



GRAN PREMIO A LA
INNOVACIÓN 2013



ALIMENTACIÓN, BEBIDAS Y PRODUCTOS DE GRAN CONSUMO

enero-febrero 2013 • nº 172

NOVEDADES y noticias

EL REY DE TUS PRIMEROS PLATO

CONSTITUCIÓN
CONQUISTA SU LUGAR EN
DOMINANCIA EN LA COMESTIÓN
CADA DÍA DEL MUNDO
DE PRIMEROS PLATOS
DE FORMA RÁPIDA
COMODA, VERSÁTIL
Y SIEMPRE SORPRENDE
ENCANTARÁN... ¡DEJÁMOSLO!

*De Fructos
Fermatib*

C/ La Estación, 2 • 04640 Pulpí (Almería) • España • Tel.: +34 950 464 011 • Fax: +34 950 444 118 • www.primaflor.com

PRODUCTOS VEGETALES

39 Productos del Año 2013

EL PRIMER DETERGENTE EN CÁPSULAS DOBLE CÁMARA DEL MERCADO

Pastas Alimenticias

Precio y esfuerzo exportador resumen el último año del sector **3**



Ceremonia de entrega de los 39 Productos del Año 2013



Tras 13 de años en España, el logotipo de El Producto del Año se ha convertido en referente en el sector del gran consumo. Así lo indica el reciente estudio realizado por TNS según el cual el 64,2% de las responsables de la compra del hogar conocen el logo de El Producto del Año y el 72% lo considera un sello de garantía de calidad.

Además, las perspectivas de futuro son muy buenas dado que los datos de notoriedad entre los individuos de 18 a 34 años elevan ya el 76,6%.

Han sido elegidos tras realizar una encuesta a 10.005 consumidores

El pasado diciembre tuvo lugar en Madrid la entrega de galardones del Gran Premio a la Innovación. Durante el acto, que reunió más de 300 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y de la comunicación, se dieron a conocer los 39 productos galardonados como Producto del Año 2013: 16 correspondientes a otras tantas categorías de alimentación, 11 repartidos entre las de higiene y perfumería, 2 de droguería, y 10 entre bazar, hogar y pequeño electrodoméstico. Todos designados tras un exhaustivo estudio realizado en el mes de septiembre pasado por la consultora SymphonyIRI a 85 nuevos productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 en los diferentes

sectores. Y todos, también, podrán utilizar el logotipo "Elegido Producto del Año" en su comunicación.

La ceremonia de entrega fue inaugurada por la alcaldesa de Madrid, Ana Botella, quien felicitó a los premiados y destacó que este galardón "es una señal de avance y de optimismo".

La innovación en tiempos de crisis

Por su parte, los representantes de las empresas premiadas destacaron la importancia de que este premio lo otorguen los propios consumidores. En total se ha encuestado vía on-line a 10.005 individuos representativos de la población española entre 18 y 65 años y además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por producto participante.

El estudio encargado por la organización del certamen también analiza al-



gunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el 61% de los encuestados en 2012 reconocía que le gusta probar productos nuevos (casi 8 puntos porcentuales menos que en la encuesta realizada en 2011), y el 53% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae (el 51,7% en 2011). Si bien es cierto que el 63% indica que ahora compra más productos según el precio y se fija menos en si son o no innovadores.

Crea el deseo de pagar menos

Esto puede deberse a que el 44% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de mar-



La presidenta de Madrid, Ana Botella, junto a Fabrizio Selva y Blanca Genes, organizadores del evento

CATEGORÍA	PRODUCTO	EMPRESA
Preparados de Pescado	Krisol Gomo Pintado - Donosterra y Mariño	Angelus Aguinaga
Tés	Susario Instanté	Angel Camacho Alimentación
Postres	Naturfruit	Espefruit, S.A.
Congelados	Pop Nuggets (Pelomitos de pollo crujientes)	Grupo Mohoso
Conservas	Pedregos de Pollo en Aceite y en Eszabeche Casa Matechin	Aves Nubles y Derivados
Complementos Alimenticios	Própolis y Jaleo Real + Equinacea - VIVE	Grupo Viveplus, S.L.
Frutos Secos	Cashuetes Sal y Miel Tostados al Horno de Matutana	PepsiCo Foods A.I.E
Quesos	Burgo de Aris Cochera	Montesqueros Aris
Alimentos para Bebés	Puleva Paques 2 Crecimiento	Lactalis Puleva
Preparados Lácteos	Puleva Max Energía y Crecimiento	Lactalis Puleva
Bebidas	Batidos Puleva Cacao con Cereales y Friso Plátano	Lactalis Puleva
Cantinas	Naribo Celebraciones	Heribo
Edulcorantes	Trivio	A.B. Azucarera Iberia, S.L.U.
Productos para Celíacos	Beiker	Dr. Schöb
Yogures	Yoloda de Danone	Danone
Pet Food	Whiskas® Simplemente Buena	Mars España
Higiene Infantil	Bio Baby by Moltes	Valor Brands Europa, S.L.
Higiene Bucal	Sensodyne Repair & Protect	GlaxoSmithKline, Consumer Healthcare
Cuidado Corporal	Dove Nutrición Sensorial Loción Corporal con Manteca de Karité	Unilever
Cuidado Capilar	Gama Rapera y Protogo de Pantene	Procter & Gamble
Coloración Profesional	Drafolida Color Elair	Colomer Beauty and Professional Products
Higiene Intima	Nueva Evax Contáctile con Perlas Activas	Arbara & Asanria
Incontinencia	Tena Protective Underwear	SCA Hygiene Products
Alcohol	SensoTouch 3D	Philips
Coloración	Color Sensation de Garnier	L'Oréal
Depilación	Luma Precision Plus	Philips
Desodorantes	Raona Women Ultra Dry con Tecnología MotionSense™	Unilever
Dermocosmética	Sérum Reparador Arrugas Profundas Serum® Lift de Boots Laboratories	Procter & Gamble
Utensilios de Limpieza	Vileda 1-2 Spray	Vileda Ibérica, S.A.S.C.
Packs de Experiencias	Smartbox gama 2013	Smartbox
Primeros Auxilios	DermActive	Laboratorios Hartmann
Pinturas	Majestic Resist	Jeton Ibérica
Apósitos	Cosmopar Waterproof	Laboratorios Hartmann
Adhesivos	Lactite Hybrid Glue	Hankol Ibérica
Café	Triglo® Lo Mónaco	La Mónica Hago
PAE Cocina	Cafetera Espresso Automática Oster Primo Latte	Jordan Consumer Solutions
Robots de Limpieza	Vileda Virabi	Vileda Ibérica, S.A.S.C.
Aspiradores	UltraVee Mini	Electrolux Small Appliances



LOS BATIDOS DE 2013



LA COLORACIÓN PROFESIONAL DE 2013



EL CUIDADO CAPILAR DE 2013



EL COMPLEMENTO ALIMENTICIO DE 2013



LOS TÉS DE 2013



ca de fabricante; eso sí, un porcentaje que ha bajado desde el 50,9% que veía esa similitud en 2011.

En cualquier caso y aunque el 47% reconocía el año pasado que prefería productos de marca blanca porque son más baratos, otro 31% de los encuestados se mostraba dispuesto a pagar más por un

producto de marca de fabricante que por otro de marca blanca. Un año antes prefería la marca blanca por precio un 41,2%, mientras que estaba dispuesto a pagar más por la de fabricante un 32,6% de los encuestados entonces.

Por edades, los jóvenes compran ahora más por precio, les gusta probar pro-

ductos nuevos pero prefieren las marcas blancas. Lo más mayores son los que están más dispuestos a pagar más por un nuevo producto.

En general, la motivación principal por la que tanto hombres como mujeres compran un nuevo producto es porque les satisface una nueva necesidad, aun-

que las promociones también las tienen en cuenta.

Y en particular, las mujeres, los jóvenes y los consumidores de las áreas Sur, Levante y Noroeste son los que muestran mayor intención de compra de las innovaciones.

Oportunidad del Producto del Año

Estos datos revelan la importancia de que las marcas apuesten por productos de innovación diferencial que les ayuden a despertar el interés de los consumidores. Y en esta línea, la iniciativa de El Producto del Año estimula y reconoce a estas empresas que apuestan por la innovación, también en tiempos de crisis.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. En España ya cuenta con 13 ediciones de historia, a lo largo de las cuales han participado,



entre otras, empresas como 3M, AC Marca, Affinity Petcare, Akzo Nobel Coatings, Alimentación Varma, Angulas Aguinaga, Arborea Ausonia, Argal, BDF Nivea, Bicentury, Bimbo, Bonduelle, Campofrío, Cárnicas Serrano, Central Lechera Asturiana, Coca-Cola España, Damm, Danone, Europastry, Findus, Gallina Blanca, Garnier, Granini, Grupo Pepsico, Haribo, Heinz Ibérica, Henkel Ibérica, Importaco, Industrias Cárnicas Zurita, Industrias Rodríguez, J. García Carrión, Johnson & Johnson, Johnson's Wax, Juver, Kellogg's, KH Lloroda, Kraft Foods España, L'Oréal, Laboratorios Byly, Lacasa, Laetalis, Lácteos García Baquero, Maheso, Mannequeras Arias, Mars España, McCain España, Nestlé,



EL CONGELADO DE 2013

Nutrexpa, Panrico, Persán, Procter & Gamble, Puleva, Rana Hispania, Reckitt Benckiser, Salica, Salton Productos España, San Miguel, Sara-Lee/D.E. España, SCA Hygiene Paper, Schweppes, Solac, Solan de Cabras, SSL Healthcare, Storck Ibérica, Unilever, Verdu Canto Saffron Spain, Vileda, o Wilkinson ●



EL ADHESIVO DE 2013



LOS DESODORANTES DE 2013



EL PET 1000 DE 2013



EL YOGUR DE 2013



LAS CONSERVAS DE 2013



EL QUESO DE 2013



Elegido Producto del Año 2013

SUSARÓN Instanté: ¡Bienestar para llevar!

La creciente preocupación por una mejora del bienestar está reñida con el ritmo de vida que llevamos hoy en día. SUSARÓN es consciente de ella y ha creado una nueva manera de cuidarse rápida y fácil: INSTANTÉ.

SUSARÓN INSTANTÉ ofrece la combinación perfecta de productos que mejoran el bienestar, sin renunciar a su gran sabor. Estas bebidas solubles permiten cuidarse a la vez que se disfrutan y cubren una demanda creciente.

SUSARÓN INSTANTÉ une los beneficios del agua, del té y de otras sustancias activas (fibra, inulina, ginseng & guaraná, frutos rojos, rooibos) que ayudan a sentirse bien. El formato cómodo e innovador, un sachet individual de 3g, además del modo de empleo fácil y rápido (los preparados se disuelven incluso en agua fría) permite disfrutarlo donde y cuando se quiera.

ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN, filial del grupo empresarial ÁNGEL CAMACHO, comercializa la gama INSTANTÉ de SUSARÓN, que ha recibido el Gran Premio a la Innovación 2013 por ser el producto más innovador en la categoría "Tés", y que incluye 4 sabores para todos los gustos: Fibra, Diet, Energía y Belleza.



INSTANTÉ FIBRA

Soluble de té verde con fibra. La mezcla de este soluble preparada a base de extractos de té verde, té negro e inulina junto con una fibra soluble que se obtiene de la achicoria, hace de él una bebida ideal para tomar por la mañana o al medio día.



INSTANTÉ DIET

Soluble con té verde sabor multifrutas. Este soluble instantáneo elaborado a partir de inulina, té verde y judía habichuela, es perfecto para completar la dieta.



INSTANTÉ ENERGÍA

Soluble de té, ginseng y guaraná sabor cola. Preparado a base de extractos de té negro, guaraná y ginseng, es el soluble para aquellas personas que buscan un extra de energía de vida.



INSTANTÉ BELLEZA

El soluble instantáneo antioxidante está elaborado a partir de extractos de hibisco y rooibos. Estas plantas ayudan a combatir los radicales libres, que son los principales responsables del envejecimiento.



LABORATORIOS SANOR es un moderno laboratorio farmacéutico y experto en el procesamiento de tisanes, con más de 80 años de experiencia en el sector de infusiones y plantas medicinales. Desde 1998 pertenece al grupo empresarial ÁNGEL CAMACHO.

La marca SUSARÓN, insignia comercial de LABORATORIOS SANOR y tradicional marca de tisanes e infusiones (desde 1944) que se posiciona entre las líderes del mercado Español de infusiones-bienestar, siempre ha buscado el equilibrio entre ciencia y naturaleza para ofrecer productos que cuidan el paladar y también la salud.

www.susaron.es

ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN es una compañía familiar con una tradición centenaria (desde 1897) que produce y distribuye una amplia gama de productos alimentarios, entre los que se incluyen aceites de mesa, aceites de oliva y encurtidos bajo los marcos FRAGATA y MARJO, mermeladas LA VIEJA FABRICA y STONYT e infusiones y tisanes SUSARÓN.

ÁNGEL CAMACHO cerró el ejercicio 2011 con unas ventas consolidadas superiores a 140 millones de euros y cuenta con una plantilla de 865 empleados. La actual estrategia corporativa recoge inversiones relevantes en la mejora de sus procesos industriales, así como en la mejora de las instalaciones de procesamiento y envasado de sus diferentes líneas de producto. La inversión de tres millones de euros en 2012-2013, encajada a principios de 2012, se engloba en la primera fase del plan de inversiones 2012-2013.

www.acamacho.com



Poleno se lleva 3 de los 29 Productos del Año 2013. Carlos Borrero, jefe de producto de Bostón Poleno, y Raquel Andújar, jefe de producto de Poleno Pequeño, se encargaron de recoger los galardones



El 53% de los consumidores está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le ofrece



Los representantes de las empresas premiadas destacan la importancia de que este premio le otorgan los propios consumidores



Personalidades del mundo empresarial, del marketing y de la comunicación, entre los 300 invitados



La motivación principal por la que se compra un nuevo producto es porque satisface una nueva necesidad



Este año aparecen nuevas categorías en todos los sectores de gran consumo



El 64% de los responsables de la compra cometen el lujo de El Producto del Año

EL CERTAMEN SE CELEBRA EN 30 PAÍSES. CUATRO ESPECIALISTAS FORMAN EL COMITÉ DEONTOLÓGICO ESPAÑOL

Elegidos en España los 38 productos del año, caracterizados por su cualidad innovadora

La idea la tuvo el francés Christian Le Bret en 1987 buscando la opinión del consumidor para elegir los productos del año. Hoy son más de 30 los países donde anualmente se celebra el certamen.

Una vez más, por décimo tercer año consecutivo, se ha celebrado en Madrid el acto de entrega de los galardones *El Producto del Año*. Se trata del único certamen donde se eligen los premiados mediante el voto directo de alrededor diez mil consumidores y los nombres de los premiados corresponden a productos innovadores lanzados al mercado entre mayo de 2011 y septiembre de 2012, en los

El fin de *El Producto del Año* es impulsar la innovación en el gran consumo y acercar estos productos al consumidor

sectores de alimentación, parafarmacia, cosmética, pequeños electrodomésticos y para el hogar.

De los 85 productos participantes, han sido elegidos 35 correspondientes a otras tantas categorías. Los premiados forman la relación siguiente:

- Krisiá Pintxo. **Angulas Aguinaga.**
- Susarón Instanté. **Angel Camacho.**
- Naturfruit. **Expafruit.**
- Pop Nuggets. **Grupo Maheso.**



- Pechuga pollo. **Aves Nobles y Derivados.**
- Própolis y Jalea Real. **Grupo Viveplus.**
- Cacahuets sal y miel. **Pepsico Foods.**
- Burgo de Arias. **Mantequerías Arias.**
- Puleva Peques. **Lactalis Puleva.**
- Puleva Max Energía. **Lactalis Puleva.**
- Batidos Puleva Cacao. **Lactalis Puleva.**
- Haribo Celebraciones. **Haribo.**
- Truvia. **AB Azucarera Iberia.**
- Beiker. **Dr. Schär.**
- Yolado de Danone. **Danone.**

- Bio Baby by Moltex. **Valor Brands.**
- Sensodyne Repair. **GlaxoSmithKline.**
- Dove Nutrición Sensorial. **Unilever.**
- Gama Pantene. **Procter & Gamble.**
- Orofluido. **Colomer Beauty.**
- Evax Cottonlike. **Arbora & Auzonia.**
- Tena. **SCA Hygiene Products.**
- Senso Touch 3D. **Philips.**
- Color de Garnier. **L'Oréal.**
- Lumea Precision Plus. **Philips.**
- Rexona Women Ultra Dry. **Unilever.**
- Serum Reparador. **Procter & Gamble.**
- Vileda 1-2-Spray. **Vileda Ibérica.**
- Whiskas. **Mars España.**
- Smartbox gama 2013. **Smartbox.**
- DermaActive. **Laboratorios Hartmann.**
- Majestic Resist. **Jottin Ibérica.**
- Cosmopor. **Laboratorios Hartmann.**
- Loctite Hybrid Glue. **Henkel Ibérica.**
- Tripl3 Lo Mónaco. **Lo Mónaco Hogar.**
- Cafetera Oster. **Jarden Consumer Sol.**
- Vileda Virobi. **Vileda Ibérica.**
- UltraOne Mini. **Electrolux.**

Los ganadores recibieron su premio en el transcurso de la gala *Gran Premio a la Innovación* celebrada en La Casa del Lector, en Madrid, donde tuvo lugar tras más de 10 años en Barcelona. +

LA PRESIDE JOSÉ CASTELLS

La firma Inkenia IUCT ya cotiza en el MAB

La firma Inkenia IUCT Group, con sedes en Mollet del Vallés (Barcelona) y Tres Castos (Madrid), ha iniciado su cotización en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB). El presidente ejecutivo Josep Castells Boliart y director científico Carles Estévez. La empresa tiene quince años de vida, forma un grupo empresarial de alta tecnología y su actividad se centra en la explotación de conocimiento basado en la investigación de nue-

vos productos para el sector de la salud (farmacia, biotecnología y química). Cuenta con 44 empleados e ingresos netos de dos millones de euros en 2011. Los beneficios alcanzaron en dicho año los 730.000 euros.

Los principales accionistas de la empresa son Eicola Sant Gervasi (asociada a la cooperativa Clade) con el 45 por ciento, Josep Castells Boliart 10 y Carles Estévez con el 4 por ciento. Si sumamos las participaciones de todos los directivos de la compañía (Incluidos Castells y Estévez), suman un 35 por ciento. Capital de 2,1 millones.

EMPRESA COMERCIAL

Unilever aumenta ventas y dobla beneficios

Unilever España es una comercializadora de productos alimenticios y de cuidado personal y del hogar. Al margen de la crisis, en 2011 impulsó ventas de 596 a 629 millones y dobló beneficios, de 22 a 45 millones. Lideta su posición con productos tales como Knorr, Pina, Tulipán y Lígeresa. Ha mejorado su posición en helados con la marca Frigo. En desodorantes cuenta con Axe, Rexona y Dove y en detergentes con Skip y Mimosin.

DENUNCIA LA AUDITORÍA

Arbora & Auzonia no detalla los sueldos de sus directivos

Salvedades en el informe de auditoría de Arbora & Auzonia, por no informar sobre la posición de sus administradores en otras sociedades de similar actividad, y por no detallar los emolumentos de la alta dirección. Los ingresos en 2011 bajaron de 616 a 584 millones y el beneficio se redujo de 209 a 95 millones. La empresa tiene sede social en Barcelona y fábricas en Mequinzena, Jijona y Montornés del Vallés.

Especial



Producto del año

Cosecha 2013

Los 38 productos galardonados han sido designados tras un exhaustivo estudio realizado en el mes de Septiembre por la consultora SymphonyIRI a 85 nuevos productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Bazar, Hogar y Pequeños Electrodomésticos. El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 13ª edición en España. En total se ha encuestado vía on-line a 10.005 individuos representativos de la población española entre 18 y 65

años y además se ha realizado una prueba de pro 100 personas por participante.

El estudio encargado por la organización del certamen además analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el 61% de los encuestados reconoce que le gusta probar productos nuevos, y el 53% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 63% indica que ahora compra más productos según el precio y si fija menos en si son innovadores puede deberse a que el 44% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a la de los productos de marca de fabricante.

ALIMENTACIÓN

COSMÉTICA

FARMACIA Y BAZAR

Los Productos del Año 2013
www.granpremioalimarket.es

Innovación Gran Consumo

En cualquier caso el 31% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por otro de marca blanca. Aunque el 47% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos. Por edades, los jóvenes compran ahora más por precio, les gusta probar productos nuevos pero prefieren las marcas blancas. Lo más mayores son los que están más

dispuesto a pagar más por un nuevo producto. En general, la motivación principal por la que tanto hombres como mujeres compran un nuevo producto es porque les satisface una nueva necesidad, aunque las promociones también las tienen en cuenta. Las mujeres, los jóvenes y los consumidores de las áreas Sur, Levante y Noroeste son los que presentan mayor intención de compra de las innovaciones.

PRODUCTOS PREMIADOS EN LA XI EDICIÓN DE 'EL PRODUCTO DEL AÑO'

CATEGORÍA	PRODUCTO	EMPRESA
Preparados de Pescado	Pintxo a la Donostiarra y Pintxo de Marisco Krissia	Angulas Aguinaga
Tés	Susarón Instanté	Grupo Ángel Carnacho
Postres	Naturfruit	Expafruit
Congelados	Pop Nuggets (Palomitas de pollo crujientes)	Grupo Maheso
Conservas	Conserva de Pechuga de Pollo Casa Matachín	Aves Nobles y Derivados
Complementos Alimenticios	Própolis y Jalea Real + Equinacea Yive+	Grupo Yiveplus
Frutos Secos	Cacahuets Saly Miel tostados al horno de Matutano	PepsiCo Foods A.I.E
Quesos	Burgo de Arias Cuchara	Mantecerías Arias
Alimentos para Bebés	Puleva Peques 3 Crecimiento	Lactalis Puleva
Preparados Lácteos	Puleva Max Energía y Crecimiento	Lactalis Puleva
Batidos	Batidos Puleva Fresa y Plátano y Cacao con Cereales	Lactalis Puleva
Confitería	Haribo Celebraciones	Haribo
Edulcorantes	Truvia	Azucarera Española
Productos para Celíacos	Gama de Panes sin gluten Baker	Dr. Schär
Yogures	Yelado	Danone
Higiene Infantil	Biobaby by Moltex	Valor Brands Europe
Higiene Bucal	Sensodyne Repair & Protect	Glaxo Smith Kline
Cuidado Corporal	Dove Nutrición Sensorial Loción Corporal con Manteca de Karité	Unilever España
Cuidado Capilar	Repara y Protege de Pantene	Procter & Gamble
Coloración Profesional	Orofuido Colour Elair	The Colomer Group
Higiene Íntima	Nueva Evax Cottonlike con Perlas Activas	Arora & Ausonia
Incontinencia	TENA Protective Underwear	SCA Hygiene Products
Tratamiento Capilar Profesional	Frizdom by Style Masters	The Colomer Group
Afeitado	Philips SensoTouch 3D	Philips
Coloración	Garnier Color Sensation	Garnier
Depilación	Lumea Precision Plus de Philips	Philips
Desodorantes	Rexona Gama Ultradry - Tecnología MotionSense	Unilever España
Dermocosmética	Sérum Reparador Amugas Profundas Sérum 7 LIFT de Boots Laboratories	Procter & Gamble
Utensilios de Limpieza	Fregona Vileda 1.2. Spray	Vileda
Pet Food	Whiskas Simplemente Bueno	Mars
Packs de Experiencias	Smartbox gama 2013	Smartbox
Primeros Auxilios	Hartmann DermActive	Laboratorios Hartmann
Pinturas	Jonun Majestic Resist	Jonun Ibérica
Apósitos	Cosmopor Waterproof	Laboratorios Hartmann
Adhesivos	Loctite Hybrid Glue	Henkel Ibérica
Colchones	Tripl32 Le Monaco	Lo Monaco
PAE Cocina	Cafetera Espresso Automática Oster Prima Latte	Jarden Consumer Solutions
Robots de Limpieza	Vileda Virob1	Vileda
Aspiradores	Ultraone Mini de Electrolux	Electrolux

Especial



Innovación Gran Consumidor

Una **representación** de los **premiados** expone las características más destacadas de sus productos, su enfoque comercial y el apoyo prestado a lanzamiento, así como la respuesta de la distribución.

1. ¿Qué motivaciones de compra predominan en la elección de este producto y a qué target está dirigido?
2. ¿Qué características innovadoras aporta el producto?
3. ¿Qué apoyo está recibiendo el producto por parte de la compañía y cómo ha sido la recepción del producto por parte de la distribución?

Ángel Camacho Alimentación

Paul Kortenoever
"Susarón Instanté"

1. Los nuevos solubles instantáneos "Instanté" están dirigidos a consumidores, tanto mujeres como hombres, con ciertas inquietudes por su salud y bienestar y por lo natural y sano, sin discriminación por clase social y hábitat.
2. "Susarón Instanté" son bebidas funcionales solubles que permiten cuidarse a la vez que se disfrutan. El producto une los beneficios del agua, del té y de otras sustancias activas (fibra, inulina, ginseng & guaraná, frutos rojos, rooibos) que ayudan a sentirse bien. El cómodo e innovador formato, un sachet individual de 3g, además del modo de empleo fácil y rápido (los preparados se disuelven incluso en agua fría) permiten disfrutarlo donde y cuando quieras.
3. El lanzamiento de "Susarón Instanté" está siendo apoyado por una creatividad fresca y original ("Bienestar



para llevar") en revistas del sector así como en revistas de salud, bienestar y de vida. Además, el producto se promociona en la red web www.susaron.es donde habrá acciones especiales y atractivas promociones para el consumidor. Asimismo se han realizado eventos de free sampling con azafatas en diversas facultades de universidades

para llevar") en revistas del sector así como en revistas de salud, bienestar y de vida. Además, el producto se promociona en la red web www.susaron.es donde habrá acciones especiales y atractivas promociones para el consumidor. Asimismo se han realizado eventos de free sampling con azafatas en diversas facultades de universidades

Pepsico Foods

Sergí Pérez
Cacahuetes sal y miel tostados al horno
"Matutano"

1. Los cacahuetes al horno sal y miel de "Matutano" se lanzaron para un target de más de 25 años. Sin embargo, con apenas un año en el mercado podemos afirmar que son un producto absolutamente multitarget dado que su deliciosa combinación entre dulce y salado y su proceso de horneado en lugar de frito, han conseguido convencer a un gran número de consumidores de múltiples perfiles.



2. El proceso de horneado que aplica "Matutano" a frutos secos dota al producto de un sabor innovador a otras opciones.

3. La compañía se ha volcado con el producto y gracias a la grata respuesta de los consumidores, hemos logrado que el producto sea ya a día de hoy una de las referencias con mejor rotación del pack. A nivel de distribución, la confianza que avala a "Matutano", siendo la marca líder en prácticamente todos los segmentos que compete, han permitido una efectiva ejecución del plan de distribución previsto.

Especial



Innovación Gran Consumo

Aves Nobles y Derivados
-Casa Matachín-

David Botaya

Conserva de pechuga de pollo 'Casa Matachín'

1. La mayor motivación en el sector de la alimentación es el sabor. En este sentido la pechuga de pollo en lata, en sus dos sabores, ha sido valorada muy positivamente por los consumidores testados. El producto no está direccionado a un grupo de consumidores específico,



pero es ideal para personas que cuidan su alimentación mantienen un alto ritmo de vida.

2. Lo que realmente aporta valor al producto en cuanto a su innovación es la infinidad de aplicaciones cotidianas y diarias aportando soluciones reales al consumidor, adaptándose perfectamente a la sociedad actual en cuanto a facilidad y rapidez de preparado y conservación con un PVP muy accesible para todo tipo de cliente.

3. Estamos utilizando nuestras redes sociales para llegar directamente al consumidor. Hemos creado una web específica del producto www.me gustaelpolloenlata.com y vamos a realizar concursos de recetas mensuales con la pechuga de pollo en lata como protagonista. Recibiremos en nuestras instalaciones a colectividades y grupos de clientes y consumidores para enseñarles el proceso de fabricación, hacer catas de producto y atender a todas sus indicaciones y comentarios. La distribución siempre acepta con positividad las innovaciones que irrumpen en el mercado. La respuesta que nos encontramos es una gran acogida en la distribución del producto, tanto en el canal tradicional, distribución moderna, hostelería, etc.

Mantequeras Arias

Rafael Arellano

'Burgo de Arias Cuchara'

1. 'Burgo de Arias Cuchara' es el 'Burgo de Arias' de siempre pero con una nueva textura. Gracias a su nueva tecnología conseguimos un producto cremoso que mantiene todas las propiedades nutricionales del queso fresco (fuente natural de Calcio, fósforo y proteínas) y todo su sabor. Además, gracias a esta nueva textura, los consumidores podrán tomar su 'Burgo de Arias' de nuevas maneras y en nuevos momentos.

2. Gracias a su nuevo proceso de producción conseguimos concentrar todos los beneficios de la leche pero quitando

materia grasa (dos variedades, 5% materia grasa y 0% materia grasa). A diferencia de otros productos que se venden actualmente en el mercado, cada tarrina de 'Burgo de Arias Cuchara' concentra 1,5 litros de leche. Es un alimento nutritivo, sano y natural.

