

Alimarket

Buenas perspectivas para el sector de gran consumo

El Encuentro Alimarket Gran Consumo analizará el escenario post crisis

ALIMARKET ALIMENTACIÓN | 01/02/2017 Sector Gran Consumo



Los distintos servicios de estudios y análisis financieros coinciden, el pasado fue un buen año para la economía española y 2017 también lo será. Según el Panel de Previsiones para la Economía Española de Funcas, el PIB de España creció un 3,3% en 2016 (dato de consenso entre los 17 servicios de Análisis encuestados) y cerrará el presente ejercicio con un avance del 2,4%. De cumplirse esta previsión, el Producto Interior Bruto español se situaría por encima del registrado en 2008, antes de que comenzase la recesión económica. Una nueva situación, por tanto, que afectará lógicamente al mercado de gran consumo, y que analizaremos en el Encuentro Alimarket Gran Consumo, bajo el lema "Respuestas a un consumidor en cambio constante".

El motor de este crecimiento de la economía sigue siendo el consumo, si bien a la tracción del gasto de las familias se han unido ya las administraciones públicas. A falta de datos definitivos, el consenso de los analistas sitúa en el 3,1% el crecimiento del consumo de los hogares, con una previsión del 2,4% para el presente año. En cuanto al consumo público, se situó en el 1,4%, con la previsión de que desacelere dos décimas durante 2017.

También son positivos los datos de formación bruta de capital fijo, en especial los relativos a la inversión en maquinaria y bienes de equipo. Esta última está ya en niveles de 2007 y se le prevé un recorrido al alza en los próximos meses.

Un dato vital para las perspectivas del sector de gran consumo es el de la creación de empleo. Si durante 2016 se bajó del 20% por primera vez en los últimos años, se espera que el año acabe en el entorno del 18%. La recuperación del mercado laboral será un apoyo indispensable para mantener en positivo la demanda interna, en especial, cuando las principales incertidumbres que afectan a la economía española vienen del exterior, tanto si pensamos en el efecto del Brexit como de las medidas proteccionistas que pueda cabar adoptando la nueva administración Trump.

Respuestas para el cambio

Este panorama favorable, al menos en el corto plazo, exige un cambio en la manera en que la industria de gran consumo se dirige a sus clientes. La séptima edición del Encuentro Alimarket de Gran Consumo recogerá un muestrario de estos enfoques a cargo de distribuidores y fabricantes, que tratarán temas como los nuevos targets (seniors, millennials), la importancia de la innovación, la sostenibilidad, los frescos, la experiencia de cliente o el papel de las marcas de fabricante.

Contaremos con **Sami Kahale** , Vice President Southern Europe de Procter & Gamble; **Antonio Font** , Director General de Euromadi; **Ricard Cabedo** , Director de Relaciones Empresariales de Mercadona; **Yolanda Fernández** , Directora de Responsabilidad Social Corporativa Auchan Retail España; **Jorge Reig** , Director General de la División de Fresco de G's España Holdings; **Arturo San Juan** , Consejero Delegado de Arluy; **Philippe Ortega** , Director General Comercial y de Marketing de Pernod Ricard Bodegas; **Manuel Serrano** , Presidente y Fundador de Coolhunting Group; y **Sofía Medem** , Socia Responsable del Área de Customer Experience en EY.

Publicaciones Alimarket, editora de Alimarket, y Más Cuota organizan el VII Encuentro Alimarket Gran Consumo, con el apoyo de **EY España** como Partner; **Coca Cola**, **Grupo Uno CTC**, **Polymer y Tetra Pak** como patrocinadores; y **Axesor**, **Berlys**, **Carreras Grupo Logístico** y **JSV Logistics** como colaboradores. [Más información e inscripciones en nuestra página web](#) .

Alimarket