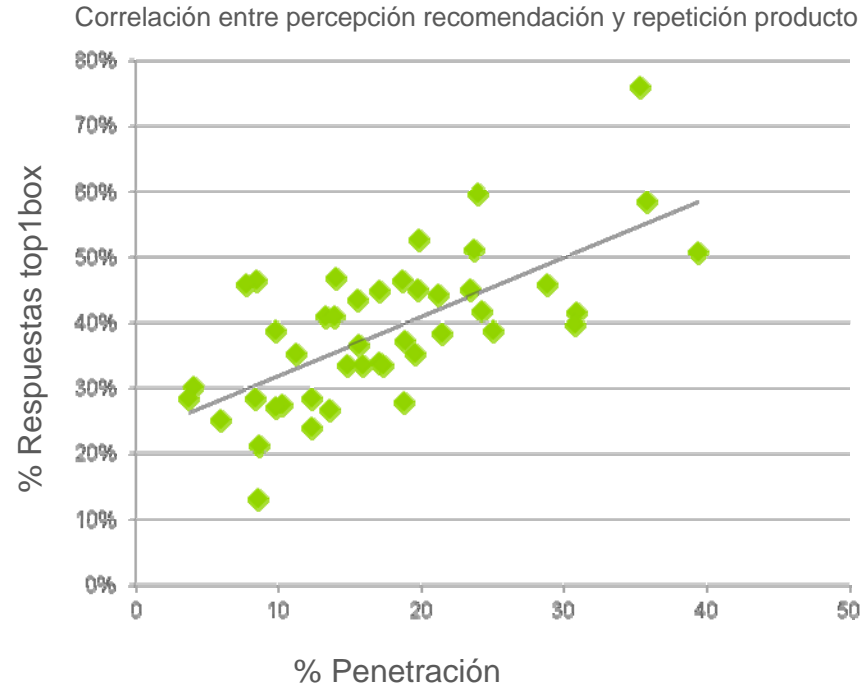
Gran Consumo Envasado. Julio 2012 a Junio 2013  
Fuente: Radar de la Innovación. Kantar Worldpanel



¿Cómo es la  
INNOVACIÓN EXITOSA?

**Genera Repetición**

# LA RELEVANCIA DE LA INNOVACIÓN Y EL GRADO DE RECOMENDACIÓN GENERAN REPETICIÓN



70%

10%

% Individuos que declaran que la innovación realmente aporta valor y seguro que recomendaría

Fuente: Innovation Track 2405 encuestas sobre 237 EAN's nuevos en 9 periodos . Kantar Worldpanel

