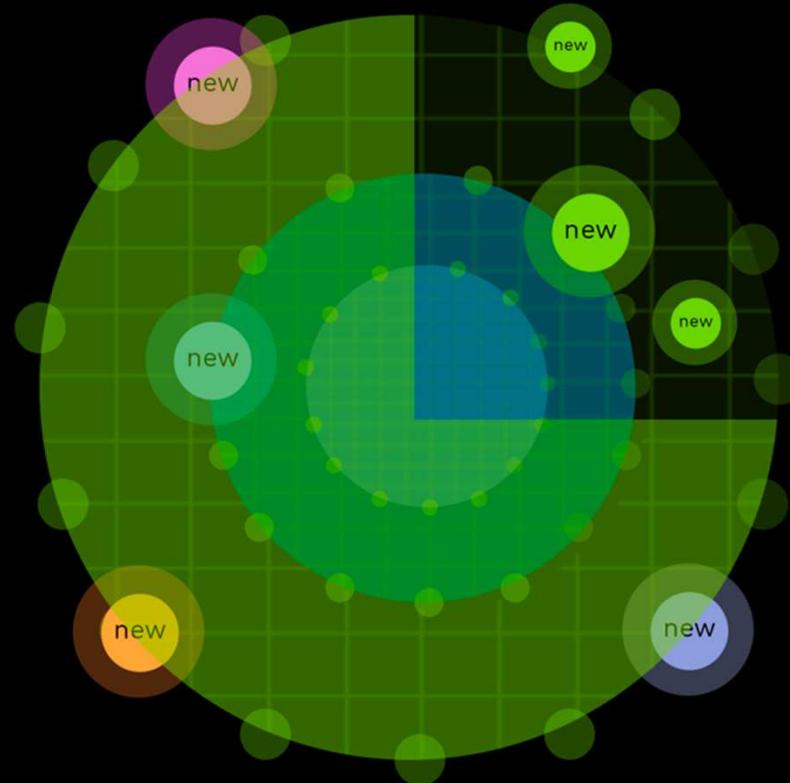
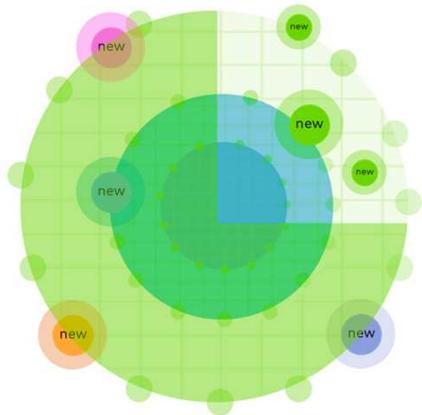


KANTAR WORLD PANEL
RADAR DE LA INNOVACIÓN

Septiembre 2013



César Valencoso
Consumer Insights Consulting Director
cesar.valencoso@kantardworldpanel.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

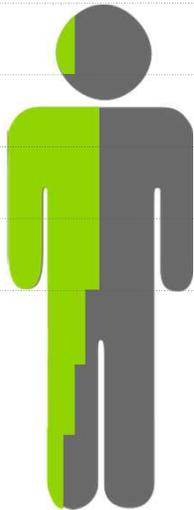
EL FUTURO DE LA INDUSTRIA PASA POR INCREMENTAR LAS VENTAS DE VALOR AÑADIDO

POBLACIÓN

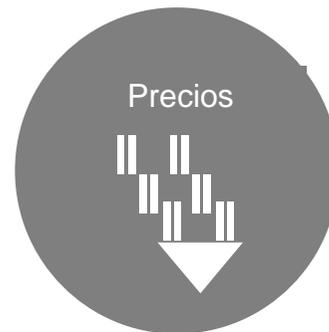
Total población millones

1996	39
2008	46
2013	46
2020	46

0,6%
Evolución 2013



INFLACIÓN



4,4%
Inflación Food(Julio/13)

