

# Gran Premio a la Innovación

*The Brand of Innovative Brands*

Dossier de prensa



# 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 más de 10.000 consumidores**, los productos más innovadores del año. Se trata del mayor estudio a consumidores sobre innovación que se realiza cada 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, farmacia, establecimientos especializados y/o grandes superficies.

En esta vigésimo primera edición han participado **innovaciones lanzadas al mercado entre el 1 de enero de 2019 y el 31 de octubre de 2020**, tanto de alimentación, como de higiene y cosmética, salud, droguería, parafarmacia, electrodomésticos, hogar y bazar.

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.

# Gran Premio a la Innovación

## 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, al ser un reconocimiento 100% independiente.

**España, de la mano de Fabrizio Selva, fue el primer país fuera de Francia que acogió el certamen, hace ya veintidós años. El certamen está presente actualmente en más de 40 países en todo el mundo.**

En total la opinión de más de 4.5 billones de consumidores en todo el mundo queda representada en la elección de Los Productos del Año a nivel internacional.

En la historia del certamen en España han participado empresas de reconocido prestigio nacional y multinacionales como Danone, Unilever, L'Oréal, BDF Nivea, Nestlé, Kellogg's, Mantequerías Arias, Wilkinson, 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, Bientury, Industrias Rodríguez, Kaiku, Mars España, Argal, Damm, KH Lloreda, Coty Astor, Rana Hispania, Maheso, Affinity Petcare, Europastry, Alimentación Varma, Taurus, Findus, Nutrexpá, Schweppes, Lab.Byly, Vileda, Bonduelle, Bimbo, Font Vella, 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, Comercial Gallo, Storck Ibérica, Lactalis, Lab.Phergal, Arbora Ausonia, Granini, Dhul, Lo Monaco, Dulcesol, Titanlux, Uriach, Whirlpool...,entre muchos otros.

# La mayor encuesta sobre innovación en consumo

## Los consumidores eligen

“El Producto del Año” es el único certamen donde los **consumidores eligen anualmente las mejores innovaciones del mercado** y otorgan el galardón y distintivo “Elegido Producto del Año”. Todo el proceso se realiza de forma rigurosa e imparcial. Cada año se lleva a cabo una **encuesta online mediante la cual se obtiene la opinión de más de 10.000 personas representativas de la población española** entre 18 y 65 años pertenecientes al panel de consumidores de Netquest a lo que se suman los resultados de los **test de producto** a 100 personas por candidato realizado por Kuvut.

Durante la encuesta online, los consumidores responden a 2 cuestiones: en qué medida consideran **innovador** ese producto **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, valoración global del producto, intención de compra posterior a la prueba y áreas de mejora del producto...

Cada categoría cuenta con un número mínimo garantizado de productos participantes. 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.

# El Comité Deontológico

Previamente a la votación de los consumidores, los productos candidatos de cada edición deben pasar el filtro del Comité del certamen.

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 vigésimosegunda edición está formado por:

- **D. Borja Martín – Presidente**  
(Profesor de Customer Intelligence & Consumer Insights en Esade. Business Unit Director en Kale)
- **D. David Riu – Vocal**  
(Director del Departamento de Empresa y Tecnología y del Innova Institute en La Salle Campus Barcelona)
- **D. Ramón Montanera – Vocal**  
(Profesor de Market Research en UB, UOC y ESIC. Market Intelligence Director en Elogia)
- **D. Andrés Núñez – Vocal**  
(Consultor de Retail & CPG y director del Programa Superior de Retail Marketing de ESIC Barcelona)



De izquierda a derecha y de arriba a abajo: David Riu, Ramón Montanera, Borja Martín y Andrés Núñez,

# Ganadores de la 22ª edición

Los 44 candidatos que finalmente resultaron “Elegidos Productos del Año 2022” tras la votación de 10.014 consumidores son:

CATEGORÍA	PRODUCTO	EMPRESA
Bebidas Lácteas Refrigeradas	Nestea Fusion Tea Latte	Lactalis Nestlé
Cápsulas de Café	Gama de Bebidas Veganas de NESCAFÉ Dolce Gusto	Nestlé S.A.
Licores	Ruavieja Crema de Arroz	Pernod Ricard España
Aceitunas	Aceitunas Artes de Jolca Explosión Vermut de Jerez	Jolca, S.A.
Destilados	Beefeater Light 20º y Ballantine’s Light 20º	Pernod Ricard España
Vermouths	Martini Sin Alcohol Floreale y Vibrante	Bacardi España
Conservas de Tomate	Orlando Tomate Frito Creaciones	THE KRAFT HEINZ COMPANY
Salsas	HEINZ ZERO	THE KRAFT HEINZ COMPANY
Alternativas Vegetales al Yogur	ALPRO ABSOLUTELY COCO	DANONE ESPAÑA
Leches Infantiles	Blemil 2 Optimum ProTech	Laboratorios Ordesa
Platos Preparados	La Pasta del Mar	Nueva Pescanova
Quesos	Roncari Blue Desmigado de Oveja	TGT
Higiene Bucal	Gama Jordan Green Clean	Orkla Care España
Afeitado	King C. Gillette	Procter & Gamble
Óptica	SHAMIR METAFORM™	SHAMIR OPTICAL ESPAÑA
Desinfectantes	Limpiadores desinfectantes Lysol	Reckitt
Bayetas y Estropajos	Scotch-Brite™ Vitrocerámica	3M España
Celulosas Multiusos	Dalia - Maxirollo multiusos Eco	LC Paper
Papel Higiénico	Colhogar Pure Natural	Essity
Útiles de Limpieza	Clean Twist Disc Mop Ergo	Leifheit España
Limpiadores del Hogar	Flopp Limpiadores del Hogar	Careli 2007, S.L.U.
Cuidado de la Piel	Bepanthol® Derma	Bayer Hispania, S.L
Cuidado Personal	Oasis Thermal Care Vichy Catalan	Vichy Catalan Corporation
Protector Solar	Newell Spray Solar SPF50 con citronela orgánica	Laboratorios Montplet