## ¿CÓMO ES LA INNOVACIÓN EXITOSA?



Tiene el respaldo de  
una marca fuerte

Es novedosa y  
diferente

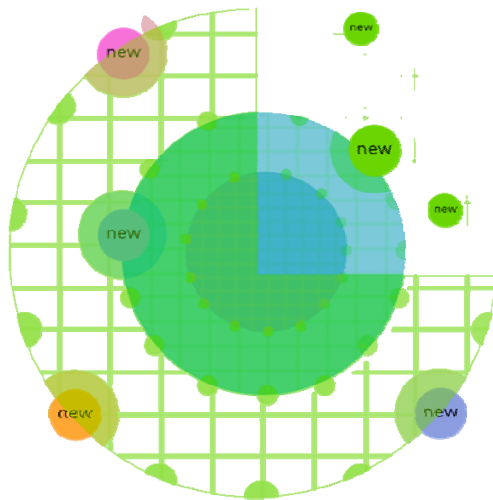
Alcanza el 35% de DP

Es relevante y  
recomendable



# TRACKING CONTINUADO DE LA INNOVACIÓN DESDE FINALES 2011

## Radars de la Innovación



KANTAR WJRLDPANEL

## Seguimiento de la innovación mes a mes

### ONE-PAGER KPI's BENCHMARK

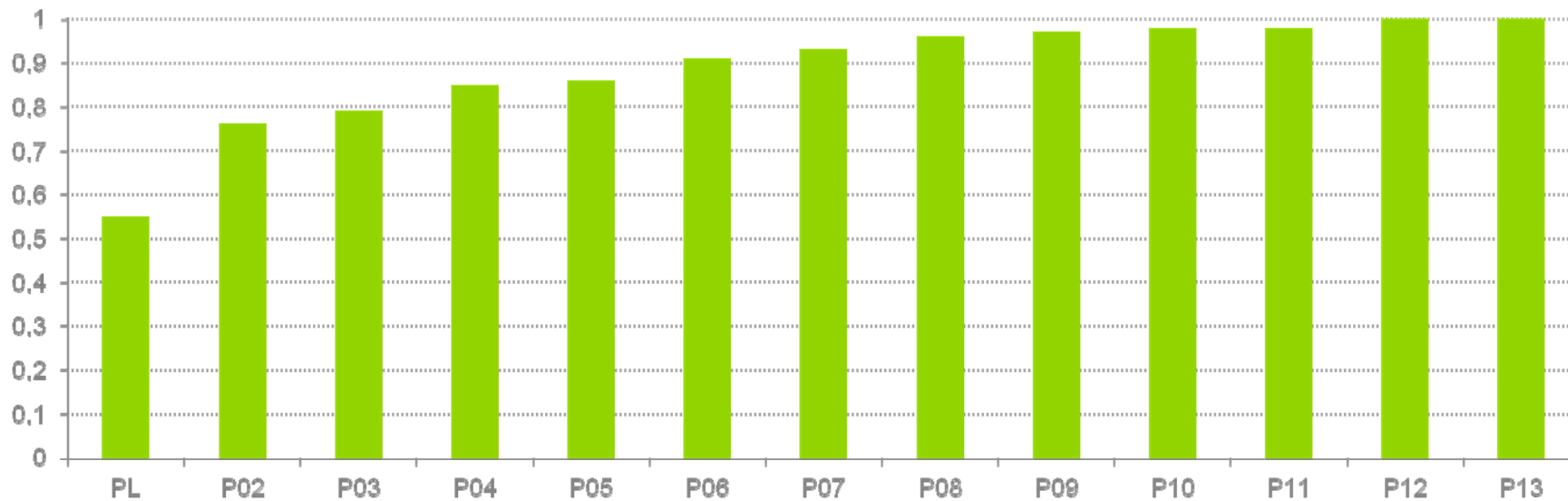


KANTAR WJRLDPANEL

KANTAR WJRLDPANEL

# LAS INNOVACIONES EXITOSAS SE MUESTRAN MUY PRONTO

% SKU's exitosos que la norma predice con éxito



Gran Consumo Envasado. Julio 2011 a Junio 2013  
Fuente: Radar de la Innovación. Kantar Worldpanel

**KANTAR WORLD PANEL** ya está en Twitter  
síguenos y accede a los últimos insights sobre tus consumidores

A screenshot of the Twitter profile card for Kantar Worldpanel ES. The card has a dark grey background. At the top is a square profile picture showing a map of Spain with a red location pin. Below the picture, the name 'Kantar Worldpanel ES' is displayed in white, followed by the handle '@KWP\_ESP' and a verified badge icon. A short bio in Spanish follows: 'Sigue a tus consumidores. En Kantar Worldpanel somos expertos en el conocimiento del consumidor y el comprador basado en paneles de consumidores.' At the bottom, the website 'kantarworldpanel.es' is listed.

**Kantar Worldpanel ES** 

**@KWP\_ESP**

Sigue a tus consumidores. En Kantar Worldpanel somos expertos en el conocimiento del consumidor y el comprador basado en paneles de consumidores.

kantarworldpanel.es

[cesar.valencoso@kantarworldpanel.com](mailto:cesar.valencoso@kantarworldpanel.com)