3. El apoyo de toda la compañía a la innovación es total. Se ha realizado un sampling masivo con cupones descuento para que la gente probara el producto. Ha tenido gran activación promocional desde su lanzamiento. Se ha hecho un plan de relaciones públicas por el que hemos comunicado el lanzamiento en revistas especializadas y del sector. Gracias a todo esto y a la buena aceptación del producto por parte de la distribución en tan sólo 1 mes desde el lanzamiento conseguimos un distribución ponderada en el canal de hipers del 77%.





Haribo

Dolores Berengüí

'Haribo Celebraciones'

1. 'Haribo Celebraciones' es atractivo para sus consumidores (los niños) por su diseño llamativo, y por su contenido formado por un variado surtido de caramelos, con diferentes colores, sabores y texturas. Para las madres, que son las compradoras de este producto para sus hijos, es el complemento indispensable para celebraciones, por su contenido y por la comodidad (cajitas decoradas ya con el surtido en su interior, listo para regalar).
2. Su generoso surtido (cajita de 120 gr) formado solamente por caramelos 'Haribo' (combinando caramelo con paño, marshmallow, caramelo de goma, espuma, geles dulces y caramelo masticable), lo convierte en un producto diferencial y único en su categoría.
3. Pocos meses después de su lanzamiento, este producto ya se puede encontrar en los lineales de las principales cadenas de distribución y con una excelente acogida por parte de los consumidores.

Dr. Schär España

Santi Alberich

Gamas de panes sin gluten 'Beiker'

1. Al tratarse de un producto sin gluten, las motivaciones de compra se basan principalmente en la calidad del producto, el factor decisivo y de fidelización del consumidor celiaco.

2. Con la nueva gama de productos 'Beiker' te aseguras una alimentación más enriquecedora,



Innovación Gran Consumo

Expafruit

Joaquín Vilalta

'Naturfruit'



1. Pretendemos llegar al consumidor de fruta, el cual ve un inconveniente almacenarla y pelarla, y por supuesto, tirarla, vez madura en exceso, ya que una vez que muchos consumidores ya no la quieren. Naturfruit va destinado a un público adolescente y adulto, un consumidor receptivo y abierto a las novedades, a productos que apuestan por la calidad, salud, sin olvidarse del sabor.
2. El producto es un postre de fruta refrigerado, con una textura tipo flan, y con dos capas bien diferenciadas, decorado con un delicioso coulis que contrasta con el sabor de la fruta base. 'Naturfruit' en una forma fácil y cómoda de tener fruta disponible en la nevera, que además no es necesaria pelarla, y sin mermas, ya que disponemos de 90 días de caducidad como fecha de consumo preferente. Por otro lado es una buena alternativa a los postres lácteos, ya que dispone de una serie de valores añadidos como sin grasa, 0% colesterol, alto contenido en fibra, apto para intolerantes a la lactosa, sin gluten y apto para celiacos.
3. Desde la compañía el apoyo es total. La acogida por parte de la distribución está siendo buena, tenemos negociaciones abiertas con gran parte de la distribución Española.

porque en la preparación de nuestros alimentos somos extremadamente cuidadosos con la selección de los ingredientes: no utilizamos conservantes, no empleamos potenciadores de sabor ni colorantes, solamente utilizamos aromas naturales, ningún ingrediente tiene origen transgénico y hemos reducido el contenido en azúcar y sal. El resultado es una gama de alimentos que dan respuesta a necesidad nutricionales y dietéticas específicas ofreciendo características organolépticas superiores.

3. Como marca española, 'Beiker' tiene un apoyo completo por parte de la compañía, poniendo todos los medios a disposición del equipo y la distribución, que también ha acogido muy bien nuevos productos de 'Beiker'.

Especial



Lactalis Puleva

Edmundo Rodríguez

'Puleva Max Energía y Crecimiento'

1. Tras haber terminado la etapa de leche tipo 3, a los 36 meses de edad, el niño entra en una nueva fase donde la madre sigue teniendo mucho interés en que sus hijos sigan creciendo tanto física como intelectualmente, de manera correcta.
2. La inclusión de Hierro en la fórmula que lo convierte en el único producto del mercado en tener este binomio Omega DHA + Hierro, lo cual favorece el desarrollo intelectual del niño.
3. Está recibiendo apoyo en TV y al ser producto líder de su categoría acoge la innovación y la mejora constante por parte de 'Puleva' de muy buen agrado.

Lactalis Puleva

Edmundo Rodríguez

'Batidos Puleva Fresa y Plátano y Cacao con Cereales'

1. Batidos Puleva: Los nuevos sabores innovadores que solo Puleva tiene en el mercado.
2. Nuevo sabor en un formato listo para llevar a la merienda en el cole en el caso de cacao cereales y en el caso de fresa plátano es un nuevo sabor inexistente en el mercado

Azucarera Española

Paloma Caínzos

'Truvia'

1. El endulzante 'Truvia' está dirigido a todas aquellas personas que deben o quieren cuidarse controlando las calorías que ingieren, pero que no están dispuestas a renunciar a la naturalidad de los alimentos ni a un buen sabor.



2. 'Truvia' es el primer endulzante de origen natural, ya que proviene de la hoja de Stevia, con 0 calorías y con el mejor sabor. Azucarera, desde siempre ha apostado por soluciones naturales de dulzor, pero ahora, con Truvia, lidera también la categoría de los endulzantes naturales sin calorías.
3. Azucarera está apoyando fuertemente el lanzamiento de su primer endulzante sin calorías, centrándose en educar al consumidor en el conocimiento de la planta de la Stevia, generar brand awareness y fundamentalmente, darle a probar ya que cuando el consumidor ve un producto cero calorías, le cuesta creer que pueda estar tan rico.

con utiliza una hidrólisis de la lactosa para contener menos cantidad de azúcar y así tener un producto menos calórico.

3. Batido Cacao cereales y fresa plátano han tenido apoyo desde la promoción en punto de venta y formatos no convencionales de comunicación. La categoría de batidos es un segmento banalizado donde no hay grandes innovaciones y la distribución agradece que empresas como 'Puleva' busquen relanzar este segmento tan importante dentro de los lácteos.



Especial



Jotun Ibérica

Anna Bosch
'Majestic Resist'

1. El target principal de la pintura antimanchas 'Majestic Resist' son las familias activas (con niños o mascotas) y negocios con mucho tráfico. Las principales motivaciones de compra del target es que el producto es la única pintura del mercado que permite tener las paredes impecables por más tiempo.



2. La principal innovación es que es la única pintura que repele las manchas, resiste las rozaduras y se puede lavar (incluso con detergentes) y no se altera el aspecto de la pared. Además tiene una gama ilimitada de colores, puesto que se pueden realizar colores a través del sistema tintométrico 'Jotun Multicolor'.

3. En 2012 se realizó una campaña de televisión nacional y se patrocinó el programa 'Decogarden', aparte de acciones en exterior a nivel local. La recepción ha sido muy buena tanto por parte de la distribución actual como del consumidor final.

The Colomer Group

Carmen Rebollo
'Orofluido Colour Elixir'

1. 'Orofluido' revolucionó el mercado profesional de la peluquería cuando en 2009 creó una nueva categoría de producto: el aceite para el cabello. Sus extraordinarios efectos, unidos a un aroma inconfundible la han convertido en una marca de referencia en el sector de la belleza. Estos beneficios, presentes en 'Orofluido Colour Elixir' siguen siendo las principales motivaciones para aquellas consumidoras que buscan una experiencia sensorial para su cabello.

2. 'Orofluido Colour Elixir' es una coloración permanente sin amoníaco de alto rendimiento capaz de cubrir al 100%

el cabello blanco y aclarar hasta tres tonos. Al profesional, además, le ofrece la posibilidad de trabajar a través de una fácil mezcla de un solo paso que no compromete los resultados.

3. Acompañamos la presentación de 'Orofluido Colour Elixir' con el lanzamiento de los 'Rituales Orofluido', un menú de exclusivos servicios de cuidado y tratamiento capilar, que envuelven a la cliente en una experiencia multisensorial de amplio valor añadido para el salón de peluquería.



Jarden Consumer Solutions

Enrique Yeste
Cafetera espresso automática 'Oster Prima Latte'

1. Principalmente disfrutar del café con todo su sabor además de poder personalizarlo al gusto de cada uno. El target es amplísimo ya que se trata de un producto muy genérico, pero desarrollado desde un punto de vista diferente. Con la 'Oster Prima Latte' personalizas tanto el café como la leche.

2. Tanto el tratamiento de la leche (puedes personalizar hasta la

densidad de la espuma) como del café (también puedes escoger la cantidad de café) de una manera tremendamente efectiva como sencilla quizá sean dos de las características más destacables, junto al depósito para la leche extraíble y la potente bomba de 15 bares.

3. La 'Oster Prima Latte' es un producto clave para la compañía y este premio confirma esta importancia ya que más de 10.000 personas lo han nominado como 'Producto del Año' a la Innovación 2013. Para la distribución se trata de un galardón de mucho valor ya que para ellos el ganar este premio es toda una garantía.



Innovación Gran Consumo

Vileda Ibérica

Reverter
la Virobi®

Por primera vez, "Vileda" no lanza un producto para facilitar la limpieza del hogar, sino que directamente pone en disposición de todos los consumidores un utensilio para limpiar. Y realmente, este producto está a disposición de todos los consumidores ya que, a diferencia de los existentes en el mercado, es muy económico (menos de 40€). Es un producto con un target genérico. Pero los hogares jóvenes, son más propensos a utilizar este producto por su menor inversión en la limpieza. Particularmente, también es un producto muy atractivo para familias con mascotas.

Vileda lanza "Virobi" con la firme intención de popularizar y "democratizar" los robots de limpieza. "Virobi" es el primer robot mopa comercializado en España con una distribución a un precio de gran consumo.

En 2012, Vileda introdujo "Virobi" en los principales mercados. Se hizo especial foco en el periodo de

Navidad, ya que a diferencia del resto de productos de limpieza, "Virobi" se puede regalar. De cara a 2013, "Virobi" es la prioridad número uno de la compañía y tendrá un fuerte apoyo en comunicación tanto en televisión (marzo y abril) como internet, en promociones al consumidor y en material de visibilidad en el punto de venta.



¿Tienes 5 minutos?

Es lo único que necesitas para disfrutar de un paseo por las cocinas y sabores más exóticos de India, Marruecos y Grecia sin salir de tu cocina.



Especial



Procter & Gamble

Fátima Collarte Crespi
'Repara y protege de Pantene'



1. La gama 'Repara y Protege' está dirigida a mujeres que buscan un pelo notablemente sano y que además, buscan evitar la caída del cabello. Gracias a su sistema de protección de keratina, reduce la caída por rotura hasta en un 95%, para que esas mañanas en las que nos encontramos pelos en la almohada o en el cepillo pasen a la historia.

2. Cuando la keratina natural del pelo se daña, el pelo queda mucho más frágil, y un pelo frágil puede presentar con mucha más facilidad problemas de caída. Con su sistema 'Pro-V', 'Repara y Protege' consigue proteger la keratina natural del pelo para que esté más fuerte y resistente.

3. 'Repara y Protege' es una de las colecciones con más distribución de 'Pantene'. De hecho, es el acondicionador con más cuota de mercado en valor del mercado. Estamos apoyándolo en televisión con la ayuda de la actriz Eva Mendes así como con diversas actividades online y en tienda.

Philips

Luis Suárez
'Lumea Precisión Plus de Philips'



1. 'Philips Lumea Precision Plus' es un producto dirigido a mujeres urbanas, de entre 28 y 40 años, a las que les gusta estar al día de las tendencias actuales, aunque disponen de poco tiempo. Las motivaciones que les llevan a adquirir un producto así son tales como que elimina el vello de forma duradera, de la manera más rápida y en la comodidad del hogar.

2. A diferencia de otras depiladoras IPL existentes en el mercado, 'Lumea Precision Plus' incorpora una ventana más grande para las zonas de mayor superficie, como las piernas, lo que significa que ahora las mujeres podrán aplicar el producto en las dos piernas en tan sólo 15 minutos, disfrutando de un tratamiento un 30% más rápido. Además, su batería interna ha sido mejorada.

3. Los negocios de cuidado personal es donde va enfocada la mayor inversión de nuestros recursos, predominando el área digital, que ha ganado mucho peso en el nuevo "consumer journey". La distribución está muy satisfecha de que Philips siga apostando por la innovación.

Philips

Luis Suárez
'Philips SensoTouch 3D'

1. 'Philips SensoTouch 3D' es un producto dirigido a hombres urbanitas, de entre 35 y 45 años, que también se preocupan por su aspecto personal. Estos hombres buscan el máximo apurado, incluso en las zonas más difíciles y con la mínima irritación.

2. Con 'SensoTouch 3D' los hombres podrán elegir el tipo de afeitado que desea, en seco o en húmedo, con espuma o gel, garantizando así el afeitado más avanzado. El producto ha sido especialmente diseñada para reducir eficazmente la irritación de la piel y conseguir un máximo apurado sin cortes inesperados y con una gratificante sensación de frescor.

3. Los negocios de cuidado personal es donde va enfocada la mayor inversión de nuestros recursos, predominando el área digital, que ha ganado mucho peso en el nuevo "consumer journey". La satisfacción apostando de que Philips siga por la innovación.



Innovación Gran Consumo

Valor Brands Europe

M^a Jesús Valero

'Biobaby by Moltex'

1. Preservar el medio ambiente del planeta de nuestros hijos cuando no están aun en edad de decidir, al tiempo que los padres no sacrifican en prestaciones, que es desempeño y confort.
2. Sustitución de materiales derivados del petróleo y de fuentes no renovables por materiales naturales,

biodegradables no modificados genéticamente, que los hacen sustentables.

3. 'Bio Baby by Moltex' es el producto insignia porque agrega a la empresa y a sus colaboradores un alto contenido de responsabilidad social. Por parte de la distribución, hemos detectado una gran simpatía por unirse a este esfuerzo. Grupo El Corte Inglés, Alcampo y Caprabo han apostado por Bio Baby, que es el único pañal de su tipo que se vende en grandes superficies y supermercados en España y Portugal.



¿Cómo los disfruto hoy?

frutali's

by Son Sánchez

Con los nuevos aperitivos Son Sánchez puedes cocinar, utilizarlos en repostería o dar un toque especial a tus ensaladas. También puedes mezclarlos con yogur o tomarlos directamente de la bolsa.

No podrás resistir la tentación de probarlos.



Frutali's es saludable y saludable con uno de los alimentos con mayor poder antioxidante: las bayas y tienen bajo contenido en azúcar. Frutali's es y son ideales para una dieta rica en fibra y vitaminas.


SonSánchez



Especial

Glaxo Smith Kline

Isabel Jiménez

'Sensodyne Repair & Protect'

1. Es un dentífrico especialmente diseñado para adultos mayores de 25 años que sufren de sensibilidad dental. Sensodyne Repair&Protect localiza y repara las zonas sensibles, utilizando los mismos minerales naturales del diente.

2. 'Sensodyne Repair & Protect' es la primera pasta dentífrica de 'Sensodyne' de uso diario con flúor que repara los dientes sensibles. Contiene 'Novamin', una exclusiva tecnología desensibilizante, que localiza y repara las zonas sensibles, creando una capa reparadora sobre la dentina expuesta, utilizando los elementos naturales que forman los dientes.

3. Comunicación convencional: campaña de TV; digital; recomendación por parte de dentistas; material punto de venta; anuncios en prensa general y femenina; campaña publicidad exterior; envío masivo de muestras a consumidores/pacientes; material para clínicas dentales; materiales científicos; presencia en congresos dentales; trainings sobre sensibilidad en escuelas dentales. 'Sensodyne R&P' ha tenido muy buena recepción por parte de la distribución, estando presente en todas las tiendas de los principales clientes y siendo la referencia de 'Sensodyne' que más crece en ventas.

Lo Monaco

Antonio Toledo

'Tripl3 Lo Monaco'

1. Grupo Lo Monaco, experto en descanso, crea 'Triple' para todo tipo de público, estableciendo la relación directa entre un sueño efectivo y una mejora de calidad de vida.

2. Con la elección de 'Triple Lo Monaco', el consumidor confía su descanso a una marca líder y al único colchón capaz de satisfacer los tres beneficios para lograr un descanso perfecto: confort, firmeza y temperatura. 'Triple Lo Monaco' aporta un descanso perfecto gracias a la combinación de innovadoras y revolucionarias tecnologías aplicadas al colchón.

3. Grupo Lo Monaco distribuye en exclusiva sus productos a través de diferentes canales de venta acercándolos de una forma totalmente personalizada al cliente. Sin intermediarios, ofreciendo así la mejor calidad al mejor precio.

Laboratorios Hartmann

Laura Fernández

'Cosmopor Waterproof'

1. 'Cosmopor Waterproof' se trata de producto dirigido a gente joven que realicen deportes y tengan una herida post quirúrgica. También está dirigido a todos los consumidores en general con heridas post quirúrgicas o complicadas para que puedan ducharse o bañarse. Otra motivación de compra que predomina en la elección de 'Cosmopor Waterproof' es que un gran porcentaje de profesionales sanitarios recomiendan nuestro producto.



2. La innovación por parte de LABORATORIOS HARTMANN ha sido apostar por una marca ya reconocida en el mercado como es COSMOPOR, realizando un apósito adhesivo impermeable para la protección de heridas en deportes y baños.

3. La compañía está impulsando la imagen y el concepto mediante una campaña de comunicación masiva a través del punto de venta, prensa y on-line. En el punto de venta hemos creado un expositor muy llamativo acompañado de unos bolsos de playa y folletos donde se detallan las ventajas y usos del producto para que sirva de guía para el consumidor final.



Innovación Gran Consumo

Henkel Ibérica

Ignacio Sampere

'Loctite Hybrid Glue'

1. El producto va dirigido a cualquier persona que necesite un adhesivo rápido, versátil y fuerte para pegar casi todo en cualquier parte, especialmente diseñado para aplicar en superficies grandes, ya que permite reajustar la posición durante los primeros 5 minutos.
2. La innovación reside en que se combinan dos ingredientes (Poli-siloxano y Poliuretano) aportando las mejores propiedades de cada uno de ellos. Pudiendo así ofrecer un producto versátil, extra fuerte, resistente al agua y a temperaturas extremas y sostenible, ya que no contiene disolventes en su formulación.
3. 'Loctite Hybrid Glue' ha sido y es una apuesta fuerte de la marca. Al tratarse de una nueva categoría, un adhesivo universal y no un superglue, se ha seguido una estrategia de comunicación intensiva en el punto de venta mediante soportes audiovisuales y materiales. Además, se ha hecho especial hincapié en obtener una amplia presencia en todos los canales, y es por eso que las redes sociales y las actividades promocionales han sido clave para ampliar la comunicación y crear word of mouth.



Aquí y ahora: Surtis 4U 110g.

¿Buscas un revulsivo para tu lineal pero no quieres arriesgar?

• Probado en el canal Impulso.

• Éxito contrastado.

Risi

XQ esperar??? ;)

¡NUEVOS!

Has probado el lineal de Risi???

Tienes hambre???

NUEVOS NUEVOS NUEVOS

Especial



Arbora&Ausonia

Anna Fuertes

'Evax Cottonlike con Perlas Activas'



1. Evax es una marca que se preocupa por la mujer procurando ofrecer la máxima calidad e innovación en sus productos de higiene íntima. Todos nuestros productos ofrecen tecnologías exclusivas que sólo encontrarás bajo las marcas 'Evax'.

2. Las nuevas compresas y protegeslips 'Evax con Perlas Activas' cubren una necesidad valorada por nuestras consumidoras, la eliminación del olor, que

actualmente no cubre ningún otro producto existente en el mercado. Las nuevas perlas activas capturan, neutralizan y eliminan el olor.

3. Siempre que innovamos lo hacemos para obtener mejoras teniendo en cuenta la opinión de miles de mujeres, lo cual nos garantiza su éxito. Esta innovación es un gran avance en la tecnología de la eliminación del olor, y como tal le estamos dando una explotación holística para intentar que todas las consumidoras conozcan los beneficios que les ofrece la tecnología de 'Perlas Activas' de 'Evax'.

Vileda Ibérica

Inés Reverter

'1-2-Spray'

1. '1-2-Spray' ofrece a los consumidores una mayor comodidad durante el fregado. Nos dirigimos a un target de consumidores muy amplio a nivel de sexo y edad. Hay que reconocer que es especialmente práctico sobretudo en familias con hijos, ya que facilita muchísimo la limpieza de zonas pequeñas o de pequeñas manchas o accidentes.

2. La principal innovación que ofrece este producto es el sistema de spray en el palo. El depósito del palo se carga por la parte superior con agua y detergente y, cuando sea necesario, sólo hay que activar el gatillo para disparar el spray sobre la mancha. La fregona de microfibra es muy absorbente y con poca agua dejará el suelo muy limpio y casi seco. En situación

de emergencia, cuando se ha caído algo al suelo, o para la limpieza de zonas pequeñas, se puede usar '1-2-Spray' sin el cubo.

3. '1-2-Spray' supone un cambio de hábitos de limpieza para los consumidores, de forma que es muy importante que éstos entiendan muy bien el producto y sus beneficios. También tenemos una campaña en teletienda, que nos permite dar a conocer de forma muy profunda los beneficios y características del producto. Por otro lado, queremos generar prueba de producto en los consumidores y generar recomendación. Estamos apoyando este producto con campañas de azafatas y videos explicativos



Laboratorios Hartmann

Carlota Molina

'Hartmann DermaActive'

1. Las motivaciones de compra que predominan en el 'DermaActive' son la gran utilidad y funcionalidad del producto, la buena relación calidad-precio y que es un producto completo que te ofrece todo lo necesario para hacerte la cura específica (quemadura, rozadura, ampollas y cortes). El target al que va dirigido es gente activa tanto dentro como fuera de casa.



2. 'DermaActive' es un producto totalmente innovador ya que se presenta como un kit completo para el tratamiento específico de las heridas (quemaduras, rozaduras, ampollas y cortes). Se caracteriza por ser rápido, fácil, práctico completo.

3. La compañía está impulsando la imagen y el concepto mediante una campaña de comunicación masiva a través del punto de venta, prensa y on-line -www.tirtas.es y en www.facebook.com/Tirtas.es-. En el punto de venta hemos creado un expositor muy llamativo acompañado de unos folletos donde se detallan los contenidos de cada kit, las ventajas como usarlos y donde puede ser más útil



Innovación Gran Consumo

Ska Hygiene Products

Estelle Ribeiro

Tena Protective Underwear

1. Este producto es destinado a mujeres que tienen pérdidas de orina de moderadas a graves. La braguita Tena Protective Underwear permite tener la seguridad tras una máxima absorción y a la vez, una total discreción por su adaptación al cuerpo.
2. La braguita Tena Protective Underwear es la primera braguita desechable que parece a ropa interior de verdad. Su elegante diseño sin elásticos, procura discreción y privacidad. El tacto contra la piel es muy suave y no se rota el producto aún con ropa muy ajustada.
3. El producto tiene un plan de comunicación completo, con un plan de prensa muy potente y presencia en internet así que un plan promocional de lanzamiento en las tiendas. Por su carácter muy novedoso, gusta mucho a la distribución, además de por su formato pequeño y su precio adecuado.

Procter & Gamble

Jessica Saavedra

Sérum 7 Lift de Boots

1. Los beneficios antiedad del producto son el principal determinante de la compra. Por otro lado, el nivel de hidratación, protección contra los rayos del sol y aspectos como la textura, el olor o el packaging son también importantes. El target son mujeres mayores de 45 años.
2. Su complejo antiedad de nueva generación permite alcanzar resultados espectaculares, entre los que destaca la reducción clínica de las arrugas en tan solo 28 días. Además, incorpora extracto de alfalfa para lograr un efecto antiarrugas más intenso.
3. Apoyo en medios (TV, prensa y digital), actividades de relaciones públicas (por ejemplo el estudio de la piel de las españolas), planes de visibilidad en farmacias. La recepción del mismo por parte de la distribución ha sido extraordinaria pues se trata de un producto en el que confían gracias al gran número de estudios clínicos independientes que prueban su eficacia. Esto, unido a su excelente relación calidad-precio, ha conseguido recomendaciones por parte de muchos farmacéuticos en los que nuestra consumidora confía plenamente.



Mars España

Isabel Fernández

Whiskas Simplemente Bueno

1. En el caso de las bolsitas Whiskas, la calidad más valorada ha sido la practicidad del envase junto con su innovadora y cuidada receta. El target son todos los dueños de gatos de España.
2. La novedad del producto reside en su exclusiva forma de elaboración que hace que los gatos adoren su sabor, pues cada uno de los trocitos está cocinado de manera individual, primero al vapor y posteriormente a la plancha o estofado, dependiendo de la receta.
3. El producto contó desde su lanzamiento con apoyo promocional (promoción "Pruebalo Gratis") y en punto de venta, así como campaña de TV a lo largo de 2012. La acogida por parte de la distribución ha sido magnífica gracias al fantástico funcionamiento del producto desde su lanzamiento y al apoyo que ha tenido por parte de Mars.

Triple Lo Monaco elegido producto del año

ESCRITO POR ADMINISTRATOR

Jueves, 07 de Febrero de 2013 08:17

Comparte este artículo

Escucha este texto

Imprimir

E-mail

T T T



En Grupo Lo Monaco pensamos que el **correcto descanso es lo más importante** y este objetivo, nos ha acompañado siempre desde el principio. Por él y para él hemos trabajado día a día, incorporando las últimas tecnologías a nuestros productos. Gracias a nuestro comité de I+D+I mantenemos la innovación como una constante en nuestra filosofía para poder ofrecerle siempre a nuestros clientes, lo más avanzado en colchones. Por todo ello nuestro **Triple Lo Monaco** reúne la proporción perfecta de cualidades que debe ofrecer un colchón para

un sueño óptimo, **CONFORT, FIRMEZA Y TEMPERATURA**. El confort, sinónimo de comodidad, se consigue con componentes que se adapten a los contornos corporales. Un material perfecto para cumplir esta función es el llamado viscoelástico: termosensible, que reacciona con el calor corporal y que es capaz de disipar toda la presión del contacto de un cuerpo durmiente sobre una zona. Pero el confort siempre en su justa medida, pues se necesita un elemento que aporte sustento y que evite deformaciones y malas posiciones durante el sueño, para ello Triple Lo Monaco incorpora el látex, firme y a su vez flexible y adaptable. **La combinación de látex y viscoelástica, conforman la superficie perfecta para el descanso**, ahora bien, este dúo estaría incompleto, pues faltaría contemplar un factor fundamental durante el sueño: la temperatura. El **Sistema Airflow** que incorpora la gama Triple, cumple este objetivo proporcionando la temperatura perfecta que se necesita mientras dormimos. Estos tres elementos conforman la fórmula perfecta en un colchón: Triple Lo Monaco.

Y este proyecto de tal envergadura, este interés en la mejora del descanso, nos ha reportado grandes satisfacciones, así, junto con el bienestar de nuestros clientes, finalizamos el año 2012 con una excelente noticia: **TRIPLE de Grupo Lo Monaco había sido elegido como "Colchón Producto del Año 2013" en la gala Gran Premio a la Innovación celebrada en Madrid el pasado 15 de Diciembre**. Este distintivo significa que Triple ha sido elegido por 10.000 consumidores el mejor producto en esta categoría. Lo Monaco se posiciona así como un referente de salud y descanso en nuestro país. Además estamos tan convencidos de que Triple reúne todas las cualidades que se le otorgan con el premio que ahora te ofrecemos la **Garantía PLUS: 10 años de garantía** para que disfrutes de tu colchón de Grupo Lo Monaco, siempre como el primer día. Confía en manos expertas y ahora con la tranquilidad de dormir en el mejor colchón con la mayor garantía de descanso.

Noticias

Curso de entrenadores de perros señal

La Asociación Askal (www.askal.es) ha organizado en Barcelona un curso de entrenamiento de perros señal para alertar de sonidos a personas sordas. El objetivo principal del curso es que, a través del conocimiento y práctica de los principales métodos de adiestramiento del perro señal, los estudiantes estén capacitados para seleccionar, entrenar, acopiar y dar seguimiento a perros adiestrados específicamente para alertar de sonidos, lo que incluye conocer la problemática de la comunidad sorda, información sobre el marco legal sobre perros de asistencia en España y los estándares internacionales para perros de asistencia a personas con discapacidad.

La titulación que se otorgará es válida para su convalidación en el programa del Instituto Nacional de la Cualificación Profesional (IN-CUAL) del Ministerio de Educación, con validez en todo el territorio español. Aquellas personas que se quieran informar o realizar inscripciones pueden hacerlo en www.askal.es o en el correo electrónico asna@askal.es



Premio para Whiskas Simplemente Bueno

Mars España, a través de su marca Whiskas® de alimentación para gatos ha sido reconocida con el galardón Elegido Producto del Año en el Gran Premio a la Innovación 2013. En esta nueva edición, las bolsitas Whiskas® Simplemente Bueno han sido seleccionadas como producto más innovador del año en la categoría de alimentos para mascotas por los más de 10.000 consumidores que forman parte de este jurado en España. El Producto del Año es el único contenedor donde los consumidores eligen mediante su voto directo, convirtiéndose así en el reconocimiento del consumidor al esfuerzo que realizan las marcas y sus productos en materia de innovación. En el caso de las bolsitas Whiskas® la calidad más valorada ha sido la practicidad del envase

junto con su innovadora y cuidada receta. Whiskas® lleva más de 50 años innovando, en este sentido, fue el primer fabricante en España que lanzó las bolsitas de alimento húmedo para gatos. En palabras de Julia Marchón, directora de Marketing de Mars Petcare en España, "este premio nos enorgullece porque se trata del reconocimiento directo de los consumidores. En Mars apostamos siempre por la calidad y la innovación para ofrecer productos que formen parte de una dieta equilibrada, que además hagan disfrutar a nuestras mascotas y que sean prácticas y cómodas para sus dueños. Las bolsitas Whiskas® Simplemente Bueno son un claro ejemplo de ello, y nos alegra mucho que los consumidores así lo reconozcan."