Multivitamínicos	Pharmaton Complex	Sanofi Consumer Healthcare (Opella Healthcare Spain, S.L.U.)
Complementos Alimenticios Energía y Bienestar	Aquilea Crono-Energía	Uriach
Alivio del Picor	Halibut Calma Hidrogel	Uriach
Hornos	Horno Aeroperfect y cocción asistida por vapor	Beko España
Inducción	Serie MasterSense, Modelo DirectSense IZF 99700	Teka Group
Lavavajillas	Serie PremiumCare, modelo DFS 76850	Teka Group
Purificación de Aire	Purificador de aire MC55W	Daikin AC Spain
PAE Depilación	Braun Silk-Expert Pro 5	Procter & Gamble
Frigoríficos	FRIGORIFICO Full Fresh y VitaminZone	Grundig España
Secadoras	Secadoras Bomba de Calor con Sistema AutoCleaning	Whirlpool Electrodomésticos
Sistemas de Cocinado	Sistema de Cocina Premium M30s	AMC ESPAÑA
Cafeteras	CAFETERA SUPERAUTOMÁTICA MAGNIFICA EVO	De'Longhi
Ropa de Cama	Juego de sábanas Dalfilo	Dalfilo
Colchones	Colchón Emma Diamond	Emma – The Sleep Company
Almohadas	Almohada Mlily Fresh Gel	Maxcolchon
Camas	Cama Tapizada Emma	Emma – The Sleep Company
Colchones Infantiles	PIKUP	Pikolin SL
Pinturas	Econatura Pintura Ecológica	MONTÓ Pinturas
Servicios de Seguridad	RedKey - Tu Guardallaves	RedKey - Tu Guardallaves
Servicios Automovilísticos	Garantía Total Bridgestone	Bridgestone

# Ceremonia de Entrega de Premios

Los ganadores recibirán su premio en el transcurso de la gala “Gran Premio a la Innovación” que tendrá lugar el 2 de Diciembre en el Hard Rock Café de Barcelona.

A este evento asistirán unas 250 personas representantes de las empresas premiadas, participantes y destacados cargos del mundo empresarial, del marketing y la comunicación.

## Un logotipo conocido y reconocido

Tras 21 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 estudio realizado por TNS\* en octubre de 2015 según el cual el 60.2% de la población conoce el logo de El Producto del Año. Este dato alcanza el 66.5% entre las mujeres y además las perspectivas de futuro son muy buenas dado que los datos de notoriedad entre los individuos de 18 a 24 años es de un 79.3%.

El estudio señala además que el 65.4% de los encuestados considera el logotipo un sello de garantía de calidad, para el 63.4% le otorga confianza a la hora de adquirir el producto en el mercado y finalmente, para el 61.6% ayuda a identificar la innovación.

El 84% de los consumidores compraría antes un producto con el logo “Producto del Año” que con otros identificadores como “nuevo” o “innovación”.

# La innovación en España

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 58.5% de los encuestados reconoce que le gusta probar nuevos productos, un dato que alcanza el 63.6% en el caso de las mujeres y el 66% en los individuos entre 25 y 34 años. El 49% de los consumidores está dispuesto a pagar más por un producto nuevo si éste le atrae.** Si bien es cierto que el 42.2% cree que la calidad de los productos de marca blanca es similar a los productos de marca fabricante.

**La recomendación (38.8%) es el tercer motivo para comprar un nuevo producto** detrás de que satisfaga una nueva necesidad (44.7%) haberlo visto anunciado (42.2%).

Además estamos frente una sociedad cada vez más concienciada sobre el consumo. En este sentido el **35.3% prefiere comprar productos de empresas pequeñas** en lugar de los de multinacionales. El **51.9% se fija en el origen del producto** a la hora de comprar y el **23.5% declara comprar habitualmente productos cruelty free.**

\* Encuesta online realizada por TNS a 10.058 individuos representativos de la población española en Octubre 2015.

\*\*Encuesta online realizada por Netquest a 10.014 individuos representativos de la población española en Octubre de 2021.

## Atención a los medios de comunicación:

Ana Banquer

Directora Comercial y de Comunicación

[ana@sottotempo.com](mailto:ana@sottotempo.com)

Tel: 93 205 85 80

Móvil: 652 68 58 67

[www.granpremioalainnovacion.com](http://www.granpremioalainnovacion.com)