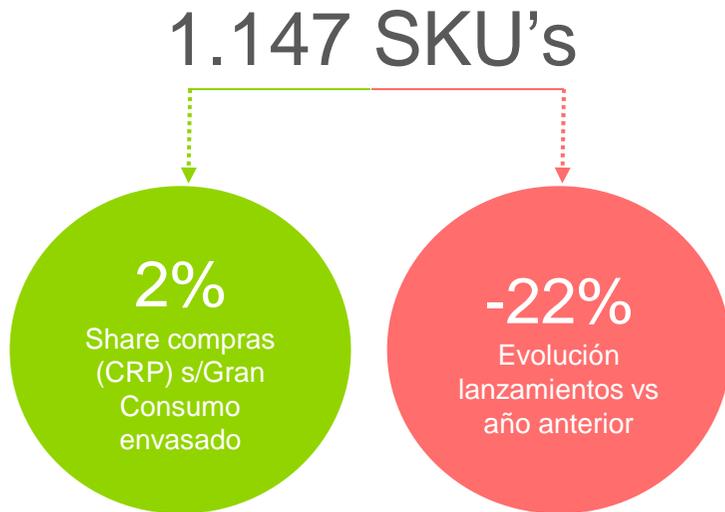
GASTO GRAN CONSUMO POR INDIVIDUO



2%
Enero – Agosto 2013

Fuente: KantarWorldpanel e INE

EN 2013: MENOS LANZAMIENTOS Y MENOS EXITOSOS



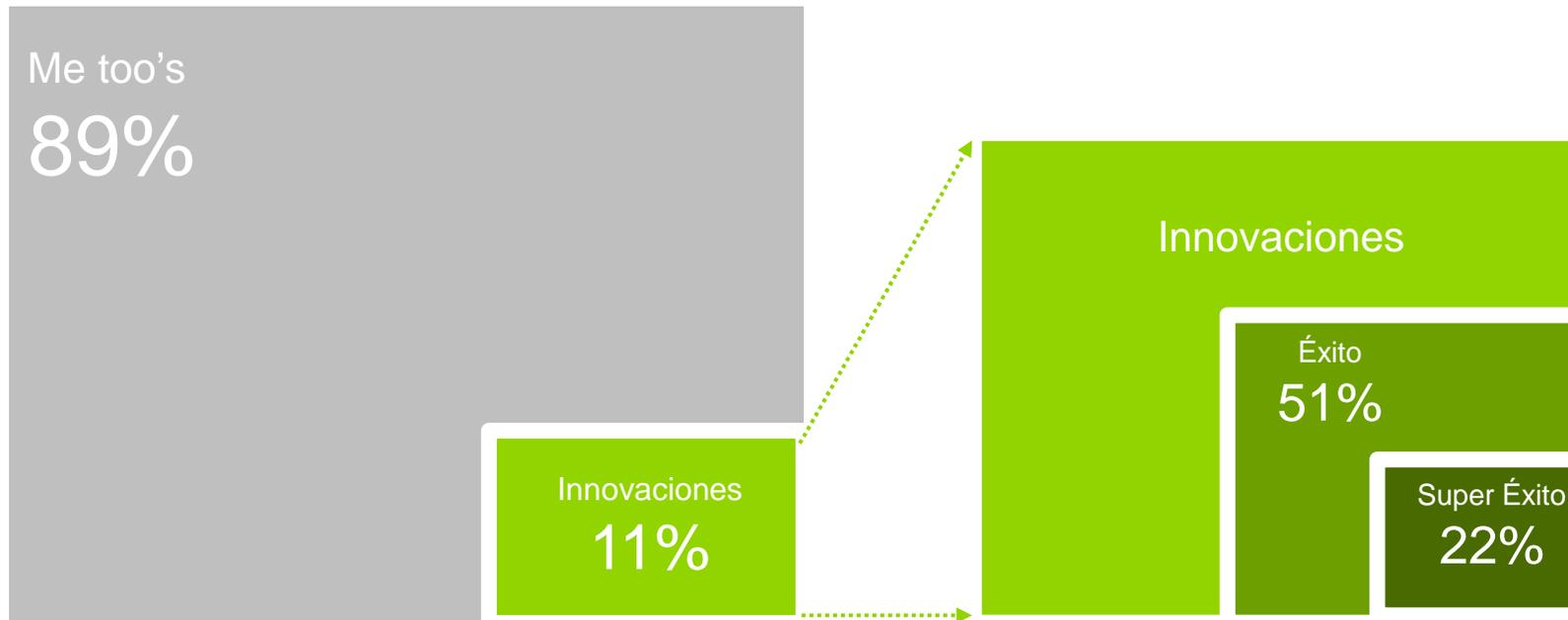
Tasa Éxito Lanzamientos



