

## Distribución en todos los canales

### LA INNOVACIÓN, INDISPENSABLE PARA HACERSE HUECO EN LA CESTA DE LA COMPRA

La pandemia del coronavirus ha producido grandes cambios en los hábitos de los consumidores e influencias en su forma de comprar. En el *webinar* 'Tendencias clave e innovación en Gran Consumo' organizado por IRI, se apuntaba a la importancia de entender los *drivers* que mueven a los consumidores para que los *retailers* y fabricantes puedan aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece el mercado e innovar para saltar del lineal a la cesta de la compra. El evento ha contado además con una mesa redonda con Martín Barbaresi, director de Marketing y Comunicación en Calvo y Jaime Martín, CEO de la consultora Lantern. "Es fundamental entender este cambio en las tendencias que están moviendo la demanda para que las empresas puedan comprender cuál es su papel para acompañar al consumidor en este cambio de hábitos y poder conquistarlo", aseguraba Cristina García Fuente, directora



de Marketing de IRI España, al comienzo de este encuentro.

Durante los meses de confinamiento y posteriormente, debido a las restricciones a la movilidad, se produjo un aumento en la demanda de snacks como patatas fritas (+10%). Del mismo modo, se aprecia una tendencia a adquirir productos con un precio más económico, debido a la incertidumbre sobre la situación económica del país, al mismo tiempo que se observa un mayor interés por los productos *premium*.

Destaca también el *boom* de la repostería casera.