Manejo y conducta en perros problemáticos

El mercado editorial está de enhorabuena, un nuevo libro, "Manejo y conducta en perros problemáticos" de Marcos Javier Ibañez y Miriam Perera, ha visto la luz recientemente. Estos dos educadores de educación muy novedosas que están dando muy buenos resultados en casos hasta ahora muy difíciles. Publicado por Ediciones Díaz de Santos, tiene un precio de 17 euros. Si quieres más información sobre esta obra puedes consultar en www.takoda.es

el liderazgo, la colaboración, el control de las distancias, la frustración o la economía de la conducta. También ofrece la posibilidad de conocer técnicas de educación muy novedosas que están dando muy buenos resultados en casos hasta ahora muy difíciles. Publicado por Ediciones Díaz de Santos, tiene un precio de 17 euros. Si quieres más información sobre esta obra puedes consultar en www.takoda.es



Concurso fotográfico

La boutique de perros Noel el Chikó organizó un concurso fotográfico en el que ha resultado ganador Ignacio Artaluz, con la fotografía "El solando en la dársena". En ella aparece el golden retriever Boss, que ha ganado el premio de un año de alimento Proplan, cedido por Nestlé Purina, y un lote similar para la protectora o refugio que el ganador elegirá. La protectora Apacón ha recibido el lote de 300 kilos de alimento, el equivalente a lo que consume Boss durante dos años. Al concurso optaron 110 instantáneas que se pueden ver en la web: www.petsandthecity.es. A la entrega de premios acudieron Ignacio Artaluz con sus inseparables Boss y Jagger, Enrique Estrella, delegado de Nestlé Purina para la zona noroeste, Mónica Cubero, directora de Noel el Chikó, entidad organizadora del concurso fotográfico, y una representante de Apacón.



Rudy Fernández con Eukanuba

Jugador más valioso de la NBA Superliga 2012, Rudy Fernández, continúa destacando a día de hoy en la Liga de baloncesto ACB gracias a un alto rendimiento, fomentado por una nutrición de calidad. Sus seguidores conocen también el papel fundamental que desempeñan en su vida sus dos perros, Bella (un Yorkshire Terrier de nueve meses) y Max (un golden retriever de once años), que se han convertido en compañeros de entrenamiento en sus carreras maratónicas, además de leales amigos con quien se relaciona después de cada partido. Por ello, como devoto incondicional de una nutrición a medida, Rudy Fernández ha apostado por Eukanuba, la marca de calidad

que ofrece una nutrición canina cien por cien completa y equilibrada, para que sus mascotas también alcancen el máximo rendimiento. En este sentido, Rudy ha participado con Max en el Reto 28 días de Eukanuba, una iniciativa que anima a propietarios de perros a alimentar a sus mascotas con la dieta apropiada de Eukanuba durante 28 días, y comprobar así como una alimentación de alta calidad puede fomentar el bienestar general de la mascota, incluso de forma visible. Durante el reto, Rudy ha percibido un cambio positivo en su golden de once años: su pelo luce más sano, su pelo más brillante y tiene más energía. Además, a juzgar por su ape-

tito, Max se ha mostrado muy contento con el cambio en su alimentación y el delicioso sabor de su comida. Ante este resultado, Rudy ha elegido Eukanuba para que el último miembro en incorporarse a la familia, Bella, reciba toda la nutrición esencial. Si tu quieres participar en el Reto 28 días, visita www.Eukanuba.com y selecciona la dieta apropiada de tu perro en la pestaña "Producto". Los alimentos de Eukanuba están adaptados a la etapa de la vida, el tamaño de la raza, a la raza e incluso a la sensibilidad. Durante el periodo de prueba, los participantes serán testigos de una disminución en la acumulación de sarro, unos defensas fuertes y una digestión óptima en su perro.



Premiados por la Fundación Affinity

Fundación Affinity, con motivo de su 25 aniversario, ha celebrado los Premios de la Fundación donde se ha reconocido la labor de quienes trabajan por el bienestar de los animales y promueven su papel en la sociedad. Presentada por Andreu Buena-fuente y su perro Mel, la gala estuvo dedicada a los perros y gatos, y se han entregado los galardones siguientes:

Proyecto de sensibilización sobre los derechos de los animales: La protectora de animales y plantas El Cobijo de Murcia y la compañía teatral Periferia teatro por su espectáculo "Huellas". Un espectáculo desarrollado por las dos entidades, de títeres, sombras y actores destinado al público familiar, y en especial a los niños, cuyo objetivo es transmitir el respeto a los animales y las plantas.

Veterinario con causa: Clínica Bedulia por su proyecto Badegats. Un proyecto cuyo objetivo es mantener la sanidad de la colonia de gatos en las protectoras del Barcelonès Nord (web de adopción badagats). **Perro excepcional:** Aitor, un pastor alemán que

ha dedicado toda su vida a salvar a personas que lo han necesitado: una hazaña que merece un reconocimiento por la ayuda que Aitor y otros muchos como él, nos ofrecen cada día. El premio lo ha recogido el mismo Aitor.

Medio de comunicación: La 2 por su labor en la sensibilización de la población sobre los derechos de los animales. La cadena es reconocida por apoyar los programas divulgativos sobre animales, concretamente, con la emisión del programa "Más que perros y gatos", de Fundación Affinity. Un espacio que pretende que animales y personas convivan en armonía, algo que no siempre pasa y que es fundamental.

Entidad por promover las Terapias Asistidas por Animales: Centro San Juan de Dios de Ciempozuelos en Madrid, para la atención de discapacitados psíquicos. El Centro es reconocido por difundir los beneficios de los animales como fuente de salud.

Personaje famoso: Malena Costa por su labor con los animales más necesitados y por ser un altavoz para la gente joven a la

que anima con gran entusiasmo a implicarse en esta causa a través de su blog y de las redes sociales. La modelo ha recogido el premio junto a Milú, un Fox Terrier de terapias asistidas. Los premiados se han mostrado muy orgullosos por los galardones. Isabel Bull, Directora de la Fundación ha declarado "sentirse muy satisfecha por estos 25 años de la Fundación Affinity, en los que hemos promovido, año tras año, el respeto por los animales de compañía y hemos concienciando a la gente de la responsabilidad que supone adoptar una mascota."



Vacaciones con tu mascota

Con Airbnb ahora puedes viajar con tu mascota, ya que cuenta con más de 6.000 propiedades en las que puedes llevar a tu mascota en España y Portugal. Es una forma distinta y ajustada de hacer turismo. Con Airbnb puedes descubrir y reservar alojamientos únicos en todo el mundo, online o desde un teléfono móvil. Ya sea un apartamento para una noche o un castillo para una semana, es una nueva forma de hacer turismo y ahora lo puedes hacer con tu mascota. Para más información consultar en www.airbnb.es

Productos del Año 2013

En la Casa del Lector de Madrid se desarrolló la decimotercera entrega de los galardones del Gran Premio a la Innovación. Durante el acto, presentado por el actor y humorista Javier Veiga, se dieron a conocer los 39 productos galardonados como Producto del Año 2013. Tras más de 10 años de celebración en Barcelona, la entrega de premios se ha trasladado a Madrid, en un acto al que asistieron más de 300 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing, etc. Los galardonados fueron designados tras un exhaustivo estudio realizado en el mes de septiembre por la consultora SymphonyIRI a 85 nuevos productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 de diversos sectores. En el sector de Pet Food el que mejor puntuación obtuvo entre los usuarios fue el Whiskas Simplemente Bueno de la empresa Mars.



Presentación del libro "Cierra los ojos y mírame"

El Colegio de Veterinarios de Madrid ha organizado una presentación especial del libro "Cierra los ojos y mírame", con la presencia de los autores, Ana Galán y Manuel Enriquez, las dos personas que han dado forma a esta historia. Ambos veterinarios, cada uno de ellos ha tenido un recorrido muy diferente, pero que ha servido para unificar sus puntos de vista en esta obra. Dos razones principales para este acto. Por un lado, el promocionar y difundir la literatura de calidad creada por veterinarios, algo que en otros países es común y que en el nuestro aún lleva cierto retraso. Por otro lado, el ofrecer una visión del mundo del perro lazarillo por personas que lo han vivido en primera persona, y que han unido sus voluntades y vivencias personales para darlo a conocer. Sin duda, un excelente trabajo que estamos seguros tendrá el éxito que le corresponde.



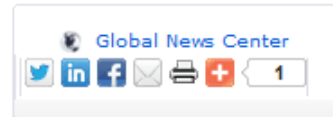


17 Enero 2013

PHILIPS
sense and simplicity

SensoTouch 3D y Lumea Precision Plus de Philips elegidos Producto del Año

SensoTouch 3D y Lumea Precision Plus han recibido el premio Producto del Año en las categorías de Afeitado y Depilación, respectivamente.



enero 17, 2013

Madrid, España – La encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada por Symphony IRI, a través de un panel de consumidores de más de 10.000 individuos representativos de la población española, ha elegido a SensoTouch 3D y Lumea Precision Plus, como 'Producto del Año 2013' por ser los productos más innovadores en la categoría de Afeitado y Depilación, respectivamente.

Los productos galardonados con el Gran Premio a la Innovación 2013, se caracterizan por "ser innovadores en sus cualidades intrínsecas, en sus prestaciones o en sus presentaciones". El Producto del Año es, además, el único certamen en el que los consumidores eligen mediante su voto directo los productos de consumo más innovadores del año.



Philips Lumea Precision Plus, Producto del Año en Depilación

En la categoría de Depilación, **Philips Lumea Precision Plus obtuvo el 71,6% de los votos** como producto más innovador, demostrando nuevamente el compromiso de Philips por la innovación para mejorar la vida de las personas. El diseño de este producto también fue valorado de manera muy positiva por el 89% de los entrevistados.

A diferencia de otras depiladoras IPL existentes en el mercado, Lumea Precision Plus de Philips incorpora una ventana más grande para las zonas de mayor superficie, como las piernas, lo que significa que ahora las mujeres podrán aplicar Lumea Precision Plus en las dos piernas en tan sólo 15 minutos, asegurando unos resultados efectivos y disfrutando de un tratamiento un 30% más rápido que con versiones anteriores de Lumea. Además, su batería interna ha sido mejorada, permitiendo un tratamiento de cuerpo completo y cara con sólo una recarga. Lumea Precision Plus de Philips incluye además un accesorio específico para su uso en la cara y en otras áreas más sensibles.

La nueva **Lumea Precision Plus** de Philips dispara flashes de luz que producen calor, éste es absorbido por la melanina presente en el vello, de forma que se induce al folículo a una fase de aletargamiento o reposo. Como consecuencia, el vello se cae de forma natural y crece de nuevo inhibido: los tests de consumidores han demostrado que, usado cada dos semanas, **Lumea** previene la aparición de nuevo vello, de modo que la piel se muestra suave y libre de vello indeseado de forma duradera. Los estudios demuestran que más del 80% del vello se elimina en tan sólo cuatro tratamientos cada dos semanas. El tratamiento se repite siempre que sea necesario para prevenir el nuevo crecimiento del vello, consiguiendo así una piel suave y libre de vello.

Philips SensoTouch 3D, Producto del Año en Afeitado

La categoría de Afeitado tuvo un claro vencedor en el certamen, que **eligió a Philips SensoTouch 3D como Producto del Año, con un 80,8% de los votos.** Con este resultado los consumidores destacan la innovación que Philips ha efectuado durante el proceso de creación y desarrollo de su afeitadora más avanzada hasta la fecha.



Con **SensoTouch 3D** los hombres podrán elegir el tipo de afeitado que desea, en seco o en húmedo, con espuma o gel, garantizando así el afeitado Philips más avanzado, que se adapta a las necesidades de cada hombre y en cada momento. SensoTouch 3D tiene una respuesta para cada cara y ha sido especialmente diseñada para reducir eficazmente la irritación de la piel y conseguir un máximo apurado sin cortes inesperados y con una gratificante sensación de frescor, haciendo más fácil obtener un aspecto impecable cada día. Además de estar dotada de la mejor tecnología (GyroFlex 3D, UltraTrack y Aquatec) ha sido revestida con un diseño único, que facilita su uso.

Descubre más acerca de los productos de Philips Cuidado Personal Masculino y Belleza en:



Exprésate con Philips y Philips Belleza

Para más información:

Philips Ibérica

Contactos con los medios

Atención al cliente

Beiker, Naturfruit, Krissia... productos sin gluten elegidos producto del año

Publicado el 17 enero, 2013 por Redacción en Noticias

0



El Gran Premio a la Innovación ha elegido sus Productos del Año 2013, premios que en la categoría de alimentación cuentan con varios productos sin gluten, entre ellos una marca como Beiker, merecedora del galardón al Producto del Año para celíacos.

La gama de panes sin gluten ha sido la responsable de que Beiker recibiera tal distinción, aunque entre las marcas galardonadas, otros dos productos sin gluten, uno en la categoría de postres y otro en la categoría de preparados de pescado, también han sido premiados. Se trata de Naturfruit y el Pintxo a la Donostiarra y Pintxo de Marisco de Krissia.

Sin gluten, sin grasa y sin colesterol, los postres de Naturfruit se convierten en la forma más fácil de comer fruta, un postre ligero y sabroso ideal para los peques de casa.

Por su parte, Krissia ha sido premiada por dos preparados de pescado, el Pintxo a la Donostiarra y el Pintxo de Marisco, dos referencias de las que en su día ya os hablamos como puedes leer en esta reseña.

Puedes ver todos los productos ganadores en la web granpremioalainnovacion.com.



Beiker, Producto del Año 2013 para celíacos

16 de Enero de 2013



La marca española de productos sin gluten **Beiker**, ha sido galardonada con el **Premio Producto del Año 2013** en la categoría de **productos para celíacos** por su renovada gama de panes. Beiker ofrece una amplia selección de pan adaptado a las necesidades diarias de los consumidores celíacos, que incluye pan de molde, pan de cereales, baguette, panecillos, panecillos dulces y pan tostado, para que siempre puedan disfrutar del gran sabor de un pan fresco recién horneado.

El Producto del Año es el único certamen donde se eligen, mediante el voto directo de alrededor de 10.000 consumidores, los productos más innovadores del año. Los ganadores se dan a conocer en la *Gala de Entrega*

de **Galardones Gran Premio a la Innovación**.

Se trata de una competición abierta a la innovación donde puede participar cualquier producto de gran consumo de ámbito nacional referenciado en hipermercados, supermercados y/o grandes superficies.

En esta décimo tercera edición han participado innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012, tanto de alimentación, como de cosmética, parafarmacia, pequeños electrodomésticos y productos para el hogar.

El objetivo de *El Producto del Año* es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores.

Bajo el claim "**Sabor de aquí**", Beiker busca posicionarse como referente en alimentación sin gluten y dirigirse a los celíacos que buscan productos y sabores típicos de España, presentes en la dieta mediterránea y a los que no siempre es posible tener acceso.

Beiker está presente en el mercado español desde 1998 y, desde 2011 se ha incorporado al grupo **Dr. Schär**, el líder de alimentación sin gluten en Europa, adaptándose a los estándares de calidad y seguridad del grupo, pero conservando su propia identidad y productos auténticos.

La gama de productos de Beiker cubre todas las necesidades de una dieta sin trigo y sin lactosa, aportando vitaminas y un alto contenido en fibra, garantizando al consumidor productos nutricionalmente saludables y con un buen sabor tradicional.

Beiker cuenta con el certificado de la **Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE)** en todos sus productos, siendo sinónimo de calidad y seguridad para los productos sin gluten.



OROFLUIDO COLOUR ELIXIR elegido PRODUCTO DEL AÑO



Ángela Venegas, directora de Marketing & Trade de The Colomer Group Professional Division Spain, recoge el Premio Producto del Año para Oro Fluido Colour Elixir.

La novedosa coloración permanente sin amoníaco de la marca Orofluido, Orofluido Colour Elixir, acaba de resultar elegida Producto del Año Gran Premio a la Innovación 2013 en la gala de entrega de galardones celebrada en La Casa del Lector de Madrid el pasado lunes 17 de diciembre. Su innovadora fórmula y sus excelentes resultados no han pasado desapercibidos a los 10.000 consumidores que votan de forma directa los productos que conforman la cesta de la compra 2013.

Ángela Venegas, directora de Marketing & Trade de The Colomer Group Professional Division Spain, agradeció en su discurso a "los peluqueros que hacen de la innovación un puntal en su trabajo y por los que trabajamos para aportarles productos y servicios de valor añadido para sus salones".

El Producto del Año es el **único certamen donde los consumidores eligen anualmente las mejores**

innovaciones del mercado. Para ello, se realiza una encuesta online mediante la cual se obtiene la opinión de 10.000 personas representativas de la población española entre 18 y 65 años a las que se suman los resultados de los test de producto realizados por la misma empresa a 100 peluqueros para los productos participantes en las categorías profesionales.





Este galardón ratifica el compromiso de The Colomer Group por la innovación. En 2012, UniQ One Hair Treatment recibió este mismo sello, convirtiendo a la multinacional española en la primera compañía de productos profesionales de peluquería que se hacía con este prestigioso reconocimiento.



Charles Waters y Ángela Venegas con el Premio Producto del Año para Oro Fluido Colour Elixir.

Sobre Orofluido Colour Elixir:

Orofluido Colour Elixir es la primera coloración permanente sin amoníaco del mercado que incorpora el Elixir de Brillo Orofluido. Basa su fórmula en la mezcla del aceite de argán, cípero y lino con un nuevo agente alcalino, cuya acción combinada mejora el color y asegura una óptima penetración de los pigmentos sin dañar el cabello. Orofluido Colour Elixir permite crear colores vibrantes y luminosos, aclara hasta tres tonos y garantiza una total cobertura, en una experiencia de color perfecta para profesionales y consumidores.

Si quieres saber más entra en:

www.orofluido.com

Noticias del Sector

Miércoles 16 de Enero de 2013



PUBLICADO EL 18/12/2012

Entregados los premios al Producto del Año 2013

La XIII edición galardona a 38 productos

infoRETAIL - Ana Botella, alcaldesa de Madrid, inauguró anoche la gala que sirvió de marco para la entrega de los 38 premios a la innovación con el distintivo de 'El Producto del Año'. Según se afirma desde Sottotempo, la empresa organizadora del evento, "en esta competición han participado innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012, tanto de alimentación, como de cosmética, parafarmacia, pequeños electrodomésticos y productos para el hogar".

Ésta es la relación completa de los 38 premiados en la XIII edición de los premios de El Producto del Año: en la categoría de preparados de pescado el producto premiado ha sido Krissia Gama Pintxos, de Angulas Aguinaga; categoría de té, Susarón Instanté (Ángel Camacho Alimentación); categoría de postres, Naturfruit (Expafruit); categoría de congelados, Pop Nuggets (Grupo Maheso); categoría de conservas, pechugas de pollo en aceite y pechugas de pollo en escabeche de Casa Matachín (Aves Nobles y Derivados).

En la categoría de complementos alimenticios, el producto premiado ha sido Propólis y Jalea Real + Equinácea Vive, de Grupo Viveplus; en la categoría de frutos secos, cacahuetes sal y miel tostados al horno de Matutano (PepsiCo Foods); categoría de quesos para Burgo de Arias cuchara (Mantequerías Arias); categoría de alimentos para bebés para Puleva Peques 3 Crecimiento (Lactalis Puleva); categoría de preparados lácteos para Puleva Max Energía y Crecimiento (Lactalis Puleva); categoría de batidos para Puleva Cacao con cereales y fresa plátano (Lactalis Puleva).

En la categoría de confitería, el producto premiado ha sido Haribo Celebraciones, de Haribo; en la categoría de edulcorantes, Truvia (Azucarera Iberia); en productos para celíacos, Beiker (Dr. Schär); en yogures, Yolado (Danone); en higiene infantil, Bio Baby by Moltex (Valor Brands Europe); en higiene bucal, Sensodyne Repair & Protect (GlaxoSmithKline); en la categoría de cuidado corporal, Dove con manteca de Karité (Unilever); en cuidado capilar, Gama Repara y Protege de Pantene (Procter & Gamble).

En la categoría de coloración profesional, el galardón ha sido para Orofluido Colour Elixir, de Colomer; en la categoría de coloración, el premio es para Color Sensation de Garnier (L'Oréal); en higiene íntima, Evax Cottonlike con perlas activas (Arbora & Ausonia); en incontinencia, Tena Protective Underwear (SCA); en afeitado, SensoTouch 3D (Philips); en depilación, Lumea Precision Plus (Philips); en desodorantes, Rexona Women Ultra Dry (Unilever); en dermocosmética, Sérums Lift (Procter & Gamble).

En la categoría de utensilios de limpieza, el producto premiado ha sido Vileda 1-2-Spray (Vileda Ibérica); en la categoría de pet foods, el premio es Whiskas Simplemente Bueno (Mars España); categoría de packs de experiencias, Smartbox Gama 2013 (Smartbox); categoría de primeros auxilios, DermaActive (Laboratorios Hartmann); categoría de pinturas, Majestic Resist (Jotun Ibérica).

En la categoría de apósitos, el producto premiado ha sido Cosmopor Waterproof, de Laboratorios Hartmann; en la categoría de adhesivos, el producto premiado ha sido Loctite Hybrid Glue, de Henkel; categoría de colchones, Trip13 Lo Mónaco (Lo Mónaco Hogar); categoría PAE Cocina, cafetera Espresso Oster Prima Latte (Jarden Consumer Solutions); categoría robots de limpieza, Vileda Virobi (Vileda Ibérica); y finalmente en la categoría de aspiradores, el premio es para UltraOne Mini, de Electrolux.



16 Enero 2013

Electro
market

SensoTouch 3D y Lumea Precision Plus de Philips, elegidos Producto del Año

16 DE JANUARY 2013



Estos productos han recibido el premio Producto del Año en las categorías de Afeitado y Depilación, respectivamente

La encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada por Symphony IRI, a través de un panel de consumidores de más de 10.000 individuos representativos de la población española, ha elegido a SensoTouch 3D y Lumea Precision Plus, como 'Producto del Año 2013' por ser los productos más innovadores en la categoría de Afeitado y Depilación, respectivamente.

Los productos galardonados con el Gran Premio a la Innovación 2013, se caracterizan por "ser innovadores en sus cualidades intrínsecas, en sus prestaciones o en sus presentaciones". El Producto del Año es, además, el único certamen en el que los consumidores eligen mediante su voto directo los productos de consumo más innovadores del año.

En la categoría de Depilación, Philips Lumea Precision Plus obtuvo el 71,6% de los votos como producto más innovador, demostrando nuevamente el compromiso de Philips por la innovación para mejorar la vida de las personas. El diseño de este producto también fue valorado de manera muy positiva por el 89% de los entrevistados.

La categoría de Afeitado eligió a Philips SensoTouch 3D como Producto del Año, con un 80,8% de los votos. Con este resultado los consumidores destacan la innovación que Philips ha efectuado durante el proceso de creación y desarrollo de su afeitadora más avanzada hasta la fecha.



Tendencias

COMPARTIR

SensoTouch 3D y Lumea Precision Plus de Philips, Producto del Año

16/01/2013

Una encuesta realizada por Symphony IRI ha elegido a SensoTouch 3D y Lumea Precision Plus, como *Producto del Año 2013* en España.

La encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada por Symphony IRI, a través de un panel de consumidores de más de 10.000 individuos representativos de la población española, ha elegido a SensoTouch 3D y Lumea Precision Plus, como Producto del Año 2013 por ser los productos más innovadores en la categoría de Afeitado y Depilación, respectivamente.

El Producto del Año es, además, el único certamen en el que los consumidores eligen mediante su voto directo los productos de consumo más innovadores del año.

Producto del Año en Depilación

En la categoría de Depilación, Philips Lumea Precision Plus obtuvo el 71,6% de los votos como producto más innovador, demostrando nuevamente el compromiso de Philips por la innovación para mejorar la vida de las personas. El diseño de este producto también fue valorado de manera muy positiva por el 89% de los entrevistados.



A diferencia de otras depiladoras IPL existentes en el mercado, Lumea Precision Plus de Philips incorpora una ventana más grande para las zonas de mayor superficie, como las piernas, lo que significa que ahora las mujeres podrán aplicar Lumea Precision Plus en las dos piernas en tan sólo 15 minutos, asegurando unos resultados efectivos y disfrutando de un tratamiento un 30% más rápido que con versiones anteriores de Lumea. Además, su batería interna ha sido mejorada, permitiendo un tratamiento de cuerpo completo y cara con sólo una recarga. Lumea Precision Plus de Philips incluye además un accesorio específico para su uso en la cara y en otras áreas más sensibles.

Beiker, galardonado con el Premio Producto del Año 2013



· *La última apuesta de Dr. Schär, grupo líder en alimentación sin gluten, afianza su compromiso de mejorar la calidad de vida de los celíacos españoles gracias al reconocimiento obtenido por este galardón.*

· *El Gran Premio a la Innovación es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo.*



La marca española de productos sin gluten, **Beiker**, ha sido galardonada con el Premio Producto del Año 2013 en la categoría de productos para celíacos, en concreto, por su renovada gama de panes. Beiker ofrece una amplia selección de pan adaptado a las necesidades diarias de los consumidores celíacos, que incluye pan de molde, pan de cereales, baguette, panecillos, panecillos dulces y pan tostado, para que siempre puedan disfrutar del gran sabor de un pan fresco recién horneado.

La marca Beiker está presente en el mercado español desde 1998 y, desde 2011 se ha incorporado al grupo **Dr. Schär**, el líder de alimentación sin gluten en Europa, adaptándose a los estándares de calidad y seguridad del grupo pero conservando su propia identidad y productos auténticos. Bajo el claim "Sabor de aquí", Beiker busca posicionarse como referente en alimentación sin gluten y dirigirse a los celíacos que buscan productos y sabores típicos de España, presentes en la dieta mediterránea y a los que no siempre es posible tener acceso.

La gama de productos de Beiker cubre todas las necesidades de una dieta sin trigo y sin lactosa, aportando vitaminas y un alto contenido en fibra, garantizando al consumidor productos nutricionalmente saludables y con un buen sabor tradicional. A través de esta marca, Beiker ofrece un surtido básico de harina, pan, pasta, cereales, galletas, dulces y bollería y productos salados. Beiker cuenta con el certificado de la Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE) en todos sus productos, siendo sinónimo de calidad y seguridad para los productos sin gluten.

El **Producto del Año** es el único certamen donde se eligen, mediante el voto directo de alrededor de 10.000 consumidores, los productos más innovadores del año. Los ganadores se dan a conocer en la Gala de Entrega de Galardones Gran Premio a la Innovación. Se trata de una competición abierta a la innovación donde puede participar cualquier producto de gran consumo de ámbito nacional referenciado en hipermercados, supermercados y/o grandes superficies. En esta décimo tercera edición han participado innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de

2012, tanto de alimentación, como de cosmética, parafarmacia, pequeños electrodomésticos y productos para el hogar.

La gala 'Gran Premio a la Innovación' tuvo lugar el pasado 17 de Diciembre en La Casa del Lector en Madrid. Al evento, conducido por el actor Javier Veiga, asistieron más de 300 personas representantes de las empresas premiadas, participantes y destacados cargos del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.

El objetivo de 'El Producto del Año' es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores.

Sobre Dr. Schär

Dr. Schär es el líder europeo en alimentación sin gluten, una compañía con sede en el Tirol del Sur (Italia), comprometida con los consumidores celíacos desde hace más de 30 años. Su filosofía se basa en su competencia y compromiso para mejorar la calidad de vida de las personas con necesidades alimentarias especiales. Como pionero y líder indiscutible del mercado europeo de productos sin gluten, el Grupo Dr. Schär ha desarrollado una amplia gama de productos aptos para celíacos de gran prestigio, innovadores y seguros, ofreciendo sabor, variedad y calidad a través de sus marcas, Schär, Beiker, DS, Glutafin, Glutano y Trufree. Además de la cuidada elaboración de sus productos, Dr. Schär está muy comprometido con la investigación encaminada a crear y desarrollar nuevos productos que faciliten cada día más la vida de las personas celíacas, algo que lleva a cabo con la colaboración de una comunidad científica compuesta por un gran número de profesionales especializados en la enfermedad celíaca. En España, Dr. Schär cuenta con un destacado centro de producción en Alagón, Zaragoza, desde el cual se garantiza una gran calidad y una mayor frescura en sus productos para que los celíacos españoles puedan disfrutarlos. Recientemente, la marca española Beiker ha sido galardonada con el Premio Producto del Año 2013 en la categoría de productos para celíacos.