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

LOS LANZAMIENTOS INNOVADORES SON POCOS PERO EXITOSOS

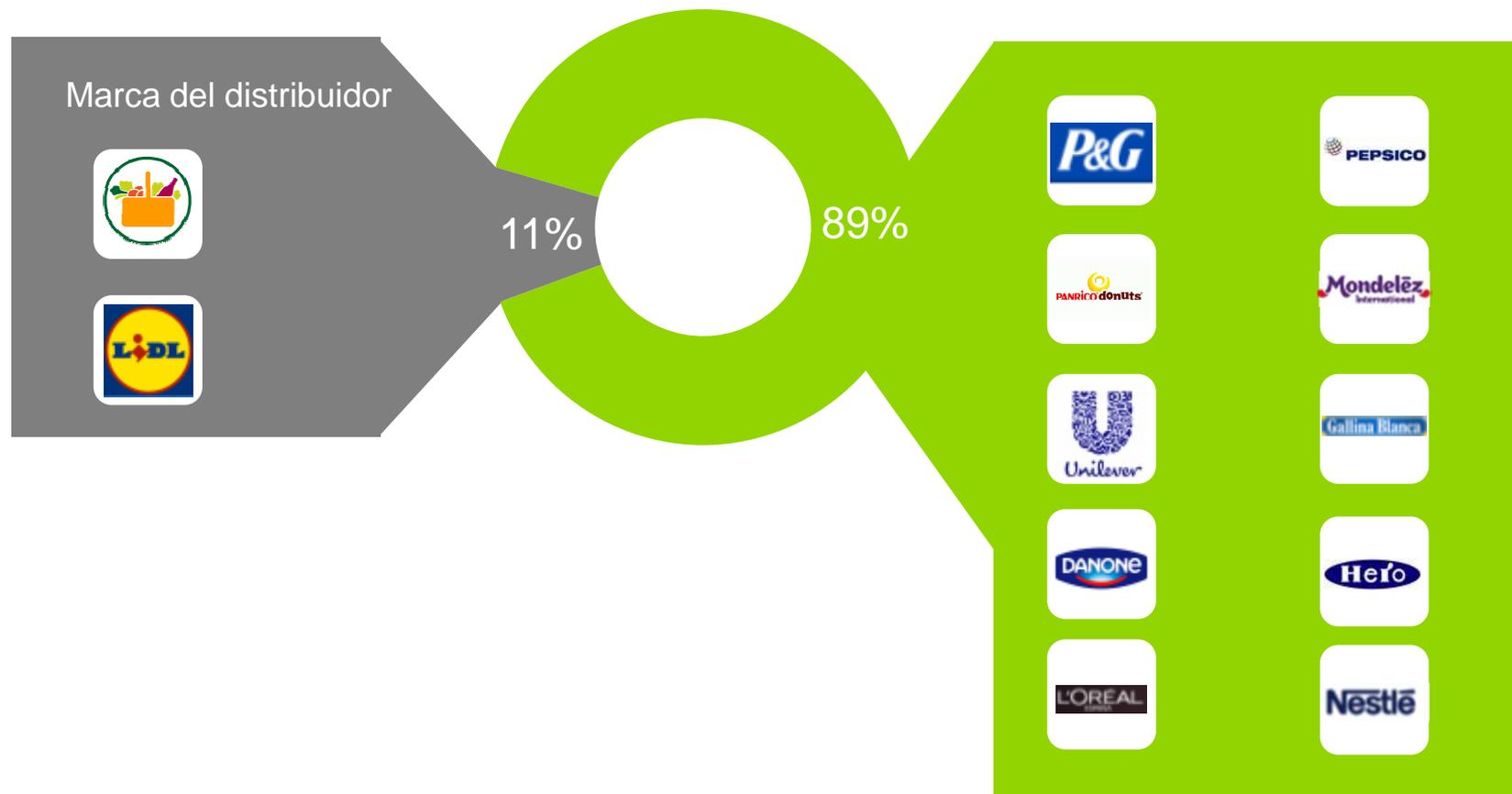
Número de SKU's por tipo y grado de éxito



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:

