



Perspectivas Gran Consumo 2026

El punto de encuentro anual para los directivos del sector para reflexionar y contrastar las estrategias ante los desafíos del 2026 en el momento clave de cierre de planes anuales.

-

19 de
noviembre

Online

Online

-

De 10:00h a 14:30h

¿Por qué asistir?

Con esta sesión queremos brindar al sector la oportunidad de reflexionar sobre los desafíos que vienen, y dibujar entre todos el escenario más probable que nos ayude a concretar nuestros planes para, de nuevo, un incierto 2026. Todo ello, a través de diferentes visiones: Entorno Mercado, Consumidor, Tendencias y Empresas.

Para poder llegar al mayor número de profesionales y ayudarles en un momento crucial como este, proponemos dos opciones de asistencia:

- Una sesión de contraste en formato presencial con plazas limitadas para favorecer el debate a alto nivel.
- Apertura online para facilitar la asistencia a todas las empresas que lo deseen, y con tarifa empresa para facilitar la asistencia de varios departamentos dentro de la misma organización, lo que permitirá maximizar este contraste tan relevante en el momento actual.

Objetivos de la jornada

- Obtener la visión del mercado y la proyección prestigiosos expertos en cuanto al impacto económico, el comportamiento del shopper y su proyección en el mercado de Gran Consumo.
- Tomar el pulso de cómo las empresas del sector del Gran Consumo están viviendo la situación actual, el impacto del efecto Downtrading, los trasvases del consumidor y su visión particular de cara al próximo año.
- Reflexionar sobre el escenario más probable para 2026 y cómo reforzar nuestros planes para el año próximo.

Dirigido a

- Directores generales, comerciales, directores de marketing y directores Trade Marketing de empresas fabricantes sector gran consumo y sus equipos.
- Directores comerciales, directores de compras y directores de marketing/ventas de empresas de la distribución sector gran consumo y sus equipos.

Programa

9.30h Café de bienvenida y acreditaciones

10.00h Inicio de la Jornada

- **Visión Mercado | Perspectivas Gran Consumo 2026**

¿Cómo ha vivido el sector de Gran Consumo este 2025 y qué nos depara 2026? Tras un 2025 marcado por la presión en márgenes y rentabilidad, el desafío de recuperar volumen y la necesidad de mantener la competitividad frente al avance de la marca de distribución, se abre ahora la ventana a un 2026 en el que la inflación y el alza de costes podrían seguir condicionando el mercado. En este escenario, la innovación y la eficiencia se presentan como palancas necesarias para sostener tanto el valor como la cuota de mercado.

Luis Simoes - Managing Director Spain & Portugal - NIQ

- **Visión Consumidor | Incertidumbre y nuevas oportunidades en la cesta de la compra**

En un entorno de transformación constante, donde surgen nuevas necesidades y momentos de consumo, la incertidumbre en el comportamiento de compra se sitúa ya entre los **top 3 desafíos que declaran las empresas de Gran Consumo para afrontar el nuevo año**. Comprender cómo reacciona el shopper es clave para diseñar estrategias efectivas. Para responder a estas cuestiones, contaremos con las conclusiones del último Barómetro de AECOC Shopperview, realizado en octubre de 2025.

Marta Munné - Responsable de Estudios Shopperview - AECOC

- **Visión Empresas | Sondeo AECOC - Claves para afrontar 2026**

Equilibrar volumen y margen, optimizar promociones, diversificar mediante la innovación y proteger el valor de las marcas serán las prioridades estratégicas en un entorno todavía incierto. ¿Cómo están afrontando las empresas del sector la situación actual? ¿Qué desafíos plantea 2026, especialmente en la preparación de presupuestos? Compartiremos los resultados y visiones del Sondeo AECOC Perspectivas Gran Consumo 2026, que recoge la voz de casi un centenar de directivos.

Rosario Pedrosa - Gerente Área de Estrategia Comercial y Marketing - AECOC

- **Visión de Expertos | Puntos de contraste con el panel de expertos del sector**

Panel pendiente de confirmar

- **Smart Profit Growth: colaboración para impulsar crecimiento rentable**

En un entorno de presión sobre márgenes y negociaciones cada vez más exigentes, Simon-Kucher mostrará cómo transformar los cambios del consumidor y del contexto macroeconómico en oportunidades de crecimiento rentable. A través de casos reales, se explorará cómo la innovación, el marketing y el pricing pueden generar valor sostenible, y cómo la colaboración entre fabricantes y distribuidores permite capturar valor compartido, apoyándose en la amplia experiencia internacional de Simon-Kucher en estrategia comercial y pricing. Una sesión para inspirar, desafiar y equipar a las empresas con herramientas para crecer de forma rentable.

Oroel Praena - Socio de Consumo - SIMON-KUCHER IBERIA

Javier Rubio - Socio de Consumo - SIMON-KUCHER IBERIA

14.30 Cóctel networking

15:30 Fin de la Jornada

Product Manager AECOC



**Rosario Pedrosa
González**
Gerente área
Estrategia Comercial
Y Marketing

Precios

- **No socio 330€**
IVA general (21%) / asistente
- **Socio 275€**
IVA general (21%) / asistente