Sobre el Gran Premio a la Innovación

El Gran Premio a la Innovación nació en Francia en 1987 y actualmente está presente en más de 30 países de todo el mundo. Este año, se ha celebrado la decimotercera edición en España, que ha contado con la participación de 85 productos en 38 categorías. El 'Producto del Año' es el único certamen donde se eligen, mediante el voto directo de alrededor de 10.000 consumidores, los productos más innovadores del año. Su objetivo es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores. Se trata del único certamen donde los consumidores eligen anualmente las mejores innovaciones del mercado y otorgan el premio y el distintivo 'Elegido Producto del Año'. Tras 13 de años en España, el logotipo de El Producto del Año se ha convertido en todo un referente en el sector del gran consumo, así como un sello de garantía y calidad para los consumidores.

www.beiker.es



16 Enero 2013

sonitrón

Producto del Año en Afeitado

La categoría de Afeitado tuvo un claro vencedor en el certamen, que eligió a Philips SensoTouch 3D como Producto del Año, con un 80,8% de los votos. Con este resultado los consumidores destacan la innovación que Philips ha efectuado durante el proceso de creación y desarrollo de su afeitadora más avanzada hasta la fecha.



Con SensoTouch 3D los hombres podrán elegir el tipo de afeitado que desea, en seco o en húmedo, con espuma o gel, garantizando así el afeitado Philips más avanzado, que se adapta a las necesidades de cada hombre y en cada momento. SensoTouch 3D tiene una respuesta para cada cara y ha sido especialmente diseñada para reducir eficazmente la irritación de la piel y conseguir un máximo apurado sin cortes inesperados y con una gratificante sensación de frescor, haciendo más fácil obtener un aspecto impecable cada día. Además de estar dotada de la mejor tecnología (GyroFlex 3D, UltraTrack y Aquatec) ha sido revestida con un diseño único, que facilita su uso.

Los Productos del Año 2013

CONSUMONEWS

ene 15, 2013 Nacho 0 comentarios

El objetivo de este certamen es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores



'El Producto del Año' es el único certamen de innovación donde los consumidores eligen anualmente las mejores innovaciones del mercado y otorgan el premio y el distintivo 'Elegido Producto del Año'. Para ello la consultora **Symphony IRI** realiza una encuesta online mediante la cual se obtiene la opinión de 10.000 personas representativas de la población española entre 18 y 65 años a los que se suman los resultados de los test de producto que realiza la misma empresa a un mínimo de 100 personas por producto.

Durante la encuesta online, los **consumidores** responden a dos cuestiones: **cuál consideran el producto más innovador de la categoría y qué grado de intención de compra tienen para cada producto participante**. Por otra parte, en el test de producto se pregunta sobre el sabor, textura, perfume, eficacia, relación calidad-precio, envase y valoración global del producto. Cada categoría cuenta con un mínimo de 2 productos nuevos y un máximo de 8. En cada una de las categorías, el producto que recibe mayor puntuación es el '**Elegido Producto del Año**' y tiene el derecho a utilizar, durante un año y en toda su comunicación, el logotipo que lo acredita como tal.



Innovación en tiempos de crisis

El estudio analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el **61% de los encuestados reconoce que le gusta probar productos nuevos, y el 53% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae**. Si bien es cierto que el 63% indica que ahora compra más productos según el precio y si fija menos en si son innovadores. Esto puede deberse a que el 44% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca de fabricante.

En cualquier caso el 31% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por otro de marca blanca. Aunque el 47% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

Los productos ganadores

- Preparados de Pescado:** Krissia Gama Pintxos: Donostiarra y Marisco. Angulas Aguinaga
- Tés:** SUSARÓN Instanté. Ángel Camacho Alimentación
- Postres:** Naturfruit. Expafruit, S.A.
- Congelados:** Pop Nuggets (Palomitas de pollo crujientes). Grupo Maheso
- Conservas:** Pechugas de Pollo en Aceite y Pechugas de Pollo en Escabeche Casa Matachín. Aves Nobles y Derivados
- Complementos Alimenticios:** Própolis y Jalea Real + Equinácea Vive+. Grupo Viveplus, S.L.
- Frutos Secos:** Cacahuets Sal y Miel Tostados al Horno de Matutano. PepsiCo Foods A.I.E
- Quesos:** Burgo de Arias Cuchara. Mantequerías Arias
- Alimentos para Bebés:** Puleva Peques 3 Crecimiento. Lactalis Puleva
- Preparados Lácteos:** Puleva Max Energía y Crecimiento. Lactalis Puleva
- Batidos:** Batidos Puleva Cacao con Cereales y Fresa Plátano. Lactalis Puleva
- Confitería:** Haribo Celebraciones. Haribo
- Edulcorantes:** Truvia. A.B. Azucarera Iberia, S.L.U.
- Productos para Celíacos:** Beiker. Dr. Schär
- Yogures:** Yolado de Danone. Danone
- Higiene Infantil:** Bio Baby by Moltex. Valor Brands Europe, S.L.
- Higiene Bucal:** Sensodyne Repair & Protect. GlaxoSmithKline, Consumer Healthcare
- Cuidado Corporal:** Dove Nutrición Sensorial Loción Corporal con Manteca de Karité. Unilever
- Cuidado Capilar:** Gama Repara y Protege de Pantene. Procter & Gamble
- Coloración Profesional:** Orofluido Colour Elixir. Colomer Beauty and Professional Products
- Higiene Íntima:** Nueva Evax Cottonlike con Perlas Activas. Arbora & Ausonia
- Incontinencia:** TENA Protective Underwear. SCA Hygiene Products
- Afeitado:** SensoTouch 3D. Philips
- Coloración:** Color Sensation de Garnier. L'Oréal
- Depilación:** Lumea Precision Plus. Philips
- Desodorantes:** Rexona Women Ultra Dry con Tecnología Motionsense™. Unilever
- Dermocosmética:** Sérum Reparador Arrugas Profundas SERUM7 LIFT de Boots Laboratories. Procter & Gamble
- Utensilios de Limpieza:** Vileda 1-2-Spray. Vileda Ibérica, S.A.S.C.
- Pet Food:** Whiskas Simplemente Bueno. Mars España
- Packs de Experiencias:** Smartbox gama 2013. Smartbox
- Primeros Auxilios:** DermaActive. Laboratorios HARTMANN
- Pinturas:** Majestic Resist. Jotun Ibérica
- Apósitos:** Cosmopor Waterproof. Laboratorios HARTMANN
- Adhesivos:** Loctite Hybrid Glue. Henkel Ibérica
- Colchones:** Tripl32 Lo Mónaco. Lo Mónaco Hogar

- PAE Cocina:** Cafetera Espresso Automática Oster Prima Latte. Jarden Consumer Solutions
- Robots de Limpieza:** Vileda Virobi. Vileda Ibérica, S.A.S.C.
- Aspiradores:** UltraOne Mini. Electrolux Small Appliances

¿Has probado los **Productos del Año 2103**? Te invitamos a que les envíes una **felicitación gratis** por carta, fax o email



15 Enero 2013

Colchones *foro*
Todas tus dudas resueltas

Colchón TRIPL3 Premio "Producto Del Año"

Por: Grupo Lo Monaco, el: 15/01/2013 a la(s) 15:42. Hay 2 respuesta(s), la última el 15/01/2013 a la(s) 15:54.

Desde Grupo Lo Monaco nos complace informaros que nuestro colchon TRIPL3 ha sido galardonado con el premio "Producto de Año" elegido por más de 10.000 consumidores. Además ahora de nuevo puedes tener 10 años de Garantía con tu colchon de la gama TRIPL3. Infórmate las siguientes entradas de nuestro blog.

<http://blog.grupolomonaco.net/blog/2013/01/11/tripl3-lo-monaco-colchon-elegido-producto-del-ano/>

<http://blog.grupolomonaco.net/blog/2013/01/14/garantia-plus-de-triple-lo-monaco/>

Trip3 Lo Monaco: Colchón elegido producto del año. Compruébalo,

GARANTIZAMOS TU DESCANSO DURANTE 10 AÑOS



Responder

Por: Litus, el: 15/01/2013 a la(s) 15:54

Hola!!

Lo tengo y doy fe que lomonaco es el mejor colchon del mundo aunque si... habra opiones de todo tipo par anosotros es el mejor!!!

Por: Litus, el: 15/01/2013 a la(s) 15:54

Hola!!

Lo tengo y doy fe que lomonaco es el mejor colchon del mundo aunque si... habra opiniones de todo tipo par anosotros es el mejor!!!

COLCHON
VISCOFERTA



COLCHON
BIOGEL
Sienta la relajación de un Spa



nuevo
OUTLET





14
ENE

¡Tés SUSARÓN producto del año 2013! Paul Kortenoever director de marketing nos cuenta el secreto del éxito

AUTOR: [carritus](#) | [comentarios 0](#)



— Paul Kortenoever, director de marketing de Angel Camacho Alimentación

Hola Paul,

Primero felicitarte por vuestro premio **producto del año** con los tés Susarón.

¿Os esperabais este reconocimiento?

Sería una muestra de cierta prepotencia esperar que te vaya a tocar un premio o reconocimiento, pero si sabíamos que con la gama de bebidas funcionales instantáneas [SUSARÓN Instanté](#) contamos con un producto realmente innovador que aporta valor añadido al consumidor. Esperábamos que el panel

de consumidores lo valorara y así ha sido. No obstante, sabemos que solamente los productos más innovadores son elegidos Producto del Año y que son muchas marcas las que presentan productos nuevos a este certamen.

Ya en una ocasión anterior (2010) ganamos el premio [Producto del Año](#) con nuestra innovadora gama de aceitunas sin líquido FRAGATA Snacking, pero en algunas otras ocasiones y pese a contar con innovaciones perfectamente desarrolladas y presentadas, pues, el panel de consumidores no lo valoró igual. Opino que estas experiencias, aparte de demostrar que Producto del Año es efectivamente el único certamen donde los consumidores eligen los productos de consumo más innovadores del año, pues solo nos refuerzan más en nuestra afán de desarrollar productos alimentarios que aporten valor al consumidor.

¿Qué significa para vosotros ser producto del año?

Nuestra empresa está invirtiendo muchos recursos, entre ellos el equipo humano, en varios proyectos de desarrollo de nuevos productos y lo importante es que éstos finalmente aportan al resultado de la empresa.

No obstante, mentiría si dijera que un premio como Producto del Año 2013 no es un fuerte estímulo ya que siempre hace ilusión que de un modo oficial se reconozca la labor realizada. Al fin y al cabo, pues, se trata del reconocimiento del consumidor al esfuerzo que realiza nuestras marcas y nuestros equipos de marketing e I+D, en materia de innovación.

¿Qué esperaréis después de recibir este premio?

Esperamos que tanto de cara al consumidor final como a la distribución, el premio Producto del Año 2013 contribuya a reforzar la imagen de SUSARÓN como marca de bienestar que lidera las innovaciones en el mercado de té e infusiones.

¿Cómo haces que un producto como una infusión sea innovador?

SUSARÓN INSTANTÉ une los beneficios del té, del agua y de otras sustancias activas como son la fibra, inulina, ginseng, guaraná, frutos rojos o rooibos, y ayuda a sentirse bien.

Además, el formato cómodo e innovador, un sachet individual de 3g, y el modo de empleo fácil y rápido permiten disfrutarlo donde y cuando quieras. SUSARÓN INSTANTÉ son bebidas solubles que se pueden preparar en frío y permiten cuidarse a la vez que se disfrutan. Los 4 sabores, Fibra, Diet, Energía y Belleza, ofrecen la combinación perfecta de productos que mejoran el bienestar, sin renunciar a su gran sabor. En definitiva, se trata de una nueva manera de cuidarse rápida y fácil. ¡Es bienestar para llevar!

Yo cada mañana desayuno un té. ¿Por qué tendría que escoger los vuestros?

¿Qué elemento les diferencia del resto?

Nuestras infusiones y tisanas SUSARÓN proporcionan sabor y bienestar, es decir, cuidan el paladar y también la salud. Son productos que responden perfectamente a la creciente preocupación por una mejora del bienestar que está reñida con el ritmo de vida que llevamos hoy en día.

¿Eres una persona muy activa en el mundo online?

Lo soy aunque habría que diferenciar entre mi actividad como profesional de marketing y como usuario a nivel particular. En cuanto a este último, pues, intento compaginar mi actividad online (FB, Twitter, Hyves, Spotify, ..) con otras actividades más físicas como el deporte.

En cuanto a mi actividad online como profesional de marketing y comunicación, pues, es cada vez mayor el tiempo dedicado a la presencia activa de nuestras marcas y empresas, tanto en España como en nuestros mercados de exportación. Aparte de las ya tradicionales páginas web, landing pages o microsites y campañas de publicidad con formatos notorios como megabanners, robapáginas o personalización del home de portales de revistas, etc., pues, ya manejamos perfiles FB, Twitter y blogs en algunos de nuestros mercados

exteriores y estamos trabajando en perfiles para usuarios en España.

¿Compras por internet? ¿Qué tipo de productos?

Compro por Internet desde hace muchos años, aunque principalmente viajes, aparatos electrónicos, descargas de música o revelado de fotografías. La verdad es que en la compra de productos alimentarios cuento con varios supermercados de cercanía y más que un esfuerzo, pues, para mí es un rato agradable pasar por las tiendas.

Además, aprovecho para ver nuestros productos y los de la competencia en los lineales, las promociones en tienda, etc. En nuestra empresa sí apostamos desde hace cierto tiempo por la venta online de nuestros productos. Tanto en España como en los principales mercados de exportación (Estados Unidos, Gran Bretaña, Polonia, China, ...) ofrecemos nuestros productos a través de supermercados online ya que combinan surtido con una logística o entrega a domicilio organizada.

Termina estas frases:

. **Un producto tiene éxito si...**...realmente aporta valor añadido al consumidor.

. **Toma un té Susarón siempre que ...**...me apetece por que no hay lugar u hora que me lo impida.

. **Un té tiene que tomarse siempre con ...**...un momento de relax o reflexión.

Muchas gracias



TRIPL3 LO MONACO colchón elegido Producto del Año



Categorías

- Información corporativa
- Producto
- Promociones
- Salud
- Sin categoría

En [Grupo Lo Monaco](#) pensamos que el correcto descanso de nuestros clientes es lo más importante. Esta misión, que nos ha acompañado desde nuestros inicios, nos ha llevado a trabajar día a día en aras de poder incorporar las últimas tecnologías a nuestros productos. Gracias a nuestro comité de I+D+I mantenemos la innovación como una constante en nuestra filosofía para poder ofrecerle siempre a nuestros clientes, lo más avanzado en Colchones.

Este trabajo continuo desarrollado durante los últimos 16 años tiene su recompensa al recibir los grados de satisfacción de nuestros clientes y al saber cómo con nuestros productos mejoran su descanso.

Como constatación de este hecho, nuestro colchón [Tripl3 Lo Monaco](#), ha sido elegido el PRODUCTO DEL AÑO 2013 en la categoría de colchones. Certamen que otorga el [PREMIO A LA INNOVACIÓN](#).

Hablamos de **la mayor encuesta que se realiza sobre innovación en gran consumo**. La satisfacción que desde Grupo Lo Monaco tenemos por la obtención de este galardón es grande, ya que el mismo se concede en base a la opinión de más de 10.000 personas. Por lo tanto, quisiéramos dar las gracias a todos nuestros clientes que han confiado en nuestra marca durante todos estos años. Gracias.

Desde Grupo Lo Monaco continuaremos buscando la innovación para seguir siendo el referente que somos y satisfacer las necesidades de nuestros clientes tanto en producto como en servicios.

Más información en los siguientes links:

<https://www.youtube.com/watch?v=eHHBCT7S-zl>

https://www.youtube.com/watch?v=FuU_9YoVG_0

<https://www.youtube.com/watch?v=e9d6OijBqqo>

<http://www.marketingnews.es/variados/noticia/1071211028705/conoce-productos-ano-2013.1.html>

<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/anunciantes/elegidos-los-39-productos-del-ano-2013-tras-un-estudio-a-10-005-personas/>

<http://www.lavanguardia.com/economia/marketing-publicidad/20121220/54356511953/premio-innovacion.html>

financial food

www.financialfood.es PERIÓDICO MENSUAL DEL COMERCIO, DISTRIBUCIÓN E INDUSTRIA DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS Año XXX, Nº 298 ENERO 2013



Una potencia en reciclaje

El consumidor elige como marcas de más calidad a las enseñas de fabricante ➤ 7



Los consumidores eligen a los 38 productos más innovadores del año ➤ 8



Las celebraciones deportivas animan al sector de los aperitivos ➤ 10



Premios Producto del Año



Los consumidores eligen a los 38 productos más innovadores del año

Lactalis Puleva, con tres galardones, triunfa en la gala

Un año más, los consumidores han elegido los productos más innovadores. En 2012, son 38 los productos premiados, de un total de 85 que se han presentado, y que han sido valorados por 10.000 consumidores.

Durante la entrega de premios, Lactalis Iberia se alzó con tres galardones, lo que la convirtió en la compañía triunfadora de la convocatoria.

De este modo, Puleva pequeños 3 crecimiento ha logrado el premio dentro de la categoría alimentos para bebés; Puleva Max energía y crecimiento, ha hecho lo propio en la de preparados lácteos y Batidos Puleva Cacao con cereales y fresa plátano ha ganado el galardón en la categoría de batidos.

Otras empresas han conseguido también varios galardones, aunque ninguna supera los tres premios de Lactalis. Así, Unilever se alza con el premio tanto en cuidado corporal como en desodorantes; Procter & Gamble triunfa en cuidado capilar y dermocosmética; Vileda en utensilios de limpieza y robots de limpieza; Philips en depilación y afeitado; y Laboratorios Hartmann que fue galardonada en primeros auxilios y en apósitos.

El resto de premiados son Angulas Aguinaga (preparados de pescado), Ángel Camacho Alimentación (tés), Expafruit (postres), Maheso (congelados), Aves Nobles y derivados (conservas), Viveplus (complementos alimenticios), Pepsico Foods (frutos secos), Man-

tequerías Arias (quesos), Haribo (confitería), A.B. Azucarera Iberia (edulcorantes), Dr.Schar (productos para celíacos), Danone (yogures), Valor Brands Europe (higiene infantil), GlaxoSmithKlein (higiene bucal), Colomer Beauty (coloración profesional), Arbra&Ausonia (higiene íntima), SCA Hygiene (incontinencia), L'Oréal (coloración), Mars (pet food), Smartbox (packs de experiencias), Jotun Ibérica (pinturas), Henkel Ibérica (adhesivos), Lo Mónaco (colchones), Jarden Consumer Solutions (PAE Cocina) y Electrolux (aspiradores).

Todos los galardonados hicieron referencia a la importancia de este premio y a lo que la innovación significa para su compañía.

**Unilever,
Procter&Gamble,
Vileda, Philips y
Laboratorios
Hartmann han
recibido dos
premios cada
una**

Premios Producto del Año



El 61% de los españoles prueba nuevos productos

Con motivo de la entrega del Gran Premio a la Innovación: Producto del Año 2013, se ha elaborado un estudio que revela que un 61% de los consumidores españoles reconoce que le gusta probar nuevos productos y que un 53% está dispuesto a pagar más por ellos si les resultase atractivos.

No obstante, todavía hay un 63% de los consumidores que

prefiere comprar productos fijándose en el precio más que en si son innovadores o no. De hecho, el precio suele ser la motivación principal para comprar seguido de la satisfacción de una nueva necesidad, aunque las promociones también son tenidas en cuenta.

El estudio, elaborado por la consultora SymphonyIRL, además revela que un 44% considera que

los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los de marca de fabricante.

Un 31% se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por uno de marca blanca, aunque un 47% reconoce que prefiere estos últimos porque son más baratos.

OROFLUIDO COLOUR ELIXIR ELEGIDO PRODUCTO DEL AÑO

La coloración permanente sin amoníaco Orofluido Colour Elixir se ha alzado como Producto del Año Gran Premio a la Innovación 2013. El galardón fue otorgado tras los votos de 10.000 consumidores que valoraron de forma directa los mejores productos de la cesta de la compra 2013.

La innovadora coloración permanente sin amoníaco, Orofluido Colour Elixir, que mejora el color y asegura una óptima penetración de los pigmentos sin dañar la calidad del cabello, acaba de ganar el galardón de Producto del Año Gran Premio a la Innovación 2013, que fue entregado en La Casa del Lector de Madrid el pasado 17 de diciembre.

En la gala, Ángela Venegas, directora de marketing & trade de The Colomer Group Professional Division Spain, agradeció a "los peluqueros que hacen de la innovación un puntal en su trabajo y por los que trabajamos para aportarles productos y servicios de valor añadido para sus salones".

Sin duda, un nuevo galardón que ratifica el compromiso de The Colomer Group con la innovación, ya que en 2012 fue Uniq One Treatment el producto que recibió este mismo sello.



repor madrid TV

INICIO AVISO LEGAL QUIENES SOMOS REPORTAJES CONTACTO

Smartbox - Spa Caroli Health Club

More info



Smartbox - Caroli Health Club

Videos: 1

Disfruta de la experiencia SmartBox en un entorno de lujo: el Spa Caroli Health Club del Hotel Wellington de Madrid.

C/Velazquez nº8 Madrid.

Ver más:

Tour del Bernabéu

Los Lobos de Arga

Bar Glass

Escuela de magia Ana Tamariz



conócenos

oferta comercial

premios non spot | contáctanos

acceso a clientes



televisión

radio

internet

multimedia

eventos

atres / Television

Oferta Comercial Programación Informes y estudios Soluciones Especiales

Producto del año 2013

Antena 3 y La Sexta felicitan a los ganadores de El producto del año 2013. ¡Enhorabuena a todos!

Me gusta 3
 Twittear 0
 +1 0



Antena 3 y La Sexta, cadenas líderes en innovación, felicitan a los ganadores del último certamen de **El producto del año**.

El pasado 17 de diciembre tuvo lugar en la recién inaugurada Casa del Lector de Madrid la **13ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación**. Durante el acto se dieron a conocer los 38 productos galardonados como Producto del Año 2013.

El Producto del Año es el único certamen donde los consumidores eligen, mediante su voto directo, los productos de consumo más innovadores del año.

El objetivo del producto es impulsar la **innovación** en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos a los consumidores.

Desde Atres Advertising, empresa patrocinadora y colaboradora de los premios El Producto del Año, ¡ENHORABUENA A TODOS!

Blog de peluquería y estética, productos de peluquería y estética

Orofluido Colour Elixir: Producto del Año Gran Premio a la Innovación 2013

26/12/2012



La novedosa coloración permanente sin amoníaco de la marca Orofluido (The Colomer Group), **Orofluido Colour Elixir**, ha sido elegida Producto del Año Gran Premio a la Innovación 2013 en la gala de entrega de galardones celebrada en La Casa del Lector de Madrid el pasado lunes 17 de diciembre. Su innovadora fórmula y sus excelentes resultados no han pasado desapercibidos a los 10.000 consumidores que votan de forma directa los productos que conforman la cesta de la compra 2013.

Ángela Venegas, directora de Marketing & Trade de The Colomer Group Professional Division Spain, agradeció en su discurso a "los peluqueros que hacen de la innovación un puntal en su trabajo y por los que trabajamos para aportarles productos y servicios de valor añadido para sus salones".

El Producto del Año es el único certamen donde los consumidores eligen anualmente las mejores innovaciones del mercado. Para ello, se realiza una encuesta online mediante la cual se obtiene la opinión de 10.000 personas representativas de la población española entre 18 y 65 años a las que se suman los resultados de los test de producto realizados por la misma empresa a 100 peluqueros para los productos participantes en las categorías profesionales.

Este galardón ratifica el compromiso de The Colomer Group por la innovación.

En 2012, Uniq One Hair Treatment recibió este mismo sello, convirtiendo a la multinacional española en la primera compañía de productos profesionales de peluquería que se hacía con este prestigioso reconocimiento.

Sobre Orofluido Colour Elixir

Orofluido Colour Elixir es la primera coloración permanente sin amoníaco del mercado que incorpora el **Elixir de Brillo Orofluido**. Basa su fórmula en la mezcla del aceite de argán, cípero y lino con un nuevo agente alcalino, cuya acción combinada mejora el color y asegura una óptima penetración de los pigmentos sin dañar el cabello.

Elixir de Brillo Orofluido permite crear colores vibrantes y luminosos, aclara hasta tres tonos y garantiza una total cobertura, en una experiencia de color perfecta para profesionales y consumidores.

OROFLUIDO COLOUR ELIXIR
novedad en alpel.es

OROFLUIDO
COLOUR ELIXIR
25 VOL 75%
PROFESIONALES

OROFLUIDO
COLOUR ELIXIR

El té Susaron Instanté, de Ángel Camacho, 'Producto del año 2013', según la encuesta de Symphony Iri Group

Andalucía | 17/12/2012 - 17:25h

0 [Notificar error](#) [Tengo más Información](#) [✉](#) [🖨](#) [A A](#)

[Seguir](#) [Tweet](#) 0 [Me gusta](#) 0 [Menéalo](#) 0 [+1](#) 0 [Share](#)

SEVILLA, 17 (EUROPA PRESS)

La encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada por **Symphony Iri Group**, a través de un panel de consumidores de **10.005 individuos representativos** de la población española, ha elegido a **Susaron Instanté**, comercializado por el grupo andaluz Ángel **Camacho**, como **'Producto del Año 2013'** por ser el producto más innovador en la categoría de 'Tés'.

En una nota, se apunta que los productos de gran consumo --alimentación, cosmética y droguería-- galardonados con el Gran Premio a la Innovación 2013, se caracterizan por "ser innovadores en sus cualidades intrínsecas, en sus prestaciones o en sus presentaciones".

Según comenta el director de Marketing de Susaron, Paul Kortenoever, quien recogerá el premio durante la ceremonia de entrega de galardones 'El Producto del Año 2013', que se celebrará esta noche en el Auditorio de la Casa del Lector en Madrid, "para nosotros, este premio es un auténtico reconocimiento de los consumidores hacia la innovación de nuestra marca Susarón y nos convence que, pese a la difícil situación económica, hemos de continuar por este camino de diferenciación".

Explica que Susarón Instanté son bebidas solubles que se pueden preparar en frío y permiten cuidarse a la vez que se disfrutan. Los cuatro sabores --fibra, diet, energía y belleza-- ofrecen la combinación perfecta de productos que mejoran el bienestar, sin renunciar a su gran sabor.

Susaron Instanté une los beneficios del agua, del té y de otras sustancias activas --fibra, insulina, ginseng & guaraná, frutos rojos, rooibos-- "que ayudan a sentirse bien". El formato, un sachet individual de tres gramos, además del modo de empleo fácil y rápido "permiten disfrutarlo donde y cuando quieras".

Susarón es comercializada en España y mercados de exportación por Ángel Camacho Alimentación, filial del grupo empresarial Ángel Camacho.

Laboratorios Sanor es un laboratorio farmacéutico y experto en el procesado de tisanas, que cuenta con una experiencia de más de 80 años en el sector de infusiones y plantas medicinales. Desde 1998 pertenece al grupo empresarial Ángel Camacho.

La marca Susarón, insignia comercial de Laboratorios Sanor y marca de tisanas e infusiones (desde 1944) que se posiciona entre las líderes del mercado Español de infusiones-bienestar, busca el equilibrio entre ciencia y naturaleza para ofrecer infusiones y tisanas que cuidan el paladar y también la salud.



eNewsletter N° 7 21/12/2012

Reenviar este eNewsletter



Suscribirse gratis



Premios El Producto del Año 2013



Blanca Gener
Directora general de "El Producto del Año"

Ya se conocen los premiados de El Producto del Año 2013. A la decimotercera edición de este certamen se han presentado 85 productos para 38 categorías.

Estos son los ganadores de este año, elegidos... [Leer más](#)

Ganadores de El Producto del Año 2013

La 13ª edición de los premios El Producto del Año se ha celebrado por vez primera en Madrid. El certamen ha reconocido la innovación de los productos lanzados entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012, tras los votos emitidos por 10.000 consumidores. Productos de 38 categorías han sido premiados en este evento, que reunió a más de 300 profesionales del gran consumo.



Ya se conocen los premiados de [El Producto del Año](#)

[2013](#). La entrega de los galardones, que contó con la presencia de Ana Botella, alcaldesa de Madrid, se ha celebrado en La Casa del Lector de Madrid, con la asistencia de más de **300 profesionales** del sector del gran consumo.

A la decimotercera edición de este certamen se han presentado **85 productos** para 38 categorías de los segmentos de alimentación, droguería,... [Leer más](#)

El sector agroalimentario exportará este año por valor de 28.000 millones

Las exportaciones tienen un superávit comercial de 5.500 millones de euros y ayudan a reducir el 12% la balanza comercial negativa española.

La tele del Gran Consumo

Actualidad en formato vídeo

El Club del Gran Consumo

Blogs de profesionales del sector

Eventos

Las próximas citas destacadas

Hemeroteca

Histórico de eNewsletters

Tablón de anuncios



Noticias

[todas las noticias](#) | [← atrás](#) | [imprimir](#)

Elegidos los 38 Productos del Año 2013 tras un estudio a 10.005 personas

- *La evaluación fue realizada por la consultora SymphonyIRI en el mes de Septiembre mediante un test de concepto a 10.005 personas y un test de producto a 100 personas por producto candidato.*
- *El estudio también indica que al 61% de los consumidores les gusta probar productos nuevos.*

El pasado 17 tuvo lugar en la recién inaugurada Casa del Lector de Madrid la 13ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación. Durante el acto, presentado por el actor Javier Veiga, se dieron a conocer los 38 productos galardonados como Producto del Año 2013.

Tras más de 10 años de celebración en Barcelona, El Producto del Año se ha trasladado en esta ocasión a Madrid para realizar su habitual Ceremonia de Entrega de Premios, que reunió más de 300 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.