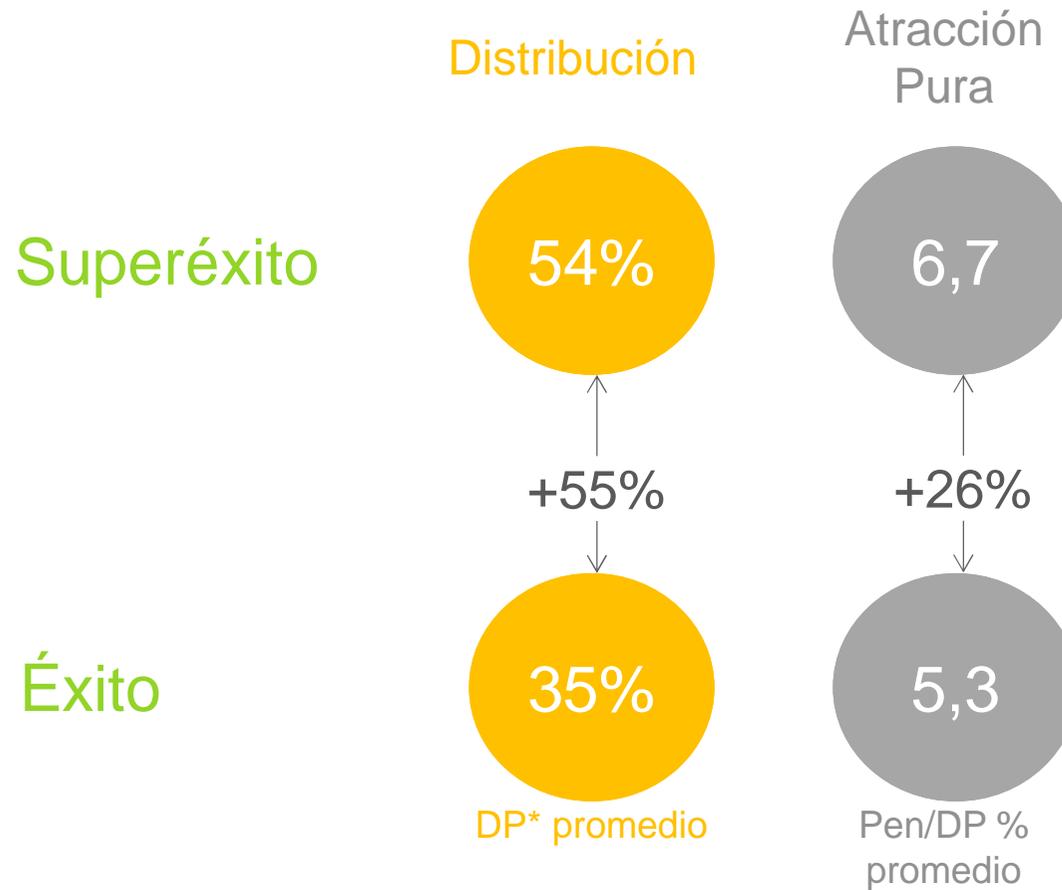
- Diferenciación de la innovación (Disponibilidad mental)
- Distribución (Disponibilidad física)