Elegidos en la Gala de la Innovación 2013 Los 'Pop Nuggets' ¡Producto del año!



Las crujientes palomitas de pollo de Maheso han compartido podium con algunos de los productos más innovadores del panorama español en alimentación. La gama de panes sin gluten de Beiker o los preparados de pescado de Angulas Aguinaga entre ellos. ¿Sabes cómo hacer estas Pop Nuggets?



Muy fáciles de preparar y rápidas; esto y su succulento sabor han sido razones determinantes para que las Pop Nuggets de Maheso se hayan convertido en el Producto del Año 2013. Este **nuevo concepto de snack es ideal como aperitivo y pica-pica**, aportando un toque original y divertido a los entrantes. Maheso ha cuidado los detalles como en cada producto y **las Pop Nuggets se puede hacer al horno y también en el microondas**. Su versión tradicional: fritas se consigue en abundante aceite caliente durante 2,5-3 minutos aproximadamente. Como sugerencia: Freír en pequeñas cantidades para no alterar la temperatura del aceite en la fritura.

Los consumidores ha tenido la última palabra y ésta ha sido la comodidad, efectividad y la calidad en todos los sentidos y con todas las marcas.

Revista Protiendas, EMPRESA



La Cafetera PRIMA LATTE de OSTER elegida producto del año por su innovación

ltima actualizacin 20/12/2012@09:10:11 GMT+1

[Recomendar](#) 0
 [+1](#) 0
 [Tweet](#) 0

10.000 CONSUMIDORES ELIGEN LA CAFETERA PRIMA LATTE DE OSTER PRODUCTO DEL AÑO POR SU INNOVACIÓN

En la XIII edición han participado 85 productos en 39 categorías distintas.

En este certamen han concursado innovaciones de otras empresas como Burgo de Arias, Puleva, Dove, Vileda o Electrolux.

Por segundo año consecutivo, la multinacional americana Jarden Consumer Solutions ha sido galardonada con uno de los premios más importantes en cuanto a innovación y tecnología se refiere: el Producto del Año, Gran Premio a la Innovación 2013. En esta ocasión, el reconocimiento ha recaído en la Cafetera Espresso Automática Prima Latte de Oster, en la categoría de pequeño aparato electrodoméstico de cocina.

La Cafetera Espresso Automática Prima Latte de Oster nos devuelve al concepto de "cafetera de toda la vida". De hecho, ofrece la posibilidad de disfrutar, en cualquier momento, de un café recién hecho –preparado en unos minutos-, con el aroma, sabor y cuerpo del café de siempre. Prima Latte tiene un depósito de leche extraíble que puede guardarse cómodamente en la nevera tras su uso. Se trata de una cafetera práctica y muy cómoda, con un diseño original, que encaja en cualquier entorno.

En esta décimo tercera edición, en el transcurso de una gala celebrada en La Casa del Lector en Madrid, Enrique Yeste, Director de Marketing de Jarden Consumer Solutions, recogió el premio ante un aforo de más de 300 personas asistentes, con destacados cargos del mundo empresarial, del marketing y la comunicación. Enrique Yeste destacó lo que significa para el equipo de JCS España recibir este galardón. En palabras de Enrique, "es un honor que, entre tantos productos de calidad, se haya premiado la innovación que representa nuestra cafetera Prima Latte. Para JCS la innovación es un pilar fundamental, siempre al servicio del cliente".

Gran Premio a la Innovación: la elección de El Producto del Año

El 'Producto del Año' es el único certamen donde se eligen, mediante el voto directo de alrededor de 10.000 consumidores, los productos más innovadores del año. Se trata de una competición abierta a la innovación donde puede participar cualquier producto de gran consumo de ámbito nacional referenciado en hipermercados, supermercados y/o grandes superficies.

En esta décimo tercera edición han participado innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de mayo del 2011 y el 30 de septiembre de 2012, tanto de alimentación, como de cosmética, droguería, pequeños electrodomésticos y productos para el hogar.

El objetivo de 'El Producto del Año' es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores.

La presente edición ha contado con la participación de 85 productos en 39 categorías. Algunas de las empresas participantes han sido Burgo de Arias, Puleva, Dove, Vileda o Electrolux.

Tras trece años en España, el logotipo de El Producto del año se ha convertido en todo un referente en el sector del gran consumo. Así lo indica el reciente estudio realizado por TNS, según el cual el 64,2% de los responsables de la compra del hogar conocen el logo de El Producto del Año y el 72% lo considera un sello de garantía de calidad.

¿Te ha parecido interesante esta noticia? [Si \(0\)](#) [No\(0\)](#)

[|<](#)
[<](#)
[25/1427](#)
[>](#)
[>>](#)

Conoce los Productos del Año 2013

19 Diciembre 2012

El nuevo yogur helado Yolado y el edulcorante Truvia son dos de los productos galardonados con el Gran Premio a la Innovación, que fueron entregados el pasado lunes en Madrid, tras diez años de celebración en Barcelona.



Los galardonados, a cuyo listado puede acceder desde [aquí](#), han sido designados tras un estudio realizado en el mes de septiembre por la consultora SymphonyIRI a 85 nuevos productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Bazar, Hogar y Pequeños Electrodomésticos.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la décimotercera edición en España.

En total se ha encuestado vía online a 10.005 individuos representativos de la población española entre 18 y 65 años y además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante. Los 38 productos premiados **se identificarán durante todo el año 2013 con el logotipo Elegido Producto del Año** en su comunicación. Estudio paralelo

El estudio encargado por la organización del certamen además analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, **el 61% de los encuestados reconoce que le gusta probar productos nuevos, y el 53% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae**. Si bien es cierto que el 63% indica que ahora compra más productos según el precio y si fija menos en si son innovadores.

Esto puede deberse a que el 44% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47% cree que la calidad de los productos de marca de la distribución es similar a los productos de marca de fabricante.

En cualquier caso el 31% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por otro de marca de la distribución. Aunque **el 47% reconoce que prefiere productos de marca de la distribución porque son más baratos**.

Por edades, los jóvenes compran ahora más por precio, les gusta probar productos nuevos pero prefieren las marcas blancas. Lo más mayores son los que están más dispuesto a pagar más por un nuevo producto.

En general, la motivación principal por la que tanto hombres como mujeres compran un nuevo producto es porque les satisface una nueva necesidad, aunque las promociones también las tienen en cuenta. Las mujeres, los jóvenes y los consumidores de las áreas Sur, Levante y Noroeste son los que presentan mayor intención de compra de las innovaciones.





Submit Revista urbana y cosmopolita.

twitter.com/BCNDivina.



Esta Navidad, Torrons Vicens presenta Turrón salado con chocolate, tomate crujiente, almendras saladas y pimienta.

La compañía, referente en el sector del turrón, innova estas fiestas creando el primer turrón salado del mercado. Torrons Vicens, marca de referencia en la producción de turrón desde 1775, ha preparado esta Navidad una propuesta rompedora que revolucionará el mundo del turrón. Se trata del primer turrón salado del mercado: Turrón salado con chocolate, tomate crujiente, almendras saladas y pimienta. Este nuevo producto, que combina el dulce con el salado, nace esta Navidad como

resultado del intenso espíritu innovador que caracteriza la trayectoria de Torrons Vicens y que motiva a la compañía a trabajar constantemente para sorprender al consumidor con turrones de combinaciones gastronómicas muy creativas y diferentes dentro su seamiento de mercado.



Con cada número de BARCELONA DIVINA intentamos que la revista se integre en esa doctrina que proclama el placer como fin supremo de la vida. Un hedonismo que venimos aplicando en nuestras páginas desde 1980. Lo hacemos a través de nuestros reportajes, aportando al lector un abanico muy extenso de propuestas, de lugares divinos, de detalles basados en el lujo, de protagonistas arraigados en la élite urbana a partir de las artes, las ciencias o la política. En las entrevistas y las secciones fijamos descubrimos rincones de Barcelona a los que nunca nos han llevado, en los que jamás hemos estado antes. Con BARCELONA DIVINA prepárate a descubrir tu ciudad como nunca antes la habías vivido, desde la relación de representativa de la Diversidad



La II edición del 021 DISTRICT SHOPPING DAY.

se viste de solidaridad para esta Navidad.

Las tiendas de uno de los ejes comerciales más emblemáticos de la ciudad

unen fuerzas para una gran causa.

Los comerciantes del distrito 021 de Barcelona se juntan una vez más para celebrar una jornada de puertas abiertas el próximo jueves 20 de diciembre. Una experiencia única de shopping navideño en uno de los entornos más singulares de la ciudad. Durante toda la velada se podrá encontrar distintas actividades de



LA FUNDACIÓN ROSA ORIOL CELEBRA SU GALA ANUAL

EN EL TEATRO MANRESANO EL KURSAAL

Lunes, 17 de Diciembre de 2012. Los miembros de la Fundación Rosa Oriol han empezado la semana con una emotiva celebración con motivo de su Gala Anual 2013.

A esta organización no le faltan motivos de satisfacción, y es que desde su creación, en julio de 2010, los progresos que se han ido consiguiendo en beneficio del pueblo de Manresa han sido excepcionales.

Como no podía ser de otro modo, los protagonistas indiscutibles de la ceremonia de hoy han sido los miembros de la Familia Tous y Sor Lucía Caram, vocal de la Fundación, quienes ejercen de pilares genuinos de esta ejemplar iniciativa que decidieron crear hace dos años con la meta de ofrecer atención a las familias en riesgo de exclusión social. Desde entonces, la organización ha crecido frenéticamente superando la cifra de 200 en número de voluntarios. Todos ellos no han cesado en la creación de actividades de sensibilización ciudadana entre las cuales cabe destacar la instauración de un albergue y pisos de acogida, la gestión de cursos de formación y de una bolsa de trabajo y la implantación de un efectivo Banco de Alimentos. Los objetivos se han mantenido firmes durante todo este tiempo y siempre se han basado en ofrecer techo y alimentos a los más desfavorecidos por una parte, y en velar por la reinserción laboral, por otra.

Elaborado con vinos de distintas añadas rinde homenaje a la visita de los Reyes de España a Freixenet en 1987

Reserva Real de Freixenet es una cuvée de "assemblage" de distintos años, razón por la cual no tiene añada. Fue presentado por primera vez en el año 1987, con motivo de la visita de los Reyes de España a las Cavas Freixenet.

Se trata de uno de los rarísimos cavas cuyo tiraje se realiza con tapón de corcho recordando los inicios de la casa, y que propicia, a lo largo de una crianza de más de 30 meses, una evolución que le otorga un bouquet especial. Un producto distinto y clásico a la vez, que por su larga crianza armoniza con todo tipo de platos contundentes, asados, carnes, guisos y pescados ahumados, así como con aperitivos, entrantes fríos o calientes y sopas.

— 10 hours ago



— 10 hours ago



Gran Premio a la Innovación:

la elección de El Producto del Año

El 'Producto del Año' es el único certamen donde se eligen, mediante el voto directo de alrededor de 10.000 consumidores, los productos más innovadores del año. Los ganadores se dan a conocer en la Gala de Entrega de Galdardones Gran Premio a la Innovación. Se trata de una competición abierta a la innovación donde puede participar cualquier producto de gran consumo de ámbito nacional referenciado en hipermercados, supermercados y/o grandes superficies. En esta décimo tercera edición han participado innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012, tanto de alimentación, como de cosmética, parafarmacia, pequeños electrodomésticos y productos para el hogar.

El objetivo de 'El Producto del Año' es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores.

— 10 hours ago



Empresas

COMPARTIR

Prima Latte de Oster, Gran Premio a la Innovación 2013

20/12/2012

10.000 consumidores eligen la Cafetera Espresso Automática Prima Latte de Oster como Producto del Año en Pequeños Electrodomésticos de Cocina. En la XIII edición de este galardón han participado 85 productos en 39 categorías.

Por segundo año consecutivo, la multinacional americana Jarden Consumer Solutions ha sido galardonada con uno de los premios más importantes en cuanto a innovación y tecnología se refiere: el Producto del Año, Gran Premio a la Innovación 2013. En esta ocasión, el reconocimiento ha recaído en la Cafetera Espresso Automática Prima Latte de Oster, en la categoría de pequeño aparato electrodoméstico de cocina.

La Cafetera Espresso Automática Prima Latte de Oster devuelve al concepto de "cafetera de toda la vida": ofrece la posibilidad de disfrutar, en cualquier momento, de un café recién hecho –preparado en unos minutos-, con el aroma, sabor y cuerpo del café de siempre. Prima Latte tiene un depósito de leche extraíble que puede guardarse cómodamente en la nevera tras su uso. Se trata de una cafetera práctica y muy cómoda, con un diseño original, que encaja en cualquier entorno.



Enrique Yeste, director de Marketing de Jarden Consumer Solutions, recogió el premio en gala de entrega de premios de la XIII edición de estos galardones, celebrada el pasado martes en La Casa del Lector en Madrid, ante un aforo de más de 300 personas asistentes, con destacados cargos del mundo empresarial, del marketing y la comunicación. *Es un honor que, entre tantos productos de calidad, se haya premiado la innovación que representa nuestra cafetera Prima Latte. Para JCS la innovación es un pilar fundamental, siempre al servicio del cliente.*

Gran Premio a la Innovación: la elección de El Producto del Año

El Producto del Año es el único certamen donde se eligen, mediante el voto directo de alrededor de 10.000 consumidores, los productos más innovadores del año. Se trata de una competición abierta a la innovación donde puede participar cualquier producto de gran consumo de ámbito nacional referenciado en hipermercados, supermercados y/o grandes superficies.

En esta XIII edición han participado innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de mayo del 2011 y el 30 de septiembre de 2012, tanto de alimentación, como de cosmética, droguería, pequeños electrodomésticos y productos para el hogar. El objetivo de El Producto del Año es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores.

La presente edición ha contado con la participación de 85 productos en 39 categorías. Algunas de las empresas participantes han sido Burgo de Arias, Puleva, Dove, Vileda o Electrolux.

Tras trece años en España, el logotipo de El Producto del Año se ha convertido en todo un referente en el sector del gran consumo. Así lo indica el reciente estudio realizado por TNS, según el cual el 64,2% de los responsables de la compra del hogar conocen el logo de El Producto del Año y el 72% lo considera un sello de garantía de calidad.

* Para más información: www.osterespana.es



Jueves, 20 de diciembre 2012

LA VANGUARDIA.com | Marketing y Publicidad

Ediciones ▾ | Quiero ▾ | Temas

[Portada](#) [Internacional](#) [Política](#) [Economía](#) [Sucesos](#) [Opinión](#) [Deportes](#) [Vida](#) [Tecnología](#) [Cultura](#)[Huelga general](#) [Marketing y Publicidad](#) [Fiscalidad y empresa](#) [Bolsa](#) [Emprendedores](#) [Vivienda](#) [Finanzas](#)

PRODUCTO DEL AÑO

Los productos del hogar y alimentación ganar el premio a la innovación

Los galardonados han sido designados tras un exhaustivo estudio realizado en el mes de Septiembre por la consultora SymphonyIRI a 85 nuevos productos

Marketing y Publicidad | 20/12/2012 - 08:41h

0 Notificar error Tengo más Información ✉ 🖨 AA

[Seguir](#) 1 [Me gusta](#) 0 [Menéalo](#) 0 [+1](#) 0 [Share](#)

Madrid (Redacción).- El pasado 17 de diciembre tuvo lugar en la recién inaugurada Casa del Lector de Madrid la 13ª Entrega de Galardones del **Gran Premio a la Innovación**. Durante el acto, presentado por el actor Javier Veiga, se dieron a conocer los 38 productos galardonados como [Producto del Año 2013](#), según ha comunicado la organización en una nota.

Tras más de 10 años de celebración en Barcelona, el **Producto del Año** se ha trasladado en esta ocasión a Madrid para realizar su habitual Ceremonia de Entrega de Premios, que reunió más de 300 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.

El evento fue inaugurado por la alcaldesa de Madrid, Ana Botella, quien felicitó a los premiados y destacó que este galardón "es una señal de avance y de optimismo".

Los galardonados han sido designados tras un exhaustivo estudio realizado en el mes de Septiembre por la consultora SymphonyIRI a 85 nuevos productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Bazar, Hogar y Pequeños Electrodomésticos.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo.

El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 13ª edición en España.

Los representantes de las empresas premiadas destacaron la importancia de que este galardón lo otorguen los propios consumidores. En total se ha encuestado vía on-line a 10.005 individuos representativos de la población española entre 18 y 65 años y además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante.

Miércoles, 19 Diciembre 2012 / Noticias / Hogar

Visitas: 146

La cafetera espresso automática Prima Latte de Oster, elegida producto del año por su innovación

Por segundo año consecutivo, la multinacional americana Jarden Consumer Solutions ha sido galardonada con uno de los premios más importantes en cuanto a innovación y...



tecnología se refiere: el Producto del Año, Gran Premio a la Innovación 2013. En esta ocasión, el reconocimiento ha recaído en la Cafetera Espresso Automática Prima Latte de Oster, en la categoría de pequeño aparato electrodoméstico de cocina.

La Cafetera Espresso Automática Prima Latte de Oster nos devuelve al concepto de "cafetera de toda la vida". De hecho, ofrece la posibilidad de disfrutar, en cualquier momento, de un café recién hecho –preparado en unos minutos–, con el aroma, sabor y cuerpo del café de siempre. Prima Latte tiene un depósito de leche extraíble que puede guardarse cómodamente en la nevera tras su uso. Se trata de una cafetera práctica y muy cómoda, con un diseño original, que encaja en cualquier entorno.

En esta décimo tercera edición, en el transcurso de una gala celebrada antes de anoche en La Casa del Lector en Madrid, Enrique Yeste, Director de Marketing de Jarden Consumer Solutions, recogió el premio ante un aforo de más de 300 personas asistentes, con destacados cargos del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.

Enrique Yeste destacó lo que significa para el equipo de JCS España recibir este galardón. En palabras de Enrique, **"es un honor que, entre tantos productos de calidad, se haya premiado la innovación que representa nuestra cafetera Prima Latte. Para JCS la innovación es un pilar fundamental, siempre al servicio del cliente"**.

El 'Producto del Año' es el único certamen donde se eligen, mediante el voto directo de alrededor de 10.000 consumidores, los productos más innovadores del año. Se trata de una competición abierta a la innovación donde puede participar cualquier producto de gran consumo de ámbito nacional referenciado en hipermercados, supermercados y/o grandes superficies.

En esta décimo tercera edición han participado innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de mayo del 2011 y el 30 de septiembre de 2012, tanto de alimentación, como de cosmética, droguería, pequeños electrodomésticos y productos para el hogar. El objetivo de 'El Producto del Año' es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores.

La presente edición ha contado con la participación de 85 productos en 39 categorías. Algunas de las empresas participantes han sido Burgo de Arias, Puleva, Dove, Vileda o Electrolux.

Tras trece años en España, el logotipo de El Producto del año se ha convertido en todo un referente en el sector del gran consumo. Así lo indica el reciente estudio realizado por TNS, según el cual el 64,2% de los responsables de la compra del hogar conocen el logo de El Producto del Año y el 72% lo considera un sello de garantía de calidad.



Gran Premio a la Innovación 2013

19 DIC, 2012

0
COMENTARIOS



+1 1

El pasado lunes, y con la presencia de Ana Botella, alcaldesa de Madrid, La Casa del Lector acogió la 13ª Entrega de Galardones del **Gran Premio a la Innovación** en la que se dieron a conocer los 38 **Productos del Año 2013**, en categorías tan diversas como alimentación, cosmética, parafarmacia, **pequeños electrodomésticos** y productos para el hogar, etc. Se da la circunstancia que tras más de 10 años en Barcelona ésta es la primera ocasión en que el acto se realiza en Madrid.

Los ganadores son productos lanzados entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 que aportan novedades y mejoras al mercado.

En la categoría de **pequeño electrodoméstico** cuidado personal Philips resultó premiada por partida doble con la afeitadora **SensoTouch 3D** y la depiladora **Lumea Precision Plus**. En la categoría de **pequeño electrodoméstico** cocina la cafetera **espresso automática Prima Latte** de Oster fue la vencedora, mientras que Electrolux lo fue en la de aspiradores con el modelo **UltraOne Mini**.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los artículos más innovadores en gran consumo en diferentes categorías.

Fuente: [marron y blanco](#)



1


2

Like

Tweet



Premios El Producto del Año 2013

 GranConsumoTV · 16 vídeos

 Suscribirse 2

7 reproducciones

0 0

-  Me gusta
- 
- Información
- Compartir
- Añadir a
- 
- 
- 

Publicado el 19/12/2012
Más vídeos de tu sector en <http://www.granconsumo.tv>, la televisión del Gran Consumo, la nueva prensa sectorial. Hazte usuario registrado y podrás suscribirte gratis a nuestros

Mostrar más

CASA MATACHÍN NOTICIAS

Dec 19, 2012 admin No Comments

Somos Producto del Año 2013 !!

Este lunes tuvo lugar en la recién inaugurada Casa del Lector de Madrid la 13ª **Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación**. Durante el acto, presentado por el actor y humorista Javier Veiga, se dieron a conocer los **39 productos galardonados como Producto del Año 2013**.

Tras más de 10 años de celebración en Barcelona, El Producto del Año se ha trasladado en esta ocasión a Madrid para realizar su habitual Ceremonia de Entrega de Premios, que reunió más de 300 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial y del marketing.

Y con nuestra Conserva de Pechuga de Pollo Casa Matachín, hemos ganado la categoría de "CONSERVAS". [Resto de ganadores](#)

Enhorabuena a todo el equipo!!





EXCLUSIVO PARA SUSCRITORES

IPMARK EN DOOPAPER



CANAL DE CURSOS Y FORMACIÓN



Toda la información sobre cursos y formación general

EMPRESAS

Elegidos los 39 productos del 2013

Última actualización 19/12/2012@15:07:16 GMT+1

Recomendar 1 +1 0 Tweet 8



La Casa del Lector de Madrid acogió la 13ª entrega de galardones del Gran Premio a la Innovación durante una ceremonia celebrada la noche del pasado 17 de diciembre. En total han sido 39 los productos de gran consumo seleccionados por los consumidores españoles.

Tras más de 10 años de celebración en Barcelona, El Producto del Año se ha trasladado esta ocasión a Madrid para realizar su entrega de premios, que reunió a más de 300 invitados procedentes del mundo empresarial y del marketing.

Los productos ganadores han sido seleccionados tras un estudio realizado por la consultora SymphonyIRI sobre 85 referencias lanzadas al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Bazar, Hogar y Pequeños Electrodomésticos.

En total se ha encuestado vía online a 10.005 individuos de entre 18 y 65 años. También se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante.

La lista de premiados puede consultarse en la dirección <http://www.granpremioalainnovacion.com/productos-ganadores-2013/>

Pagar más por un producto nuevo

Según los resultados obtenidos por el estudio llevado a cabo por SymphonyIRI, el 61% de los encuestados reconoce que le gusta probar nuevos productos y el 53% pagaría más por un producto nuevo si éste le atrajese. No obstante, el 63% indica que ahora compra más productos motivado por el precio que por la innovación.

En la misma línea, el 31% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por otro de marca blanca, pero el 47% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

Miércoles, 19 de Diciembre del 2012

Entregados los premios a la Innovación "El Producto del Año 2013"

Ayer por la tarde tuvo lugar la gala "Gran Premio a la Innovación" en la Casa del Lector de Madrid. El acto fue conducido por el actor y cómico Javier Veiga, y asistieron más de 300 personas representantes de las empresas premiadas, participantes, así como destacados cargos del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.



En esta décimo tercera edición, han participado un total de 85 productos en 38 categorías diferentes, y que han sido votadas por 10.000 consumidores. Cabe señalar que las innovaciones participantes han sido lanzadas al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012, tanto de alimentación como de cosmética, parafarmacia, pequeños electrodomésticos y productos para el hogar.

Así, los productos elegidos "Producto del Año 2013" son:

Krissia Gama Pintxos: Donostiarra y Marisco (Ángulas Aguinaga).

SUSARÓN Instanté (Ángel Camacho Alimentación)

Naturfruit (Expafruit, S.A.)

Pop Nuggets -palomitas de pollo crujientes- (Grupo Maheso)

Pechugas de Pollo en Aceite y Pechugas de Pollo en Escabeche Casa Matachín (Aves Nobles y Derivados)

Própolis y Jalea Real + Equinácea Vive Plus (Grupo Viveplus, S.L.)

Cacahuets Sal y Miel Tostados al Horno de Matutano (PepsiCo Foods, A.I.E.)

Burgo de Arias Cuchara (Mantequerías Arias)

Puleva Peques 3 Crecimiento, Puleva Max Energía y Crecimiento, Batidos Puleva Cacao con Cereales y Fresa Plátano (Lactalis Puleva)

Haribo Celebraciones (Haribo)

Truvia (A.B. Azucarera Iberia, S.L.U.)

Beiker (Dr. Schär)

Yolado de Danone (Danone)

Bio Baby by Moltex (Valor Brands Europe, S.L.)

Sensodyne Repair & Protect (GlaxoSmithKline Consumer Healthcare)

Dove Nutrición Sensorial Loción Corporal con Manteca de Karité y Rexona Women Ultra Dry con Tecnología Motionsense (Unilever)

Gama Repara y Protege de Pantene, Sérum Reparador Arrugas profundas SERUM 7LIFT de Boots Laboratories, (Procter & Gamble)

Orofluido Colour Elixir (Colomer Beauty and Professional Products)

Nueva Evax Cottonlike con Perlas Activas (Arbora & Ausonia)

TENA Protective Underwear (SCA Hygiene Products)

SensoTouch 3D y Lumea Precision Plus (Philips)

Color Sensation de Garnier (L'Oréal)

Vileda 1-2-Spray y Vileda Virobi (Vileda Ibérica, S.A.S.C.)

Whiskas Simplemente Bueno (Mars España)

Smartbox gama 2013 (Smartbox)

DermaActive y Cosmopor Waterproof (Laboratorios HARTMANN)

Majestic Resist (Jotun Ibérica)

Loctite Hybrid Glue (Henkel Ibérica)

Tripl3Lo Mónaco (Lo Mónaco Hogar)

Cafetera Espresso Automática Oster Prima Latte (Jarden Consumer Solutions)

UltraOne Mini (Electrolux Small Appliances)

Se trata de una competición abierta donde puede participar cualquier producto de gran consumo de ámbito nacional referenciado en hipermercados, supermercados y/o grandes superficies, cuyo objetivo es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores.



Regala Experiencias El blog de Smartbox



[Inicio](#) [Conócenos](#) [Smartbox Pocket](#)

◀ ¡Gracias por la Smartbox!

Smartbox elegido Producto del Año 2013

Publicado 19 diciembre, 2012 ferias y galas , smartbox Deja un Comentario
Etiquetas: evento, galardón, premio, producto del año 2013, smartbox



Premiados Producto del Año 2013

En Smartbox estamos de enhorabuena, **¡hemos sido elegidos Producto del Año 2013!**

Este lunes se celebró en Madrid la gala de la 13ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación. En el acto, que estuvo presentado por el actor Javier Veiga, se dieron a conocer los 38 productos gal

ardonados como **Producto del Año 2013** y **Smartbox** fue premiado, por segundo año consecutivo, como Producto del Año en la categoría de packs de experiencias.

Recibir este reconocimiento es todo un honor para todo el equipo de **Smartbox**, más aun sabiendo que habéis sido vosotros quienes nos habéis elegido.

Por eso sólo podemos decir una cosa:

¡Gracias a todos por confiar en Smartbox!



- Sobre nosotros 
- Conócenos
- Contacta
- Prensa
- Dónde comprar
- Nuestras Smartbox 

Colección

Preguntas Frecuentes

Compra online 

Regala experiencias Smartbox

Síguenos en 



Fabricantes

General

19.12.2012

Premios El Producto del Año 2013



Premios El Producto del Año 2013.

[Ver en pantalla grande.](#)

Ya se conocen los premiados de El Producto del Año 2013. A la decimotercera edición de este certamen se han presentado 85 productos para 38 categorías.

Estos son los ganadores de este año, elegidos mediante el voto directo de 10.000 consumidores:

En la categoría de Coloración, Color Sensation de Garnier, de L'Oréal.

En Preparados de Pescado, Krissia Gama Pintxos Donostiarra y Marisco, de Angulas Aguinaga.

En Congelados, Pop Nuggets, de Grupo Maheso.

En Adhesivos, Loctite Hybrid Glue, de Henkel Ibérica.

Lactalis Puleva acaparó premios en tres categorías: en Alimentos para Bebés, con Puleva Peques 3 Crecimiento; en Preparados Lácteos, con Puleva Max Energía y Crecimiento, y en Batidos, con Batidos Puleva Cacao con Cereales y Fresa Plátano.

En Té, Susarón Instanté, de Ángel Camacho Alimentación.

En Packs de Experiencias, Smartbox gama 2013, de Smartbox.

En Coloración Profesional, Orofluido Colour Elixir, de Colomer Beauty and Professional Products.

En Cuidado Corporal, Dove Nutrición Sensorial Loción Corporal con Manteca de Karité, de Unilever.

En Higiene Íntima, Evax Cottonlike con Perlas Activas, de Arbora & Ausonia.

En Frutos Secos, Cacahuets Sal y Miel Tostados al Horno Matutano, de PepsiCo Foods.

En Desodorantes, Rexona Women Ultra Dry con tecnología Motionsense, de Unilever.

En Higiene Infantil, Bio Baby by Moltex, de Valor Brands Europe.

En Complementos Alimenticios, Própolis y Jalea Real más Equinácea Vive Plus, de Grupo Viveplus.

En Pequeños Electrodomésticos de Cocina, Cafetera Espresso Automática Oster Prima Latte, de Jarden Consumer Solutions.

En Edulcorantes, Truvia, de AB Azucarera Iberia.

19 de diciembre de 2012

En Postres, Naturfruit, de Expafruit.

Philips fue el ganador en las categorías de Afeitado, con Sensotouch 3D, y Depilación, con Lumea Precision Plus.

En Quesos, Burgo de Arias Cuchara, de Mantequerías Arias.

En Colchones, Triple 2 Lo Mónaco, de Lo Mónaco Hogar.

Laboratorios Hartmann consiguió dos galardones en Primeros Auxilios, con DermaActive, y en Apósitos, con Cosmopor Waterproof.

En Yogures, Yolado, de Danone.

Vileda Ibérica fue el ganador en Utensilios de Limpieza, con Vileda 1-2-Spray, y en Robots de Limpieza, con Vileda Virobi.

En Higiene Bucal, Sensodyne Repair & Protect, de GlaxoSmithKline.

En Confitería, Haribo Celebraciones, de Haribo.

En Incontinencia, Tena Protective Underwear, de SCA Hygiene Products.

En Conservas, Pechugas de Pollo en Aceite y en Escabeche Casa Matachín, de Aves Nobles y Derivados.

En Pinturas, Majestic Resist, de Jotun Ibérica.

En Pet Food, Whiskas Simplemente Bueno, de Mars España.

En Productos para Celíacos, Beiker, de Dr. Schär.

En Aspiradores, UltraOne Mini, de Electrolux Small Appliances.

Procter & Gamble consiguió dos premios: en Cuidado Capilar, con la Gama Repara y Protege de Pantene, y en Dermocosmética, con Serum 7 Lift de Boots Laboratories.

Elegidos los 38 Productos del Año 2013 tras un estudio a 10.005 personas

diciembre 19, 2012 [MAGAZINE](#), [Vida y Estilo](#)

El pasado lunes 17 de diciembre tuvo lugar en la recién inaugurada Casa del Lector de Madrid la **13ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación**. Durante el acto, presentado por el actor Javier Veiga, se dieron a conocer los 38 productos galardonados como Producto del Año 2013. Tras más de 10 años de celebración en Barcelona, El Producto del Año se ha trasladado en esta ocasión a Madrid para realizar su habitual Ceremonia de Entrega de Premios, que reunió **más de 300 invitados** entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.

El evento fue inaugurado por la alcaldesa de Madrid, **Ana Botella**, quien felicitó a los premiados y destacó que este galardón "es una señal de avance y de optimismo".

Los galardonados han sido designados tras un exhaustivo estudio realizado en el mes de Septiembre por la **consultora SymphonyIRI** a 85 nuevos productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Bazar, Hogar y Pequeños Electrodomésticos.



El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 13ª edición en España.

Los representantes de las empresas premiadas destacaron la importancia de que este galardón lo otorguen los propios consumidores. En total se ha encuestado vía on-line a 10.005 individuos representativos de la población española entre 18 y 65 años y además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante.

La innovación en tiempos de crisis

El estudio encargado por la organización del certamen además analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el 61% de los encuestados reconoce que le gusta probar productos nuevos, y el 53% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 63% indica que ahora compra más productos según el precio y si fija menos en si son innovadores.

Esto puede deberse a que el 44% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca de fabricante.

En cualquier caso el 31% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por otro de marca blanca. Aunque el 47% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

Por edades, los jóvenes compran ahora más por precio, les gusta probar productos nuevos pero prefieren las marcas blancas. Lo más mayores son los que están más dispuesto a pagar más por un nuevo producto.

En general, la motivación principal por la que tanto hombres como mujeres compran un nuevo producto es porque les satisface una nueva necesidad, aunque las promociones también las tienen en cuenta.

201

Las mujeres, los jóvenes y los consumidores de las áreas Sur, Levante y Noroeste son los que presentan mayor intención de compra de las innovaciones.

Estos datos revelan la importancia de que las marcas apuesten por productos de innovación diferencial que les ayuden a despertar el interés de los consumidores.

Por tanto, la iniciativa de El Producto del Año estimula y reconoce a estas empresas que apuestan por la innovación, también en tiempos de crisis.

Más información en sobre los productos premiados:

www.granpremioalainnovacion.com

Puleva Peques 3, Puleva Max y Batidos Puleva, Productos del año 2013

POR PULEVA – 19/12/2012

PUBLICADO EN: ACTUALIDAD, BATIDOS, EN PORTADA, MAX, NOTICIAS, PEQUES

Me gusta 0 | 0 | +1 0 | | |

PULEVA avanza su posición como líder en innovación dentro de la categoría de alimentación infantil gracias al reconocimiento obtenido por este galardón

El Gran Premio a la Innovación es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo

En esta edición, los consumidores han elegido como Producto del Año 2013 a PULEVA Peques 3 Crecimiento, PULEVA Max Energía y Crecimiento y Batidos PULEVA Cacao con Cereales y Fresa Plátano

Madrid, 19 de diciembre de 2012.- En la recién inaugurada Casa del Lector de Madrid se celebró este lunes la 13ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación, acto en el que se dieron a conocer los 39 productos galardonados como **Producto del Año 2013**, entre los cuales se encuentran tres productos de PULEVA: PULEVA Peques 3 Crecimiento, PULEVA Max Energía y Crecimiento y Batidos PULEVA Cacao con Cereales y Fresa Plátano; convirtiéndose así en la compañía que más galardones ha obtenido en esta edición 2013.

En la Ceremonia de Entrega de Premios se reunieron más de 300 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial y del marketing. Por parte de PULEVA, recogieron los premios Carlos Barranco, jefe de producto de **Batidos PULEVA**, y Raquel Andújar, jefa de producto de **PULEVA Peques**. Ambos destacaron la importancia de que este galardón sea otorgado por los propios consumidores.

Estos tres productos de PULEVA premiados se identificarán durante todo el año 2013 con el logotipo 'Elegido Producto del Año' en su comunicación, mostrando la importancia de que las marcas apuesten por productos de innovación diferencial que les ayuden a despertar el interés de los consumidores.



Carlos Barranco, jefe de producto de Batidos PULEVA, y Raquel Andújar, jefa de producto de PULEVA Peques

Los galardonados han sido designados tras un exhaustivo estudio realizado en el mes de septiembre por la consultora SymphonyIRI a 85 nuevos productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Bazar, Hogar y Pequeños Electrodomésticos, con encuestas online a un total de 10.000 individuos representativos de la población española entre 18 y 65 años y realizando una prueba de producto a 100 personas por participante.

PULEVA, comprometida con la innovación nutricional y la calidad

PULEVA es líder en productos innovadores y, desde sus orígenes, está preocupada por cuidar de la salud del consumidor. Por este motivo, PULEVA centra todos sus esfuerzos en conocer las necesidades nutricionales de la población y destina gran parte de sus recursos a la investigación y desarrollo de productos naturalmente adaptados a las diferentes etapas de la vida de una persona, entre las que destaca la etapa infantil, para la que PULEVA desarrolla productos adaptados para todas las fases de crecimiento.

PULEVA Peques 3 Crecimiento es un preparado lácteo especialmente adaptado a las necesidades del niño a partir de los doce meses siguiendo las recomendaciones nutricionales y dentro de una dieta variada y diversificada. Puleva Peques 3 es una leche enriquecida en calcio, Omega 3 DHA, Hierro y 13 vitaminas que ayuda al bebé en su correcto desarrollo físico e intelectual.

PULEVA MAX Energía y Crecimiento ofrece una gama de productos pensados para ayudar a cubrir las necesidades nutricionales de los niños a partir de los 3 años. Con más Hierro y más calcio ayuda a que su desarrollo físico e intelectual siga siendo correcto. Se presenta en diferentes formatos y variedades para adecuarse a los diferentes momentos de consumo que se presentan a lo largo de la jornada: desayuno, el colegio, actividades extraescolares, la cena, etc.

BATIDOS PULEVA sabor fresa y plátano, así como la variedad de cacao con cereales son una propuesta sana e imaginativa para aportar al organismo una de las raciones diarias de lácteos recomendada ya que contiene un 90% de leche y el mejor sabor para tus hijos.

PULEVA, trabajamos por el bienestar de la familia

PULEVA, compañía perteneciente al Grupo Lactalis, trabaja por el bienestar de toda la familia, empleando toda su experiencia y conocimiento en ofrecer a sus consumidores alimentos saludables y adaptados a sus necesidades nutricionales. Salud, familia, confianza, innovación, educación y compromiso son los pilares de esta filosofía, que han convertido a PULEVA en pionera en el desarrollo de alimentos funcionales.

Gran Premio a la Innovación 2013



. La elección de El Producto del Año. . Elegidos los 39 Productos del Año 2013 tras un estudio a 10.005 personas.

El 'Producto del Año' es el único certamen donde se eligen, mediante el voto directo de alrededor de 10.000 consumidores, los productos más innovadores del año. Los ganadores se dan a conocer en la Gala de Entrega de Galardones Gran Premio a la Innovación. Se trata de una competición abierta a la innovación donde puede participar cualquier producto de gran consumo de ámbito nacional referenciado en hipermercados, supermercados y/o grandes superficies. En esta décimo tercera edición han participado innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012, tanto de alimentación, como de cosmética, parafarmacia, pequeños electrodomésticos y productos para el hogar.



El objetivo de 'El Producto del Año' es impulsar la innovación en el sector del gran consumo y acercar los productos más novedosos e innovadores a los consumidores.

1. Historia

El certamen fue creado en Francia en 1987 por Christian Le Bret, con el objetivo de ofrecer al consumidor la oportunidad de ser el auténtico protagonista a la hora de elegir 'Los Productos del Año', y buscando que su opinión no sólo se limitase al lineal del supermercado.

Este certamen estimuló la innovación en los lineales franceses y consiguió, en pocos años, recuperar el favor y la credibilidad del gran público y la confianza de los grandes y pequeños anunciantes hacia este tipo de galardones.

España, de la mano de Fabrizio Selva, fue el primer país fuera de Francia que acogió el certamen, hace ya doce años. El certamen está presente actualmente en más de 30 países en todo el mundo.

La presente edición del certamen en España ha contado con la participación de 85 productos en 39 categorías.

En la historia del certamen en España han participado empresas como Danone, Unilever, Garnier, Heinz Ibérica, BDF Nivea, Kraft Foods España, L'Oréal, Nestlé, SCA Hygiene Paper, Pilot, Kellogg's, Mantequerías Arias, Wilkinson, Lácteos García Baquero, Procter & Gamble, Gallina Blanca, Reckitt Benckiser, Campofrío, Haribo, Philips, Akzo Nobel Coatings, Angulas Aguinaga, Coca-Cola España, 3M, Galletas Gullón, McCain España, Grupo Seb, SSL Healthcare, Persán, AC Marca, Salica, Puleva, Henkel Ibérica, Bicentury, Industrias Rodríguez, Kaiku, Mars España, Argal, Damm, KH Lloreda, Coty Astor, Rana Hispania, Maheso, Affinity Petcare, Europastry, Alimentación Varma, Taurus, Findus, Nutrexpa, Schweppes, Lab. Byly, Vileda, Bonduelle, Bimbo, Importaco, Pfizer Consumer Healthcare, Cederroth Ibérica, Grupo Pepsico, Industrias Cárnicas Zurita, Solan de Cabras, Prolimsa, Juver, Verdu Canto Saffron Spain, Arla Foods, Cárnicas Serrano, La Bella Easo, Müller, Johnson's Wax, Lacasa, Panrico, San Miguel, Johnson & Johnson, Sara-Lee/D.E. España, Central Lechera Asturiana, Solac, J. García Carrión, Capdevila, Salton Productos España, Nueva Rumasa, Comercial Gallo, Storck Ibérica, Lactalis, Lab. Phergal, Arbora Ausonia, Granini, ..., entre muchos otros.

2. La mayor encuesta sobre innovación en gran consumo: Los consumidores eligen

'El Producto del Año' es el **único certamen de innovación donde los consumidores eligen** anualmente las mejores innovaciones del mercado y otorgan el premio y el distintivo 'Elegido Producto del Año'. Para ello la consultora Symphony IRI realiza una encuesta online mediante la cual se obtiene la opinión de 10.000 personas representativas de la población española entre 18 y 65 años a los que se suman los resultados de los test de producto que realiza la misma empresa a un mínimo de 100 personas por producto.

Durante la encuesta online, los consumidores responden a 2 cuestiones: cuál consideran el producto más innovador de la categoría y qué grado de intención de compra tienen para cada producto participante. Por otra parte, en el test de producto se pregunta sobre el sabor, textura, perfume, eficacia, relación calidad-precio, envase y valoración global del producto.

Cada categoría cuenta con un mínimo de 2 productos nuevos y un máximo de 8. En cada una de las categorías, el producto que recibe mayor puntuación es el 'Elegido Producto del Año' y tiene el derecho a utilizar, durante un año y en toda su comunicación, el logotipo que lo acredita como tal.

3. El Comité Deontológico

El Comité Deontológico es una agrupación de especialistas en marketing e innovación que provienen del ámbito académico y que no están vinculados con ninguna marca.

La función del Comité Deontológico es agrupar los productos presentados en categorías homogéneas, velar por el cumplimiento del reglamento del certamen y solucionar cualquier incidencia que pueda surgir en el transcurso del mismo.

El Comité Deontológico de la décimo tercera edición está formado por:

- **D. David Riu – Presidente**
(Director Académico de EAE Business School)
- **D. Josep Ramón Meseguer – Vocal**
(Director del Departamento de Marketing de ESIC Barcelona)
- **D. Mike Rosenberg – Vocal**
(Assistant Professor, Strategic Management Department de IESE)
- **D. Chal Jiménez – Vocal**
(Profesor de Grado y Master de ESIC y Profesor en PIMEC y Euroaula-UDG)

4. Ganadores de la décimo tercera edición (2013)

En la décimo tercera edición han participado 85 productos en 39 categorías distintas, que han sido votadas por 10.000 consumidores.

Los candidatos que finalmente resultaron "Elegidos Producto del Año 2013" son:

CATEGORÍA	PRODUCTO	EMPRESA
Preparados de Pescado	Krissia Gama Pintxos: Donostiarra y Marisco	Angulas Aguinaga Ángel Camacho
Tés	SUSARÓN Instanté	Alimentación
Postres	Naturfruit	Expafruit
Congelados	Pop Nuggets (Palomitas de pollo crujientes)	Grupo Maheso
Conservas	Pechugas de Pollo en Aceite y Pechugas de Pollo en Escabeche Casa Matachín	Aves Nobles y Derivados
Complementos Alimenticios	Própolis y Jalea Real + Equinácea Vive* Cacahuets Sal y Miel Tostados al Horno de Matutano	Grupo Viveplus PepsiCo Foods
Frutos Secos	Burgo de Arias Cuchara	A.I.E
Quesos	Puleva Peques 3 Crecimiento	Mantequerías Arias
Alimentos para Bebés	Puleva Max Energía y Crecimiento	Lactalis Puleva
Preparados Lácteos	Batidos Puleva Cacao con Cereales y Fresa	Lactalis Puleva
Batidos	Plátano	Haribo
Confitería	Haribo Celebraciones	A.B. Azucarera Iberia
Edulcorantes	Truvia	
Productos para Celíacos	Beiker	Dr. Schär
Yogures	Yolado de Danone	Danone Valor Brands
Higiene Infantil	Biobaby by Moltex	Europe GlaxoSmithKline, Consumer Healthcare
Higiene Bucal	Sensodyne Repair & Protect Dove Nutrición Sensorial Loción Corporal con Manteca de Karité	
Cuidado Corporal	Repara y Protege de Pantene	Unilever Procter & Gamble Colomer Beauty and Professional Products
Cuidado Capilar	Orofluido Colour Elixir	
Coloración Profesional	Nueva Evax Cottonlike con Perlas Activas	Arbora & Ausonia SCA Hygiene Products
Higiene Íntima	TENA Protective Underwear	Procter & Gamble Colomer Beauty and Professional Products
Incontinencia	Frizzdom by Style Masters de Revlon Professional	
Tratamiento Capilar Profesional		

Coloración	Color Sensation de Garnier	L'Oréal
Depilación	Lumea Precision Plus	Philips
Desodorantes	Rexona Gama UltraDry Serum Reparador Arrugas Profundas Serum 7	Unilever
Dermocosmética	Lift de Boots Laboratories	Procter & Gamble
Utensilios de Limpieza	Vileda 1-2-Spray	Vileda Ibérica
Pet Food	Whiskas® Simplemente Bueno	Mars España
Packs de Experiencias	Smartbox gama 2013	Smartbox Laboratorios HARTMANN
Primeros Auxilios	DermaActive	Jotun Ibérica Laboratorios HARTMANN
Pinturas	Majestic Resist	Henkel Ibérica
Apósitos	Cosmopor Waterproof	Grupo Lo Mónaco Jarden Consumer
Adhesivos	Loctite Hybrid Glue	Solutions
Colchones	Tripl3 ² Lo Mónaco	Vileda Ibérica Electrolux Small Appliances
PAE Cocina	Cafetera Espresso Automática Oster Prima Latte	
Robots de Limpieza	Vileda Virobi	
Aspiradores	UltraOne Mini	

5. Ceremonia de Entrega de Galardones

Los ganadores recibieron su premio en el transcurso de la gala 'Gran Premio a la Innovación' que tuvo lugar el 17 de Diciembre en La Casa del Lector en Madrid. El acto, conducido por el actor Javier Veiga, se ha realizado por primera vez en Madrid tras más de 10 años en Barcelona.

A este evento asistieron más de 300 personas representantes de las empresas premiadas, participantes y destacados cargos del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.

6. Un logotipo conocido y reconocido

Tras 13 de años en España, el logotipo de El Producto del Año se ha convertido en todo un referente en el sector del gran consumo. Así lo indica el reciente estudio realizado por TNS según el cual el 64.2% de los responsables de la compra del hogar conocen el logo de El Producto del Año y el 72% lo considera una sello de garantía de calidad.

Además las perspectivas de futuro son muy buenas dado que los datos de notoriedad entre los individuos de 18 a 24 años alcanzan ya el 76.6%.

Tras 13 de años en España, el logotipo de El Producto del Año se ha convertido en todo un referente en el sector del gran consumo. Así lo indica el reciente estudio realizado por TNS según el cual el 64.2% de los responsables de la compra del hogar conocen el logo de El Producto del Año y el 72% lo considera una sello de garantía de calidad.

Además las perspectivas de futuro son muy buenas dado que los datos de notoriedad entre los individuos de 18 a 24 años alcanzan ya el 76.6%.

7. La innovación en tiempos de crisis

El estudio encargado por la organización del certamen además analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el 61% de los encuestados reconoce que le gusta probar productos nuevos, y el 53% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 63% indica que ahora compra más productos según el precio y si fija menos en si son innovadores.

Esto puede deberse a que el 44% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca de fabricante.

En cualquier caso el 31% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por otro de marca blanca. Aunque el 47% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

Por edades, los jóvenes compran ahora más por precio, les gusta probar productos nuevos pero prefieren las marcas blancas. Lo más mayores son los que están más dispuesto a pagar más por un nuevo producto.

En general, la motivación principal por la que tanto hombres como mujeres compran un nuevo producto es porque les satisface una nueva necesidad, aunque las promociones también las tienen en cuenta. Las mujeres, los jóvenes y los consumidores de las áreas Sur, Levante y Noroeste son los que presentan mayor intención de compra de las innovaciones.

Estos datos revelan la importancia de que las marcas apuesten por productos de innovación diferencial que les ayuden a despertar el interés de los consumidores.

Por tanto, la iniciativa de El Producto del Año estimula y reconoce a estas empresas que apuestan por la innovación, también en tiempos de crisis.

Noticias
 DEL SECTOR

Hemeroteca
 DIGITAL

Sobre
 NOSOTROS

Noticias del Sector

Miércoles 19 de Diciembre de 2012

PUBLICADO EL 18/12/2012

Entregados los premios al Producto del Año 2013

La XIII edición galardona a 38 productos



infoRETAIL.- Ana Botella, alcaldesa de Madrid, inauguró anoche la gala que sirvió de marco para la entrega de los 38 premios a la innovación con el distintivo de 'El Producto del Año'. Según se afirma desde Sottotempo, la empresa organizadora del evento, "en esta competición han participado innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012, tanto de alimentación, como de cosmética, parafarmacia, pequeños electrodomésticos y productos para el hogar".

Ésta es la relación completa de los 38 premiados en la XIII edición de los premios de El Producto del Año: en la categoría de preparados de pescado el producto premiado ha sido Krissia Gama Pintxos, de Angulas Aguinaga; categoría de té, Susarón Instanté (Ángel Camacho Alimentación); categoría de postres, Naturfruit (Expafruit); categoría de congelados, Pop Nuggets (Grupo Maheso); categoría de conservas, pechugas de pollo en aceite y pechugas de pollo en escabeche de Casa Matachín (Aves Nobles v Derivados).

En la categoría de complementos alimenticios, el producto premiado ha sido Propólis y Jalea Real + Equinácea Vive, de Grupo Viveplus; en la categoría de frutos secos, cacahuetes sal y miel tostados al horno de Matutano (PepsiCo Foods); categoría de quesos para Burgo de Arias cuchara (Mantequerías Arias); categoría de alimentos para bebés para Puleva Peques 3 Crecimiento (Lactalis Puleva); categoría de preparados lácteos para Puleva Max Energía y Crecimiento (Lactalis Puleva); categoría de batidos para Puleva Cacao con cereales y fresa plátano (Lactalis Puleva).

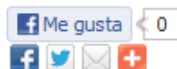
En la categoría de confitería, el producto premiado ha sido Haribo Celebraciones, de Haribo; en la categoría de edulcorantes, Truvia (Azucarera Iberia); en productos para celíacos, Beiker (Dr. Schär); en yogures, Yolado (Danone); en higiene infantil, Bio Baby by Moltex (Valor Brands Europe); en higiene bucal, Sensodyne Repair & Protect (GlaxoSmithKline); en la categoría de cuidado corporal, Dove con manteca de Karité (Unilever); en cuidado capilar, Gama Repara y Protege de Pantene (Procter & Gamble).

En la categoría de coloración profesional, el galardón ha sido para Orofluido Colour Elixir, de Colomer; en la categoría de coloración, el premio es para Color Sensation de Garnier (L'Oréal); en higiene íntima, Evax Cottonlike con perlas activas (Arbora & Ausonia); en incontinencia, Tena Protective Underwear (SCA); en afeitado, SensoTouch 3D (Philips); en depilación, Lumea Precision Plus (Philips); en desodorantes, Rexona Women Ultra Dry (Unilever); en dermocosmética, Sérum Lift (Procter & Gamble).

En la categoría de utensilios de limpieza, el producto premiado ha sido Vileda 1-2-Spray (Vileda Ibérica); en la categoría de pet foods, el premio es Whiskas Simplemente Bueno (Mars España); categoría de packs de experiencias, Smartbox Gama 2013 (Smartbox); categoría de primeros auxilios, DermaActive (Laboratorios Hartmann); categoría de pinturas, Majestic Resist (Jotun Ibérica).

En la categoría de utensilios de limpieza, el producto premiado ha sido Vileda 1-2-Spray (Vileda Ibérica); en la categoría de pet foods, el premio es Whiskas Simplemente Bueno (Mars España); categoría de packs de experiencias, Smartbox Gama 2013 (Smartbox); categoría de primeros auxilios, DermaActive (Laboratorios Hartmann); categoría de pinturas, Majestic Resist (Jotun Ibérica).

En la categoría de apósitos, el producto premiado ha sido Cosmopor Waterproof, de Laboratorios Hartmann; en la categoría de adhesivos, el producto premiado ha sido Loctite Hybrid Glue, de Henkel; categoría de colchones, Trip13 Lo Mónaco (Lo Mónaco Hogar); categoría PAE Cocina, cafetera Espresso Oster Prima Latte (Jarden Consumer Solutions); categoría robots de limpieza, Vileda Virobi (Vileda Ibérica); y finalmente en la categoría de aspiradores, el premio es para UltraOne Mini, de Electrolux.



El Publicista/Reportajes

Daniel Campo

18/12/2012



Elegidos los 38 Productos del Año 2013

Tras un estudio a 10.005 personas y un test de producto a 100 personas por producto candidato

38 productos de diversos sectores fueron galardonados anoche en la 13ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación, organizada por la empresa Sottotempo. La gala, celebrada en la recién inaugurada Casa del Lector de Madrid tras más de 10 años en Barcelona, reunió más de 300 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación. El evento, presentado por Javier Veiga, fue inaugurado por la alcaldesa de Madrid, Ana Botella, quien felicitó a los premiados y destacó que este galardón "es una señal de avance y de optimismo". (En la foto aparece flanqueada por Fabrizio Selva y Blanca Gener, de la organización).

avance y de optimismo". (En la foto aparece flanqueada por Fabrizio Selva y Blanca Gener, de la organización).



Los galardonados han sido designados tras un exhaustivo estudio online realizado en el mes de septiembre por la consultora SymphonyIRI a 85 nuevos productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Bazar, Hogar y Pequeños Electrodomésticos.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 13ª edición en España.

En total se ha encuestado vía on-line a 10.005 individuos representativos de la población española entre 18 y 65 años y además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante. Los 38 productos premiados se identificarán durante todo el año 2013 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación.

Gustan los nuevos productos

Además de valorar los productos elegidos a la opinión del público, el estudio analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el 61% de los encuestados reconoce que le gusta probar productos nuevos, y el 53% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 63% indica que ahora compra más productos según el precio y si fija menos en si son innovadores.

Esto puede deberse a que el 44% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca fabricante.

En cualquier caso el 31% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por otro de marca blanca, si bien el 47% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

Por edades, los más mayores están más dispuestos a pagar más por un nuevo producto, mientras los jóvenes compran ahora más por precio y aunque les gusta probar productos pero prefieren las marcas blancas.

Para los encuestados, de 18 a 65 años, la motivación principal por la que compran un nuevo producto es porque les satisface una nueva necesidad, aunque las promociones también las tienen en cuenta. Las mujeres, los jóvenes y los consumidores de las áreas Sur, Levante y Noroeste son los que presentan mayor intención de compra de las innovaciones.



Los productos galardonados en esta edición son:

CATEGORÍA	PRODUCTO	EMPRESA
Preparados de Pescado	Krissia Gama Pintxos: Donostiarra y Marisco	Angulas Aguinaga
Tés	SUSARÓN Instanté	Ángel Camacho Alimentación
Postres	Naturfruit	Expafruit, S.A.
Congelados	Pop Nuggets (Palomitas de pollo crujientes)	Grupo Maheso
Conservas	Pechugas de Pollo en Aceite y Pechugas de Pollo en Escabeche Casa Matachín	Aves Nobles y Derivados
Complementos Alimenticios	Própolis y Jalea Real + Equinácea Vive ⁺	Grupo Viveplus, S.L.
Frutos Secos	Cacahuets Sal y Miel Tostados al Horno de Matutano	PepsiCo Foods A.I.E
Quesos	Burgo de Arias Cuchara	Mantequerías Arias
Alimentos para Bebés	Puleva Peques 3 Crecimiento	Lactalis Puleva
Preparados Lácteos	Puleva Max Energía y Crecimiento	Lactalis Puleva
Batidos	Batidos Puleva Cacao con Cereales y Fresa Plátano	Lactalis Puleva
Confitería	Haribo Celebraciones	Haribo
Edulcorantes	Truvia	A.B. Azucarera Iberia, S.L.U.
Productos para Celíacos	Beiker	Dr. Schär
Yogures	Yolado de Danone	Danone
Higiene Infantil	Bio Baby by Moltex	Valor Brands Europe, S.L.
Higiene Bucal	Sensodyne Repair & Protect	GlaxoSmithKline, Consumer Healthcare
Cuidado Corporal	Dove Nutrición Sensorial Loción Corporal con Manteca de Karité	Unilever
Cuidado Capilar	Gama Repara y Protege de Pantene	Procter & Gamble
Coloración Profesional	Orofluido Colour Elixir	Colomer Beauty and Professional Products
Higiene Íntima	Nueva Evax Cottonlike con Perlas Activas	Arbora & Ausonia
Incontinencia	TENA Protective Underwear	SCA Hygiene Products
Afeitado	SensoTouch 3D	Philips
Coloración	Color Sensation de Garnier	L'Oréal
Depilación	Lumea Precision Plus	Philips
Desodorantes	Rexona Women Ultra Dry con Tecnología Motionsense TM	Unilever
Dermocosmética	Sérum Reparador Arrugas Profundas SERUM ⁷ LIFT de Boots Laboratories	Procter & Gamble
Utensilios de Limpieza	Vileda 1-2-Spray	Vileda Ibérica, S.A.S.C.
Pet Food	Whiskas [®] Simplemente Bueno	Mars España
Packs de Experiencias	Smartbox gama 2013	Smartbox
Primeros Auxilios	DermaActive	Laboratorios HARTMANN
Pinturas	Majestic Resist	Jotun Ibérica
Apósitos	Cosmopor Waterproof	Laboratorios HARTMANN
Adhesivos	Loctite Hybrid Glue	Henkel Ibérica
Colchones	Tripl3 ² Lo Mónaco	Lo Mónaco Hogar
PAE Cocina	Cafetera Espresso Automática Oster Prima Latte	Jarden Consumer Solutions
Robots de Limpieza	Vileda Virobi	Vileda Ibérica, S.A.S.C.
Aspiradores	UltraOne Mini	Electrolux Small Appliances

El Publicista ofrecerá en su número 276 un amplio informe de los premios.



ondacero.es

Escuchar EN DIRECTO



Madrid en la Onda

Entra o regístrate

Escriba su búsqueda

Buscar

- Programación
- Frecuencias
- Webs locales

- Audios
- Podcast
- Programas completos
- Boletines

- Noticias
- Deportes
- Programas
- Blogs
- Especiales

[an error occurred while processing this directive]

- Herrera en la onda
- Julia en la onda
- La Brújula
- Al primer toque
- Radioestadio
- Te doy mi palabra
- La Parroquia

- Audios
- Emisoras
- Madrid
- Aquí en la Onda
- Emprendedores

EMPRENDEDORES: PREMIOS A LA INNOVACIÓN 2013

Emprendedores: Premios a la innovación 2013

Entrevistamos a Blanca Gener, directora de los Premios a la innovación 2013, para que nos cuente en qué consisten estos premios que acaban de ser entregados.