SER **MUY** DIFERENTE GENERA ATRACCIÓN



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

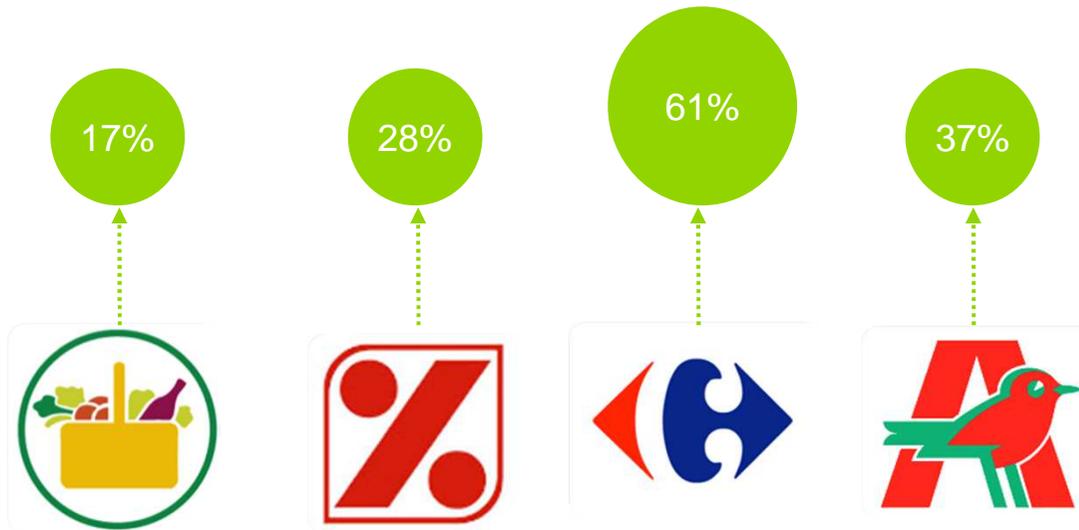
LA DISTRIBUCIÓN EXPLICA LA MAYOR PARTE DE UN SUPERÉXITO



*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



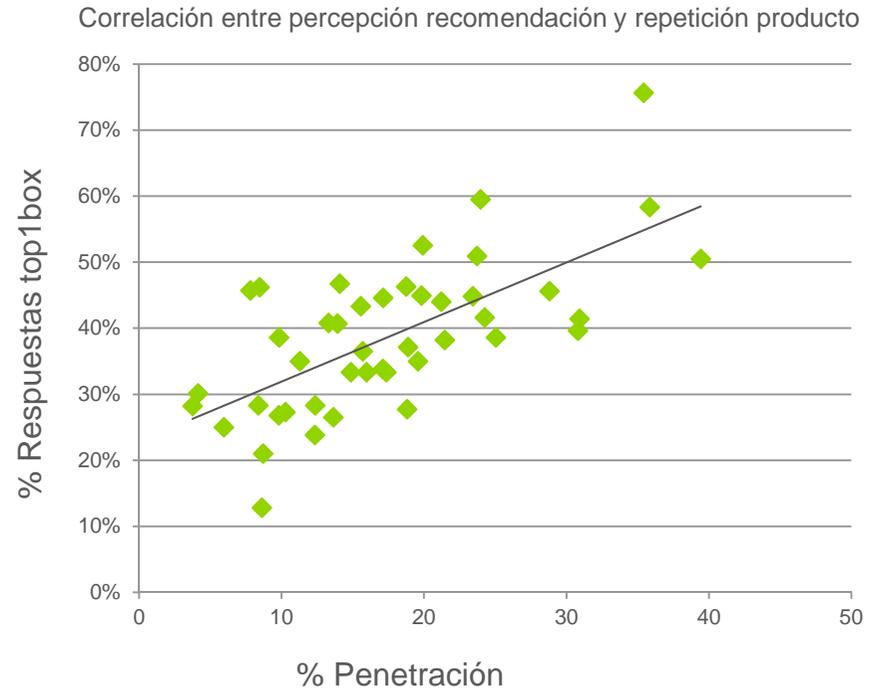
Gran Consumo Envasado. Julio 2012 a Junio 2013
Fuente: Radar de la Innovación. Kantar Worldpanel



¿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

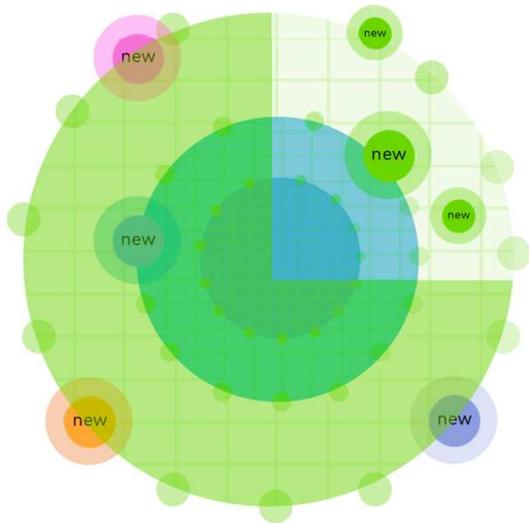
Es novedosa y
diferente

Alcanza el 35% de DP

Es relevante y
recomendable

TRACKING CONTINUADO DE LA INNOVACIÓN DESDE FINALES 2011

Radar de la Innovación



KANTAR WJRLDPANEL

Seguimiento de la innovación mes a mes

ONE-PAGER KPI's BENCHMARK



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



cesar.valencoso@kantarworldpanel.com