Error de conexión. Inténtelo más tarde. 00:00 / 00:00

PUBLICIDAD

Supera un curso de 12 h y podrás recuperar hasta 6 puntos de tu saldo.

Publicidad



Cámbiate a Néctar!
 Antes del 31 de Diciembre y te regalamos 2 meses en tu seguro de salud.
www.nectar.es/cambiate



RACE Seguro de Coche -40%
 Consigue un 40% de descuento en el seguro del coche. Infórmate www.race.es



Empty comment box

Compartir en: Facebook

COMENTAR

Buscador

Buscar el audio que contiene:

Search input field

Desde:

Hasta:

From date input field

To date input field

Listado programas

La publicación mensual de los profesionales del mercado de i



Editorial

E

Noticias

« Volver



18 | 12 | 2012

Haribo Celebraciones, Producto del Año 2013

El producto triunfa en la gala de entrega de los premios a la innovación

Haribo Celebraciones triunfó en la gala de los Productos del año 2013, en el que la compañía Haribo obtuvo el distintivo para uno de sus últimos lanzamientos en la categoría de confitería



Para ver todo el contenido debe estar suscrito a la publicación

MADRID

miod Un lugar para la ciencia y la tecnología www.madrinasd.org

Audio de noticia COMPARTIR

Los productos más innovadores de 2013



[VIDEO]

GRAN PREMIO A LA INNOVACIÓN EL 'EL PRODUCTO DEL AÑO'

18-12-2012 - Fotografías: Kike Rincón

Ya conocemos los mejores 38 productos más innovadores del año 2013. Fueron premiados este lunes en la Casa del Lector tras valorar las opiniones de 10.000 consumidores.

Estos son los ganadores del certamen en las distintas categorías:

CONGELADOS: Pop Nuggets, Palomitas de pollo crujientes (Grupo Maheso)

CONSERVAS: Pechugas de Pollo en Aceite y Pechugas de Pollo en Escabeche (Casa Matachin Aves Nobles y Derivados)

COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS: Própolis y Jalea Real + Equinácea Vive++ (Grupo Viveplus)

FRUTOS SECOS: Cacahuets Sal y Miel Tostados al Horno de Matutano (PepsiCo Foods A.I.E)

QUESOS: Burgo de Arias Cuchara (Mantequerías Arias)

ALIMENTOS PARA BEBÉS: Puleva Peques 3 Crecimiento (Lactalis Puleva)

PREPARADOS LÁCTEOS: Puleva Max Energía y Crecimiento (Lactalis Puleva)

BATIDOS: Batidos Puleva Cacao con Cereales y Fresa Plátano (Lactalis Puleva)

CONFITERÍA: Haribo Celebraciones (Haribo)

EDUCOLORANTES: Truvia (A.B. Azucarera Iberia)

PRODUCTOS PARA CELÍACOS: (Beiker Dr. Schär)

YOGURES: Yoldo de Danone (Danone)

HIGIENE INFANTIL: Biobaby by Moltex (Valor Brands Europe)

HIGIENE Bucal: Sensodyne Repair & Protect (GlaxoSmithKline, Consumer Healthcare)

CUIDADO CORPORAL: Dove Nutrición Sensorial Loción Corporal con Mantecca de Karité (Unilever)

CUIDADO CAPILAR: Repara y Protege de Pantene (Procter & Gamble)

COLORACIÓN PROFESIONAL: Orofluido Colour Elixir (Colomer Beauty and Professional Products)

HIGIENE ÍNTIMA: Nueva Evax Cottonlike con Perlas Activas (Árbora & Ausonia)

INCONTINENCIA: TENA Protective Underwear (SCA Hygiene Products)

AFETADO: SensoTouch 3D (Philips)

COLORACIÓN: Color Sensation de Garnier (L'Oréal)

DEPILACIÓN: Lumea Precision Plus (Philips)

DESODORANTES: Rexona Ultra Dry (Unilever)

DERMOCOSMÉTICA: Sérum Reparador Arrugas Profundas SERUM7 LIFT (Boots Laboratories Procter & Gamble)

UTENSILIOS DE LIMPIEZA: Vileda 1•2•Spray (Vileda Ibérica)

PET FOOD: Whiskas® Simplemente Bueno (Mars España)

PACKS DE EXPERIENCIAS: Smartbox gama 2013 (Smartbox)

PRIMEROS AUXILIOS: DermaActive (Laboratorios HARTMANN)

PINTURAS: Majestic Resist (Jotun Ibérica)

APÓSITOS: Cosmopor Waterproof (Laboratorios HARTMANN)

ADHESIVOS: Loctite Hybrid Glue (Henkel Ibérica)

COLCHONES: Tripl32 Lo Mónaco (Grupo Lo Mónaco)

PAE COCINA: Cafetera Espresso Automática Oster Prima Latte (Jarden Consumer Solutions)

ROBOTS DE LIMPIEZA: Vileda Virobi (Vileda Ibérica)

ASPIRADORES: UltraOne Mini (Electrolux Small Appliances)

Fotos



El mercadillo navideño llega a la Plaza Mayor



Madrid, un otoño con arte

OTRAS NOTICIAS DE MADRID

- Este viernes llega uno de los inviernos más cortos
- Los mejores pinchos se sirven en chatos
- Los científicos protestan por los recortes en I+D+i
- Suspenden las elecciones de los abogados de Madrid
- Suspenden a la directora de operaciones de Madridec
- Lissavetzky acusa a Botella de generar 'psicosis'

MDCTV.com, la solución audiovisual m...

¡Hacemos tu vídeo!

CONOCENOS TRATANOS



VCH ♥ ME

SÍGUENOS EN: [f](https://www.facebook.com/vichcatalantequiere) /vichcatalantequiere

¡DESCÚBRELO!



SERVICIOS

Danca meridianos GINSO

- Callejero
- EMT
- Metro
- Cercanías
- Rutómetro
- El tráfico
- Vuelos
- Calend. Laboral
- Farmacias
- Guía telefónica
- Pág. amarillas
- Sorteos
- Turismo
- Cines
- Enlaces

Elegidos los 38 Productos del Año 2013 tras un estudio a 10.005 personas

18-12-2012

Anoche tuvo lugar en la recién inaugurada Casa del Lector de Madrid la **13ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación**. Durante el acto, presentado por el actor Javier Veiga, se dieron a conocer los 38 productos galardonados como Producto del Año 2013. Tras más de 10 años de celebración en



Barcelona, El Producto del Año se ha trasladado en esta ocasión a Madrid para realizar su habitual Ceremonia de Entrega de Premios, que reunió **más de 300 invitados** entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.

El evento fue inaugurado por la alcaldesa de Madrid, **Ana Botella**, quien felicitó a los premiados y destacó que este galardón “es una señal de avance y de optimismo”.

Los galardonados han sido designados tras un exhaustivo estudio realizado en el mes de Septiembre por la **consultora SymphonyIRI** a 85 nuevos productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Bazar, Hogar y Pequeños Electrodomésticos.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 13ª edición en España.

Los representantes de las empresas premiadas destacaron la importancia de que este galardón lo otorguen los propios consumidores. En total se ha encuestado vía on-line a 10.005 individuos representativos de la población española entre 18 y 65 años y además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante.

La innovación en tiempos de crisis

El estudio encargado por la organización del certamen además analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el 61% de los encuestados reconoce que le gusta probar productos nuevos, y el 53% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 63% indica que ahora compra más productos según el precio y si fija menos en si son innovadores.

Esto puede deberse a que el 44% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca de fabricante.

En cualquier caso el 31% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por otro de marca blanca. Aunque el 47% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

Por edades, los jóvenes compran ahora más por precio, les gusta probar productos nuevos pero prefieren las marcas blancas. Lo más mayores son los que están más dispuesto a pagar más por un nuevo producto.

En general, la motivación principal por la que tanto hombres como mujeres compran un nuevo producto es porque les satisface una nueva necesidad, aunque las promociones también las tienen en cuenta.

201

Las mujeres, los jóvenes y los consumidores de las áreas Sur, Levante y Noroeste son los que presentan mayor intención de compra de las innovaciones.

Estos datos revelan la importancia de que las marcas apuesten por productos de innovación diferencial que les ayuden a despertar el interés de los consumidores.

Por tanto, la iniciativa de El Producto del Año estimula y reconoce a estas empresas que apuestan por la innovación, también en tiempos de crisis.

Más información en sobre los productos premiados:

www.granpremioalainnovacion.com

[INICIO](#)[AGRICULTURA](#)[GANADERÍA](#)[PESCA Y ACUICULTURA](#)[INDUSTRIA AGROALIMENTA](#)[Inicio](#) > [Noticias](#) >

Susarón Instanté, elegido Producto del Año 2013

18 de Diciembre de 2012

Redacción

La marca de infusiones bienestar SUSARÓN ha recibido el gran premio a la INNOVACIÓN 2013 por su gama INSTANTÉ, unas bebidas solubles que se pueden preparar en frío y que unen los beneficios del agua, del té y de otras sustancias activas que ayudan a sentirse bien.



A través de la mayor encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada en septiembre de 2012 por SYMPHONY IRI GROUP a través de un panel de consumidores de 10.005 individuos representativos de la población española (www.granpremioalainnovacion.com), se ha elegido a SUSARÓN INSTANTÉ como PRODUCTO DEL AÑO 2013 por ser el producto más innovador en la categoría "Tés".

Los productos de gran consumo (alimentación, cosmética y droguería) galardonados con el GRAN PREMIO A LA INNOVACIÓN 2013, se caracterizan por ser innovadores en sus cualidades intrínsecas, en sus prestaciones o en sus presentaciones.

Según comenta Paul Kortenoever, Director de Marketing de SUSARÓN, "para nosotros, este premio es un auténtico reconocimiento de los consumidores hacia la innovación de nuestra marca Susarón y nos convence que, a pesar de la difícil situación económica, hemos de continuar por este camino de diferenciación".

Explica que SUSARÓN INSTANTÉ son bebidas solubles que se pueden preparar en frío y permiten cuidarse a la vez que se disfrutan. Los 4 sabores (fibra, diet, energía y belleza) ofrecen la combinación perfecta de productos que mejoran el bienestar, sin renunciar a su gran sabor.

SUSARÓN INSTANTÉ une los beneficios del agua, del té y de otras sustancias activas (fibra, inulina, ginseng & guaraná, frutos rojos, rooibos) que ayudan a sentirse bien. El formato, cómodo e innovador, un sobre individual de 3g, además del modo de empleo fácil y rápido (los preparados se disuelven incluso en agua fría) permiten disfrutarlo donde y cuando quieras.

"En definitiva. Se trata de una nueva manera de cuidarse rápida y fácil. ¡Es bienestar para llevar!" concluye Paul Kortenoever.

SUSARÓN es comercializada en España y mercados de exportación por ANGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN, filial del grupo empresarial ANGEL CAMACHO.

LABORATORIOS SANOR

LABORATORIOS SANOR es un moderno laboratorio farmacéutico y verdadero experto en el procesado de tisanas, que cuenta con una experiencia de más de 80 años en el sector de infusiones y plantas medicinales. Desde 1998 pertenece al grupo empresarial ANGEL CAMACHO.

La marca SUSARÓN, insignia comercial de LABORATORIOS SANOR y tradicional marca de tisanas e infusiones (desde 1944) que se posiciona entre las líderes del mercado español de infusiones-bienestar, siempre ha buscado el equilibrio entre ciencia y naturaleza para ofrecer infusiones y tisanas que cuidan el paladar y también la salud.

ÁNGEL CAMACHO

ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN es una compañía familiar con una tradición centenaria (desde 1897) que produce y distribuye una amplia gama de productos alimentarios, entre los que se incluyen aceitunas de mesa, aceites de oliva y encurtidos bajo las marcas FRAGATA y MARIO, mermeladas LA VIEJA FABRICA y STOVIT e infusiones y tisanas SUSARÓN.

ÁNGEL CAMACHO cerró el ejercicio 2011 con unas ventas consolidadas superiores a 160 millones de euros y cuenta con una plantilla de 865 empleados. La actual estrategia corporativa recoge inversiones relevantes en la mejora de sus procesos industriales, así como en la mejora de las instalaciones de procesado y envasado de sus diferentes líneas de producto (aceitunas, mermeladas, infusiones). La inversión de 3 millones de euros en 2012-2013, anunciada a principios de este año, se engloba en la primera fase del plan de inversiones 2012-2013.

Revista digital Hostelería y restauración > CAFETERA PRIMA LATTE, GRAN PREMIO A LA INNOVACIÓN 2013 (18/12/2012)

Recomendar 0

Twitter 0

+1 0

Share

Cafetera Prima Latte, Gran Premio a la Innovación 2013

18 de diciembre de 2012



Por segundo año consecutivo, la multinacional americana **Jarden Consumer Solutions** ha sido galardonada con uno de los premios más importantes en cuanto a innovación y tecnología se refiere: el Producto del Año, Gran Premio a la Innovación 2013. En esta ocasión, el reconocimiento ha recaído en la Cafetera Espresso Automática Prima Latte de Oster, en la categoría de pequeño aparato electrodoméstico de cocina.

La Cafetera Espresso Automática Prima Latte de Oster devuelve al concepto de “cafetera de toda la vida”. De hecho, ofrece la posibilidad de disfrutar, en cualquier momento, de un café recién hecho —preparado en unos minutos—, con el aroma, sabor y cuerpo del café de siempre. Prima Latte tiene un depósito de leche extraíble que puede guardarse cómodamente en la nevera tras su uso. Se trata de “una cafetera práctica y muy cómoda, con un diseño original, que encaja en cualquier entorno”.

En esta décimo tercera edición, en el transcurso de una gala celebrada anoche en La Casa del Lector en Madrid, Enrique Yeste, Director de Marketing de Jarden Consumer Solutions, recogió el premio ante un aforo de más de 300 personas asistentes, con destacados cargos del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.

Enrique Yeste destacó lo que significa para el equipo de JCS España recibir este galardón. En palabras de Enrique, “es un honor que, entre tantos productos de calidad, se haya premiado la innovación que representa nuestra cafetera Prima Latte. Para JCS la innovación es un pilar fundamental, siempre al servicio del cliente”.



Susarón Instanté, elegido Producto del Año 2013

18 de Diciembre de 2012

Redacción

La marca de infusiones bienestar SUSARÓN ha recibido el gran premio a la INNOVACIÓN 2013 por su gama INSTANTÉ, unas bebidas solubles que se pueden preparar en frío y que unen los beneficios del agua, del té y de otras sustancias activas que ayudan a sentirse bien.



A través de la mayor encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada en septiembre de 2012 por SYMPHONY IRI GROUP a través de un panel de consumidores de 10.005 individuos representativos de la población española (www.granpremioalainnovacion.com), se ha elegido a SUSARÓN INSTANTÉ como PRODUCTO DEL AÑO 2013 por ser el producto más innovador en la categoría "Tés".

Los productos de gran consumo (alimentación, cosmética y droguería) galardonados con el GRAN PREMIO A LA INNOVACIÓN 2013, se caracterizan por ser innovadores en sus cualidades intrínsecas, en sus prestaciones o en sus presentaciones.

Según comenta Paul Kortenoever, Director de Marketing de SUSARÓN, "para nosotros, este premio es un auténtico reconocimiento de los consumidores hacia la innovación de nuestra marca Susarón y nos convence que, a pesar de la difícil situación económica, hemos de continuar por este camino de diferenciación".

Explica que SUSARÓN INSTANTÉ son bebidas solubles que se pueden preparar en frío y permiten cuidarse a la vez que se disfrutan. Los 4 sabores (fibra, diet, energía y belleza) ofrecen la combinación perfecta de productos que mejoran el bienestar, sin renunciar a su gran sabor.

SUSARÓN INSTANTÉ une los beneficios del agua, del té y de otras sustancias activas (fibra, inulina, ginseng & guaraná, frutos rojos, rooibos) que ayudan a sentirse bien. El formato, cómodo e innovador, un sobre individual de 3g, además del modo de empleo fácil y rápido (los preparados se disuelven incluso en agua fría) permiten disfrutarlo donde y cuando quieras.

"En definitiva. Se trata de una nueva manera de cuidarse rápida y fácil. ¡Es bienestar para llevar!" concluye Paul Kortenoever.

SUSARÓN es comercializada en España y mercados de exportación por ANGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN, filial del grupo empresarial ANGEL CAMACHO.

LABORATORIOS SANOR

LABORATORIOS SANOR es un moderno laboratorio farmacéutico y verdadero experto en el procesado de tisanas, que cuenta con una experiencia de más de 80 años en el sector de infusiones y plantas medicinales. Desde 1998 pertenece al grupo empresarial ANGEL CAMACHO.

La marca SUSARÓN, insignia comercial de LABORATORIOS SANOR y tradicional marca de tisanas e infusiones (desde 1944) que se posiciona entre las líderes del mercado español de infusiones-bienestar, siempre ha buscado el equilibrio entre ciencia y naturaleza para ofrecer infusiones y tisanas que cuidan el paladar y también la salud.

ÁNGEL CAMACHO

ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN es una compañía familiar con una tradición centenaria (desde 1897) que produce y distribuye una amplia gama de productos alimentarios, entre los que se incluyen aceitunas de mesa, aceites de oliva y encurtidos bajo las marcas FRAGATA y MARIO, mermeladas LA VIEJA FABRICA y STOVIT e infusiones y tisanas SUSARÓN.

ÁNGEL CAMACHO cerró el ejercicio 2011 con unas ventas consolidadas superiores a 160 millones de euros y cuenta con una plantilla de 865 empleados. La actual estrategia corporativa recoge inversiones relevantes en la mejora de sus procesos industriales, así como en la mejora de las instalaciones de procesado y envasado de sus diferentes líneas de producto (aceitunas, mermeladas, infusiones). La inversión de 3 millones de euros en 2012-2013, anunciada a principios de este año, se engloba en la primera fase del plan de inversiones 2012-2013.

18 diciembre 2012 - Anunciantes



Philips y Electrolux, entre los premiados al Producto del Año 2013



Los premios a 'El Producto del Año 2013' se entregaban este lunes en Madrid con una edición en la que se han galardonado un total de **39 productos** englobados en otras tantas categorías representativas de una **cesta de la compra habitual de una familia**. Entre los premiados de este año destacan los del sector electro. Así, **Philips Consumo y Estilo de Vida** lograba sendos reconocimientos en las categorías de afeitado y depilación con su 'SensoTouch

3D' y la 'Philips Lumea Precision Plus'.

En la categoría de aspiración el premio se lo llevaba **Electrolux** con 'UltraOne Mini', uno de los dispositivos más silenciosos del mercado que se ha diseñado para conseguir los mejores resultados de limpieza independientemente de su tamaño.

Por su parte, los productos de **gran consumo, alimentación, cosmética y droguería**, galardonados con el Gran Premio a la Innovación 2013, se caracterizan por "ser innovadores en sus cualidades intrínsecas, en sus prestaciones o en sus presentaciones". Entre ellos se encuentra **Susaron Instanté**, comercializado por el grupo andaluz Ángel Camacho, elegido como 'Producto del Año 2013' por ser el producto más innovador en la categoría de 'Tés'.

Fabricantes

General

18.12.2012

Ganadores de El Producto del Año 2013

La 13ª edición de los premios El Producto del Año se ha celebrado por vez primera en Madrid. El certamen ha reconocido la innovación de los productos lanzados entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012, tras los votos emitidos por 10.000 consumidores. Productos de 38 categorías han sido premiados en este evento, que reunió a más de 300 profesionales del gran consumo.



Ya se conocen los premiados de [El Producto del Año 2013](#). La entrega de los galardones, que contó con la presencia de Ana Botella, alcaldesa de

Madrid, se ha celebrado en La Casa del Lector de Madrid, con la asistencia de más de **300 profesionales** del sector del gran consumo.

A la decimotercera edición de este certamen se han presentado **85 productos** para 38 categorías de los segmentos de alimentación, droguería, cosmética, parafarmacia, pequeños electrodomésticos y productos para el hogar, todos ellos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012.

Estos son los ganadores de este año, elegidos mediante el voto directo de **10.000 consumidores**, en las distintas categorías:

Coloración: **Color Sensation de Garnier**, de L'Oréal

Preparados de Pescado: **Krissia Gama Pintxos Donostiarra y Marisco**, de Angulas Aguinaga

Congelados: **Pop Nuggets**, de Grupo Maheso

Adhesivos: **Loctite Hybrid Glue**, de Henkel Ibérica

Alimentos para Bebés: **Puleva Peques 3 Crecimiento**, de Lactalis Puleva

Preparados Lácteos: **Puleva Max Energía y Crecimiento**, de Lactalis Puleva

Batidos: **Batidos Puleva Cacao con Cereales y Fresa Plátano**, de Lactalis Puleva

Tés: **Susarón Instanté**, de Ángel Camacho Alimentación

Packs de Experiencias: **Smartbox gama 2013**, de Smartbox

Coloración Profesional: **Orofluido Colour Elixir**, de Colomer Beauty and Professional Products

Cuidado Corporal: **Dove Nutrición Sensorial Loción Corporal con Manteca de Karité**, de Unilever

Higiene Íntima: **Evax Cottonlike con Perlas Activas**, de Arbora & Ausonia

Frutos Secos: **Cacahuets Sal y Miel Tostados al Horno Matutano**, de PepsiCo Foods

Desodorantes: **Rexona Women Ultra Dry con tecnología Motionsense**, de Unilever

Higiene Infantil: **Bio Baby by Moltex**, de Valor Brands Europe

Complementos Alimenticios: **Própolis y Jalea Real + Equinácea Vive Plus**, de Grupo Viveplus

Pequeños Electrodomésticos de Cocina: Cafetera Espresso Automática **Oster Prima Latte**, de Jarden Consumer Solutions

Edulcorantes: **Truvia**, de AB Azucarera Iberia

Postres: **Naturfruit**, de Expafruit

18 de diciembre de 2012

Afeitado: **Sensotouch 3D**, de Philips

Depilación: **Lumea Precision Plus**, de Philips

Quesos: **Burgo de Arias Cuchara**, de Mantequerías Arias

Colchones: **Triple 2 Lo Mónaco**, de Lo Mónaco Hogar

Primeros Auxilios, con **DermaActive**, de Laboratorios Hartmann

Apósitos: **Cosmopor Waterproof**, de Laboratorios Hartmann

Yogures: **Yolado**, de Danone

Utensilios de Limpieza: **Vileda 1-2-Spray**, de Vileda Ibérica

Robots de Limpieza: **Vileda Virobi**, de Vileda Ibérica

Higiene Bucal: **Sensodyne Repair & Protect**, de GlaxoSmithKline

Confitería: **Haribo Celebraciones**, de Haribo

Incontinencia: **Tena Protective Underwear**, de SCA Hygiene Products

Conservas: **Pechugas de Pollo en Aceite y en Escabeche Casa Matachín**, de Aves Nobles y Derivados

Pinturas: **Majestic Resist**, de Jotun Ibérica

Pet Food: **Whiskas Simplemente Bueno**, de Mars España

Productos para Celíacos: **Beiker**, de Dr. Schär

Aspiradores: **UltraOne Mini**, de Electrolux Small Appliances

Cuidado Capilar: Gama **Repara y Protege de Pantene**, de Procter & Gamble

Dermocosmética: **Serum 7 Lift de Boots Laboratories**, de Procter & Gamble



Cada uno de estos productos podrá **utilizar** en toda su comunicación durante un año el logotipo que lo acredita como Producto del Año 2013. Según un estudio de la consultora **TNS**, tras 13 años del certamen El Producto del Año en España, el **64,2%** de los responsables de compra en el hogar conoce este logo y el **72%** lo considera un sello de garantía de calidad.

Noticia relacionada:

[Hoy se entregan los premios El Producto del Año 2013](#)

✉ enviar

🖨 imprimir

f 1

t 2

in 0

g+ 0

🌐 0

📡

Más información sobre:

[Premios El Producto del Año](#) [TNS](#)

Comentarios

LO ÚLTIMO » 15:00 Publicidad Mercedes-Benz convierte uno de sus coches en un ines

18 diciembre 2012 · Anunciantes



Elegidos los 39 Productos del Año 2013 tras un estudio a 10.005 personas



Este lunes tuvo lugar en la recién inaugurada Casa del Lector de Madrid la 13ª **Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación**. Durante el acto, presentado por el actor y humorista Javier Veiga, se dieron a conocer los **39 productos galardonados como Producto del Año 2013**.

Tras más de 10 años de celebración en Barcelona, El Producto del Año se ha trasladado en esta ocasión a Madrid para realizar su

habitual Ceremonia de Entrega de Premios, que reunió más de 300 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing

Los galardonados han sido designados tras un exhaustivo estudio realizado en el mes de Septiembre por la consultora SymphonyIRI a 85 nuevos productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Bazar, Hogar y Pequeños Electrodomésticos.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 13ª edición en España.

Los representantes de las empresas premiadas destacaron la importancia de que este galardón lo otorguen los propios consumidores. En total se ha encuestado vía on-line a 10.005 individuos representativos de la población española entre 18 y 65 años y además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante.

Los 39 productos premiados se identificarán durante todo el año 2013 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación.

La innovación en tiempos de crisis

El estudio encargado por la organización del certamen además analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el 61% de los encuestados reconoce que le gusta probar productos nuevos, y el 53% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 63% indica que ahora compra más productos según el precio y si fija menos en sí son innovadores.

Esto puede deberse a que el 44% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca de fabricante.

En cualquier caso el 31% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por otro de marca blanca. Aunque el 47% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

Por edades, los jóvenes compran ahora más por precio, les gusta probar productos nuevos pero prefieren las marcas blancas. Lo más mayores son los que están más dispuesto a pagar más por un nuevo producto.

En general, la motivación principal por la que tanto hombres como mujeres compran un nuevo producto es porque les satisface una nueva necesidad, aunque las promociones también las tienen en cuenta.

Las mujeres, los jóvenes y los consumidores de las áreas Sur, Levante y Noroeste son los que presentan mayor intención de compra de las innovaciones.

Estos datos revelan la importancia de que las marcas apuesten por productos de innovación diferencial que les ayuden a despertar el interés de los consumidores.

Por tanto, la iniciativa de El Producto del Año estimula y reconoce a estas empresas que apuestan por la innovación, también en tiempos de crisis.

Más información, [aquí](#).



Dulces Noticias ⁵⁰⁰⁰ dulcesnoticias.com



La publicación mensual de los profesionales del mercado de i



Editorial

Noticias

[« Volver](#)



18 | 12 | 2012

Haribo Celebraciones, Producto del Año 2013

El producto triunfa en la gala de entrega de los premios a la innovación

Haribo Celebraciones triunfó en la gala de los Productos del año 2013, en el que la compañía Haribo obtuvo el distintivo para uno de sus últimos lanzamientos en la categoría de confitería



Para ver todo el contenido debe estar suscrito a la publicación

Tweet 0

Compartir 0

► Electrodomésticos 18 de Diciembre de 2012

Philips, Oster y Electrolux, elegidos productos del año

El PAE gana cuatro de las categorías a concurso

Nerea Núñez

Ayer se entregaron en Madrid los premios 'El Producto del Año 2013', que en esta edición han galardonado a un total de 39 productos englobados en otras tantas categorías representativas de una cesta de la compra habitual de una familia. Entre los premiados de este año recogemos los protagonistas del sector electro, y más concretamente de PAE. Así, [Philips Consumo y Estilo de Vida](#) logra sendos reconocimientos en las categorías de afeitado y depilación. En el primer caso se trata de 'SensoTouch 3D', ahora con la incorporación del nuevo modelo 'RQ1275' con accesorio recortador de barba, con 5 posiciones. El sistema 'GyroFlex 3D' se adapta a cada contorno de la cara y los cabezales 'UltraTrack' acaban con todo el pelo en pocas pasadas. Sigue los contornos únicos del rostro, tiene tecnología 'Acción Súper Levanta y Corta'; sellado 'Aquatec' para un afeitado seco



R Acceso últimos reportajes sectoriales sobre: [Electrodomésticos](#)

confortable y un afeitado húmedo refrescante; sistema 'SkinGlide' suave sin fricción para minimizar la irritación; agarre fácil y ergonómico para un mejor control; y accesorio recortador preciso y suave con la piel. Ya en depilación, la pionera en el mercado de luz pulsada adiciona la tercera generación con 'Philips Lumea Precision Plus', una máquina con mejoras frente a sus predecesoras como una ventana más grande, que necesita menos tiempo entre disparos, y el accesorio para la cara. 'Lumea' aplica sutiles pulsaciones de luz sobre la raíz del vello, por lo que se inhibe su crecimiento desapareciendo de forma natural.

También ha resultado galardonada [Oster Electrodomésticos](#), que distribuye parte del catálogo de Jarden Consumer Solutions (JCS), división del grupo norteamericano Jarden Corporation, en España y Portugal, con la cafetera 'Prima Latte'. Este modelo tiene un depósito de leche extraíble que puede guardarse cómodamente en la nevera tras su uso. Se trata de una cafetera equipada con filtro de café POD para café molido, un ciclo de colado automático para la espuma de leche, un depósito de agua y una bandeja de goteo extraíbles. Está dotada de una bomba de potencia de 15 bares y 1.500 W. de potencia, y se presenta en los colores gris, blanco, rojo y marrón.

Y en la categoría de aspiración el premio recae en [Electrolux](#) con 'UltraOne Mini', uno de los dispositivos más silenciosos del mercado con tan sólo 72 dB(A). Se ha diseñado para conseguir los mejores resultados de limpieza independientemente de su tamaño. El cepillo 'AeroPro' garantiza un excelente rendimiento de limpieza en todo tipo de superficies, permite la regulación de potencia con control remoto, incluye filtro 'HEPA H13' lavable que retiene hasta un 99,95% de micro partículas de polvo y alérgenos. Su empuñadura ergonómica que favorece una sujeción con una postura natural de espalda y muñeca, proporciona una movilidad total en su manejo. Y cuenta con una función 'Auto' capaz de adaptarse automáticamente a cada tipo de suelo sin agacharse. El cable tiene 8 metros de longitud de cable y un radio de acción de 11 m. Otras prestaciones son el indicador luminoso de llenado de bolsa y de limpieza de filtro.

El Publicista/Reportajes

Daniel Campo

18/12/2012



Elegidos los 38 Productos del Año 2013

Tras un estudio a 10.005 personas y un test de producto a 100 personas por producto candidato

38 productos de diversos sectores fueron galardonados anoche en la 13ª Entrega de Galardones del Gran Premio a la Innovación, organizada por la empresa Sottotempo. La gala, celebrada en la recién inaugurada Casa del Lector de Madrid tras más de 10 años en Barcelona, reunió más de 300 invitados entre los que se encontraban los máximos representantes de las empresas premiadas, destacadas personalidades del mundo empresarial, del marketing y la comunicación. El evento, presentado por Javier Veiga, fue inaugurado por la alcaldesa de Madrid, Ana Botella, quien felicitó a los premiados y destacó que este galardón "es una señal de avance y de optimismo". (En la foto aparece flanqueada por Fabrizio Selva y Blanca Gener, de la organización).



Los galardonados han sido designados tras un exhaustivo estudio online realizado en el mes de septiembre por la consultora SymphonyIRI a 85 nuevos productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 en los sectores de Alimentación, Higiene-Cosmética, Bazar, Hogar y Pequeños Electrodomésticos.

El Producto del Año es el único certamen a nivel nacional en el que los consumidores eligen los productos más innovadores del año en gran consumo. El certamen nació en Francia en el año 1987 y actualmente se celebra en más de 30 países en todo el mundo. Ésta es la 13ª edición en España.

En total se ha encuestado vía on-line a 10.005 individuos representativos de la población española entre 18 y 65 años y además se ha realizado una prueba de producto a 100 personas por participante. Los 38 productos premiados se identificarán durante todo el año 2013 con el logotipo Elegido Producto del Año en su comunicación.

Gustan los nuevos productos

Además de valorar los productos elegidos a la opinión del público, el estudio analiza algunos aspectos relevantes sobre la percepción de los nuevos productos en el mercado. En este sentido, el 61% de los encuestados reconoce que le gusta probar productos nuevos, y el 53% está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae. Si bien es cierto que el 63% indica que ahora compra más productos según el precio y si fija menos en si son innovadores.

Esto puede deberse a que el 44% considera que los productos nuevos difieren poco de los ya existentes y el 47% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca de fabricante.

En cualquier caso el 31% de los encuestados se muestra dispuesto a pagar más por un producto de marca de fabricante que por otro de marca blanca, si bien el 47% reconoce que prefiere productos de marca blanca porque son más baratos.

Por edades, los más mayores están más dispuestos a pagar más por un nuevo producto, mientras los jóvenes compran ahora más por precio y aunque les gusta probar productos pero prefieren las marcas blancas.

Para los encuestados, de 18 a 65 años, la motivación principal por la que compran un nuevo producto es porque les satisface una nueva necesidad, aunque las promociones también las tienen en cuenta. Las mujeres, los jóvenes y los consumidores de las áreas Sur, Levante y Noroeste son los que presentan mayor intención de compra de las innovaciones.



Los productos galardonados en esta edición son:

CATEGORÍA	PRODUCTO	EMPRESA
Preparados de Pescado	Krissia Gama Pintvos: Donostiarra y Marisco	Angulas Aguinaga
Tés	SUSARÓN Instanté	Ángel Camacho Alimentación
Postres	Naturfruit	Expafruit, S.A.
Congelados	Pop Nuggets (Palomitas de pollo crujientes)	Grupo Maheso
Conservas	Pechugas de Pollo en Aceite y Pechugas de Pollo en Escabeche Casa Matachin	Aves Nobles y Derivados
Complementos Alimenticios	Própolis y Jalea Real + Equinácea Vive*	Grupo Viveplus, S.L.
Frutos Secos	Cacahuets Sal y Miel Tostados al Horno de Matutano	PepsiCo Foods A.I.E
Quesos	Burgo de Arias Cuchara	Mantequerías Arias
Alimentos para Bebés	Puleva Peques 3 Crecimiento	Lactalis Puleva
Preparados Lácteos	Puleva Max Energía y Crecimiento	Lactalis Puleva
Batidos	Batidos Puleva Cacao con Cereales y Fresa Piátano	Lactalis Puleva
Confitería	Haribo Celebraciones	Haribo
Edulcorantes	Truvia	A.B. Azucarera Iberia, S.L.U.
Productos para Celíacos	Beiker	Dr. Schär
Yogures	Yolado de Danone	Danone
Higiene Infantil	Bio Baby by Moltex	Valor Brands Europe, S.L.
Higiene Bucal	Sensodyne Repair & Protect	GlaxoSmithKline, Consumer Healthcare
Cuidado Corporal	Dove Nutrición Sensorial Loción Corporal con Manteca de Karité	Unilever
Cuidado Capilar	Gama Repara y Protege de Pantene	Procter & Gamble
Coloración Profesional	Orofluido Colour Elixir	Colomer Beauty and Professional Products
Higiene Íntima	Nueva Evax Cottonlike con Perlas Activas	Arbora & Ausonia
Incontinencia	TENA Protective Underwear	SCA Hygiene Products
Afeitado	SensoTouch 3D	Philips
Coloración	Color Sensation de Garnier	L'Oréal
Depilación	Lumea Precision Plus	Philips
Desodorantes	Rexona Women Ultra Dry con Tecnología Motionsense TM	Unilever
Dermocosmética	Sérum Reparador Arrugas Profundas SERUM ⁷ LIFT de Boots Laboratories	Procter & Gamble
Utensilios de Limpieza	Vileda 1-2-Spray	Vileda Ibérica, S.A.S.C.
Pet Food	Whiskas [®] Simplemente Bueno	Mars España
Packs de Experiencias	Smartbox gama 2013	Smartbox
Primeros Auxilios	DermaActive	Laboratorios HARTMANN
Pinturas	Majestic Resist	Jotun Ibérica
Apósitos	Cosmopor Waterproof	Laboratorios HARTMANN
Adhesivos	Loctite Hybrid Glue	Henkel Ibérica
Colchones	Tripli ³ Lo Mónaco	Lo Mónaco Hogar
PAE Cocina	Cafetera Espresso Automática Oster Prima Latte	Jarden Consumer Solutions
Robots de Limpieza	Vileda Virobi	Vileda Ibérica, S.A.S.C.
Aspiradores	UltraOne Mini	Electrolux Small Appliances

El Publicista ofrecerá en su número 276 un amplio informe de los premios.

Fabricantes

General

17.12.2012

Te contamos en directo en Twitter todas las novedades de la ceremonia de entrega

Hoy se entregan los Premios El Producto del Año 2013

El aforo de La Casa del Lector, en Madrid, está completo. A partir de las 19:30 se conocerán las empresas y los productos que merecen el apelativo El Producto del Año 2013. Mar Calderón (@CalderonGctv), la directora de GranConsumo.tv te lo cuenta en directo desde su cuenta de twitter. ¡No te lo pierdas!

Un público de 300 participantes abarrotará la Casa del Lector, el lugar elegido en Madrid para albergar la XXIII ceremonia de entrega de los Galardones del Gran Premio a la Innovación.

Finalmente, son **38** los productos elegidos de entre 85 nuevos productos lanzados al mercado entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012 en los sectores de **Alimentación, Higiene-Cosmética, Bazar, Hogar y Pequeños Electrodomésticos**, tras un test de concepto a más de diez mil consumidores y un test de estudio a cien personas.

Y te contamos en **tiempo real**, a través de las cuentas de Twitter @calderonGctv, lo más destacado del evento. Todos los tuits te los reproducimos aquí, también en tiempo real:

(21:09) En la entrega de los premios **#elproductodelaño** en La Casa del Lector de Madrid. La sala, a rebosar <http://lockerz.com/s/269728797>

(21:11) El actor Javier Veiga, presentador de la gala de entrega de premios **#elproductodelaño** <http://lockerz.com/s/269729045>

(21:16) En esta 13a edición del premio **#elproductodelaño** han participado innovaciones lanzadas del 1 de mayo de 2011 al 30 de septiembre de 2012

(21:19) Ana Botella, alcaldesa de Madrid, inaugura la entrega de premios **#elproductodelaño** <http://lockerz.com/s/269730385>

(21:20) Ana Botella asegura que los premios **#elproductodelaño** "fomentan la innovación y la recuperación económica"

(21:31) Os adelanto los premiados del **#ProductodelAño2013** <http://lockerz.com/s/269732012> <http://lockerz.com/s/269732021>

(21:32) Color Sensation, de **#Garnier**, **#ProductodelAño2013** en la categoría de Coloración <http://lockerz.com/s/269732178>

(21:33) Krissia Gama Pintxos, **#ProductodelAño2013** en Preparados de Pescado <http://lockerz.com/s/269732370>

(21:36) Pop Nuggets de **#Maheso**, **#ProductodelAño2013** en **#Congelados** <http://lockerz.com/s/269732764>

(21:37) **#Loctite** Hybrid Glue, de **#Henkel**, **#ProductodelAño2013** en la categoría de Adhesivos <http://lockerz.com/s/269732926>

(21:40) **#Puleva** consigue tres premios **#ProductodelAño2013** por: Peques 3 Crecimiento, Puleva Max y batido cacao cereales ... <http://tmi.me/CUSf7>

(21:41) Susarón Instanté, de Ángel Camacho Alimentación, **#ProductodelAño2013** en la categoría de Tés <http://lockerz.com/s/269733479>

(21:42) Smart Box gama 2013, **#ProductodelAño2013** en la categoría de packs de experiencias <http://lockerz.com/s/269733595>

(21:44) **#Evax** CottonLike con perlas activas, **#ProductodelAño2013** en Higiene íntima femenina <http://lockerz.com/s/269733941>

(21:45) **Cacahuetes Sal y Miel de #Matutano** (PepsiCo), **#ProductodelAño2013** en **#Frutossecos**

ACTUALIDAD



Whiskas Simplemente Bueno, elegido “Producto del año 2013”

Última actualización 02/01/2013@12:48:01 GMT+1



Mars España, a través de su marca de alimentación para gatos Whiskas, ha sido distinguida con el galardón de “Producto del año” en el Gran Premio a la Innovación 2013. Las bolsitas Whiskas Simplemente Bueno han sido seleccionadas como producto más innovador en la categoría de alimentos para mascotas por los más de 10.000 consumidores que formaban parte del jurado en España. Éste es el único certamen donde los consumidores eligen mediante su voto directo, convirtiéndose así en el reconocimiento del consumidor al esfuerzo que realizan las marcas y sus productos en materia de innovación. En el caso de las bolsitas Whiskas, la cualidad mejor valorada ha sido la practicidad del envase junto con su innovadora y cuidada receta.



¿Te ha parecido interesante esta noticia? Si (0) No(0)

◀ ◀ 9/18 ▶ ▶

SUSARÓN Instanté, elegido PRODUCTO DEL AÑO 2013

diciembre 17, 2012 [Actualidad](#) [HECHOS](#)

A través de la mayor encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada en septiembre de 2012 por SYMPHONY IRI GROUP a través de un panel de consumidores de 10.005 individuos representativos de la población española (www.granpremioalainnovacion.com), se ha elegido a SUSARÓN INSTANTÉ como PRODUCTO DEL AÑO 2013 por ser el producto más innovador en la categoría "Tés".

Los productos de gran consumo (alimentación, cosmética y droguería) galardonados con el GRAN PREMIO A LA INNOVACIÓN 2013, se caracterizan por ser innovadores en sus cualidades intrínsecas, en sus prestaciones o en sus presentaciones.

Según comenta Paul Kortenoever, Director de Marketing de SUSARÓN, *"para nosotros, este premio es un auténtico reconocimiento de los consumidores hacia la innovación de nuestra marca Susarón y nos convence que, a pesar de la difícil situación económica, hemos de continuar por este camino de diferenciación"*.



Explica que SUSARÓN INSTANTÉ son bebidas solubles que se pueden preparar en frío y permiten cuidarse a la vez que se disfrutan. Los 4 sabores (fibra, diet, energía y belleza) ofrecen la combinación perfecta de productos que mejoran el bienestar, sin renunciar a su gran sabor.

SUSARÓN INSTANTÉ une los beneficios del agua, del té y de otras sustancias activas (fibra, inulina, ginseng & guaraná, frutos rojos, rooibos) que ayudan a sentirse bien. El formato, cómodo e innovador, un sobre individual de 3g, además del modo de empleo fácil y rápido (los preparados se disuelven incluso en agua fría) permiten disfrutarlo donde y cuando quieras.



"En definitiva. Se trata de una nueva manera de cuidarse rápida y fácil. ¡Es bienestar para llevar!" concluye Paul Kortenoever.

SUSARÓN es comercializada en España y mercados de exportación por ANGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN, filial del grupo empresarial ANGEL CAMACHO.

LABORATORIOS SANOR

LABORATORIOS SANOR es un moderno laboratorio farmacéutico y verdadero experto en el procesado de tisanas, que cuenta con una experiencia de más de 80 años en el sector de infusiones y plantas medicinales. Desde 1998 pertenece al grupo empresarial ANGEL CAMACHO.

La marca SUSARÓN, insignia comercial de LABORATORIOS SANOR y tradicional marca de tisanas e infusiones (desde 1944) que se posiciona entre las líderes del mercado español de infusiones-bienestar, siempre ha buscado el equilibrio entre ciencia y naturaleza para ofrecer infusiones y tisanas que cuidan el paladar y también la salud.

ÁNGEL CAMACHO

ÁNGEL CAMACHO ALIMENTACIÓN es una compañía familiar con una tradición centenaria (desde 1897) que produce y distribuye una amplia gama de productos alimentarios, entre los que se incluyen aceitunas de mesa, aceites de oliva y encurtidos bajo las marcas FRAGATA y MARIO, mermeladas LA VIEJA FABRICA v STOVIT e infusiones v tisanas SUSARÓN.

Sevilla

[f](#) [Twitter](#) [+](#) [Fotos](#) [Vídeos](#) [Blogs](#)

El té Susaron Instanté, de Ángel Camacho, 'Producto del año 2013', según la encuesta de Symphony Iri Group

La encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada por Symphony Iri Group, a través de un panel de consumidores de 10.005 individuos representativos de la población española, ha elegido a Susaron Instanté, comercializado por el grupo andaluz Ángel Camacho, como 'Producto del Año 2013' por ser el producto más innovador en la categoría de 'Tés'.

17 de diciembre de 2012

Esta página ha sido vista 13 veces. [Entra](#) para que tus amigos sepan que la has leído.

[Recomendar](#) 0 [Twitter](#) 0 [+1](#) 0 [Compartir](#)

SEVILLA, 17 (EUROPA PRESS)

La encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada por Symphony Iri Group, a través de un panel de consumidores de 10.005 individuos representativos de la población española, ha elegido a Susaron Instanté, comercializado por el grupo andaluz Ángel Camacho, como 'Producto del Año 2013' por ser el producto más innovador en la categoría de 'Tés'.

En una nota, se apunta que los productos de gran consumo --alimentación, cosmética y droguería-- galardonados con el Gran Premio a la Innovación 2013, se caracterizan por "ser innovadores en sus cualidades intrínsecas, en sus prestaciones o en sus presentaciones".

Gente **QUE!** [f](#) Connect [Twitter](#) ? ANÓNIMO

Añadir comentario

Escriba su comentario aquí mismo.

La actualización en tiempo real está **habilitada**. [\(PAUSAR\)](#)

Ordenar por los más recientes primero

PUBLICIDAD

Con cada recarga, consigue descuentos directos, 2x1 y regalos exclusivos.

Según comenta el director de Marketing de Susaron, Paul Kortenoever, quien recogerá el premio durante la ceremonia de entrega de galardones 'El Producto del Año 2013', que se celebrará esta noche en el Auditorio de la Casa del Lector en Madrid, "para nosotros, este premio es un auténtico reconocimiento de los consumidores hacia la innovación de nuestra marca Susarón y nos convence que, pese a la difícil situación económica, hemos de continuar por este camino de diferenciación".

Explica que Susarón Instanté son bebidas solubles que se pueden preparar en frío y permiten cuidarse a la vez que se disfrutan. Los cuatro sabores --fibra, diet, energía y belleza-- ofrecen la combinación perfecta de productos que mejoran el bienestar, sin renunciar a su gran sabor.

Susaron Instanté une los beneficios del agua, del té y de otras sustancias activas --fibra, insulina, ginseng & guaraná, frutos rojos, rooibos-- "que ayudan a sentirse bien". El formato, un sachet individual de tres gramos, además del modo de empleo fácil y rápido "permiten disfrutarlo donde y cuando quieras".

Susarón es comercializada en España y mercados de exportación por Angel Camacho Alimentación, filial del grupo empresarial Angel Camacho.

Laboratorios Sanor es un laboratorio farmacéutico y experto en el procesado de tisanas, que cuenta con una experiencia de más de 80 años en el sector de infusiones y plantas medicinales. Desde 1998 pertenece al grupo empresarial Angel Camacho.

La marca Susarón, insignia comercial de Laboratorios Sanor y marca de tisanas e infusiones (desde 1944) que se posiciona entre las líderes del mercado Español de infusiones-bienestar, busca el equilibrio entre ciencia y naturaleza para ofrecer infusiones y tisanas que cuidan el paladar y también la salud.

ECONOMÍA (GENERAL)

El té Susaron Instanté, de Ángel Camacho, 'Producto del año 2013', según la encuesta de Symphony Iri Group

lainformacion.com

lunes, 17/12/12 - 17:25

comentar [0]

La encuesta sobre innovación en gran consumo en **España**, realizada por Symphony Iri Group, a través de un panel de consumidores de 10.005 individuos representativos de la población española, ha elegido a Susaron Instanté, comercializado por el grupo andaluz Ángel Camacho, como 'Producto del Año 2013' por ser el producto más innovador en la categoría de 'Tés'.



Temas Comunidad de Madrid | Economía (general) | España | Investigación médica | Premios | Sevilla

1 0

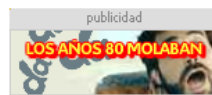
Twitter +1

0 0

Recomendar

SEVILLA, 17 (EUROPA PRESS)

La encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada por Symphony Iri Group, a través de un panel de consumidores de 10.005 individuos representativos de la población española, ha elegido a Susaron Instanté, comercializado por el grupo andaluz Ángel Camacho, como 'Producto del Año 2013' por ser el producto más innovador en la categoría de 'Tés'.



En una nota, se apunta que los productos de gran consumo -- alimentación, cosmética y droguería-- galardonados con el Gran Premio a la Innovación 2013, se caracterizan por "ser innovadores en sus cualidades intrínsecas, en sus prestaciones o en sus presentaciones".

Según comenta el director de Marketing de Susaron, Paul Kortenoever, quien recogerá el premio durante la ceremonia de entrega de galardones 'El Producto del Año 2013', que se celebrará esta noche en el Auditorio de la Casa del Lector en **Madrid**, "para nosotros, este premio es un auténtico reconocimiento de los consumidores hacia la innovación de nuestra marca Susarón y nos convence que, pese a la difícil situación económica, hemos de continuar por este camino de diferenciación".

Explica que Susarón Instanté son bebidas solubles que se pueden preparar en frío y permiten cuidarse a la vez que se disfrutan. Los cuatro sabores --fibra, diet, energía y belleza-- ofrecen la combinación perfecta de productos que mejoran el bienestar, sin renunciar a su gran sabor.

Susaron Instanté une los beneficios del agua, del té y de otras sustancias activas --fibra, insulina, ginseng & guaraná, frutos rojos, rooibos-- "que ayudan a sentirse bien". El formato, un sachet individual de tres gramos, además del modo de empleo fácil y rápido "permiten disfrutarlo donde y cuando quieras".

Susarón es comercializada en España y mercados de exportación por Angel Camacho Alimentación, filial del grupo empresarial Angel Camacho.

Laboratorios Sanor es un laboratorio farmacéutico y experto en el procesado de tisanas, que cuenta con una experiencia de más de 80 años en el sector de infusiones y plantas medicinales. Desde 1998 pertenece al grupo empresarial Angel Camacho.

La marca Susarón, insignia comercial de Laboratorios Sanor y marca de tisanas e infusiones (desde 1944) que se posiciona entre las líderes del mercado Español de infusiones-bienestar, busca el equilibrio entre ciencia y naturaleza para ofrecer infusiones y tisanas que cuidan el paladar y también la **salud**.

(EuropaPress)

El té Susaron Instanté, de Ángel Camacho, 'Producto del año 2013', según la encuesta de Symphony Iri Group

La encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada por Symphony Iri Group, a través de un panel de consumidores de 10.005 individuos representativos de la población española, ha elegido a Susaron Instanté, comercializado por el grupo andaluz Ángel Camacho, como 'Producto del Año 2013' por ser el producto más innovador en la categoría de 'Tés'.



17/12/2012 - 17:25

SEVILLA, 17 (EUROPA PRESS)

La encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada por Symphony Iri Group, a través de un panel de consumidores de 10.005 individuos representativos de la población española, ha elegido a Susaron Instanté, comercializado por el grupo andaluz Ángel Camacho, como 'Producto del Año 2013' por ser el producto más innovador en la categoría de 'Tés'.

En una nota, se apunta que los productos de gran consumo --alimentación, cosmética y droguería-- galardonados con el Gran Premio a la Innovación 2013, se caracterizan por "ser innovadores en sus cualidades intrínsecas, en sus prestaciones o en sus presentaciones".

Según comenta el director de Marketing de Susaron, Paul Kortenoever, quien recogerá el premio durante la ceremonia de entrega de galardones 'El Producto del Año 2013', que se celebrará esta noche en el Auditorio de la Casa del Lector en Madrid, "para nosotros, este premio es un auténtico reconocimiento de los consumidores hacia la innovación de nuestra marca Susarón y nos convence que, pese a la difícil situación económica, hemos de continuar por este camino de diferenciación".

Explica que Susarón Instanté son bebidas solubles que se pueden preparar en frío y permiten cuidarse a la vez que se disfrutan. Los cuatro sabores --fibra, diet, energía y belleza-- ofrecen la combinación perfecta de productos que mejoran el bienestar, sin renunciar a su gran sabor.

Susaron Instanté une los beneficios del agua, del té y de otras sustancias activas --fibra, insulina, ginseng & guaraná, frutos rojos, rooibos-- "que ayudan a sentirse bien". El formato, un sachet individual de tres gramos, además del modo de empleo fácil y rápido "permiten disfrutarlo donde y cuando quieras".

Susarón es comercializada en España y mercados de exportación por Angel Camacho Alimentación, filial del grupo empresarial Angel Camacho.

Laboratorios Sanor es un laboratorio farmacéutico y experto en el procesado de tisanas, que cuenta con una experiencia de más de 80 años en el sector de infusiones y plantas medicinales. Desde 1998 pertenece al grupo empresarial Angel Camacho.

La marca Susarón, insignia comercial de Laboratorios Sanor y marca de tisanas e infusiones (desde 1944) que se posiciona entre las líderes del mercado Español de infusiones-bienestar, busca el equilibrio entre ciencia y naturaleza para ofrecer infusiones y tisanas que cuidan el paladar y también la salud.

El té Susaron Instanté, de Ángel Camacho, 'Producto del año 2013', según la encuesta de Symphony Iri Group

La encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada por Symphony Iri Group, a través de un panel de consumidores de 10.005 individuos representativos de la población española, ha elegido a Susaron Instanté, comercializado por el grupo andaluz Ángel Camacho, como 'Producto del Año 2013' por ser el producto más innovador en la categoría de 'Tés'.

ECO **Poca actividad social**
¿Qué es esto?

Seguir a @20m Twittear +1 Me gusta

EUROPA PRESS. 17.12.2012

La encuesta sobre innovación en gran consumo en España, realizada por Symphony Iri Group, a través de un panel de consumidores de 10.005 individuos representativos de la población española, ha elegido a Susaron Instanté, comercializado por el grupo andaluz Ángel Camacho, como 'Producto del Año 2013' por ser el producto más innovador en la categoría de 'Tés'.

En una nota, se apunta que los productos de gran consumo —alimentación, cosmética y droguería— galardonados con el Gran Premio a la Innovación 2013, se caracterizan por "ser innovadores en sus cualidades intrínsecas, en sus prestaciones o en sus presentaciones".

Según comenta el director de Marketing de Susaron, Paul Kortenoever, quien recogerá el premio durante la ceremonia de entrega de galardones 'El Producto del Año 2013', que se celebrará esta noche en el Auditorio de la Casa del Lector en Madrid, "para nosotros, este premio es un auténtico reconocimiento de los consumidores hacia la innovación de nuestra marca Susarón y nos convence que, pese a la difícil situación económica, hemos de continuar por este camino de diferenciación".

Explica que Susarón Instanté son bebidas solubles que se pueden preparar en frío y permiten cuidarse a la vez que se disfrutan. Los cuatro sabores —fibra, diet, energía y belleza— ofrecen la combinación perfecta de productos que mejoran el bienestar, sin renunciar a su gran sabor.


Susaron Instanté une los beneficios del agua, del té y de otras sustancias activas —fibra, insulina, ginseng & guaraná, frutos rojos, rooibos— "que ayudan a sentirse bien". El formato, un sachet individual de tres gramos, además del modo de empleo fácil y rápido "permiten disfrutarlo donde y cuando quieras".

Susarón es comercializada en España y mercados de exportación por Angel Camacho Alimentación, filial del grupo empresarial Angel Camacho.

Laboratorios Sanor es un laboratorio farmacéutico y experto en el procesado de tisanas, que cuenta con una experiencia de más de 80 años en el sector de infusiones y plantas medicinales. Desde 1998 pertenece al grupo empresarial Angel Camacho.

La marca Susarón, insignia comercial de Laboratorios Sanor y marca de tisanas e infusiones (desde 1944) que se posiciona entre las líderes del mercado Español de infusiones-bienestar, busca el equilibrio entre ciencia y naturaleza para ofrecer infusiones y tisanas que cuidan el paladar y también la salud.

David Riu, Director Académico de EAE Business School, Presidente del Comité Deontológico de los Premios “Los Productos del Año 2013”

 Publicado el : viernes, 21 de septiembre , 2012



David Riu, Director Académico de EAE Business School, presidirá el Comité Deontológico en la elección de los Premios “Los Productos del Año 2013”, órgano encargado de velar por la transparencia, imparcialidad y cumplimiento del reglamento del certamen. En dicho comité, también participan los siguientes vocales: Josep Ramón Meseguer, director del departamento de marketing de ESIC Barcelona; Mike Rosenberg, profesor asistente de Strategic Management, del IESE, y Chal Jiménez, profesor de grado y master de ESIC y profesor en PIMEC y Euroaula-UDG.

Este año el certamen cuenta con la participación de 63 empresas diferentes cuyos productos han sido lanzados al mercado español entre el 1 de mayo de 2011 y el 30 de septiembre de 2012.

En concreto son 85 nuevos productos: 33 de alimentación, 29 de higiene y cosmética y 23 de droguería. Además, este año se suman al certamen nuevas categorías como los productos para celíacos, utensilios de limpieza y de primeros auxilios.

Todos estos productos están siendo ya valorados por 10.000 españoles mayores de 15 años a través de un test de concepto y un test de producto realizado por Symphony IRI Group.

Durante el próximo mes de diciembre se darán a conocer las candidaturas premiadas en cada una de las categorías, que serán galardonadas como Producto del Año 2013 y podrán utilizar el logotipo que les acreditará como tal durante todo 2013 en cualquier acción de comunicación que lleven a cabo.

Esta noticia no acepta comentarios.