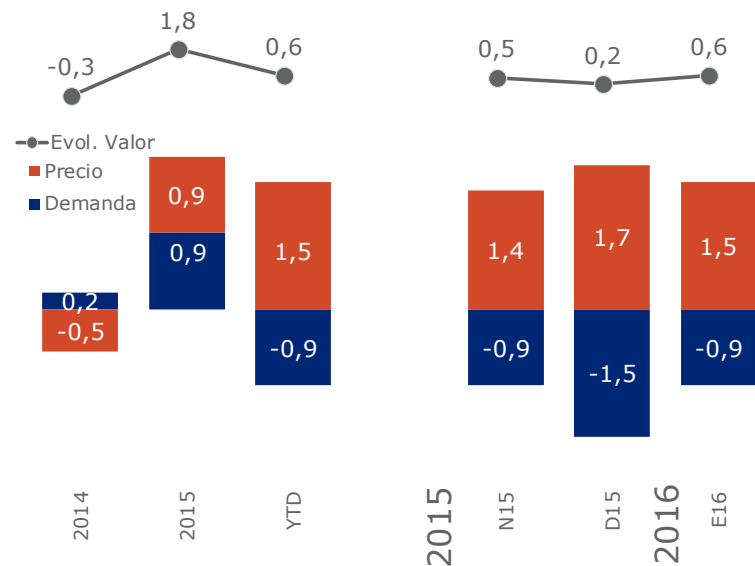


# InfoScanCensus™ Top Line

Enero 2016

# En enero se sigue manteniendo la tendencia al alza de los precios y consumo negativo

## EVOLUCIÓN VENTAS VALOR CPG



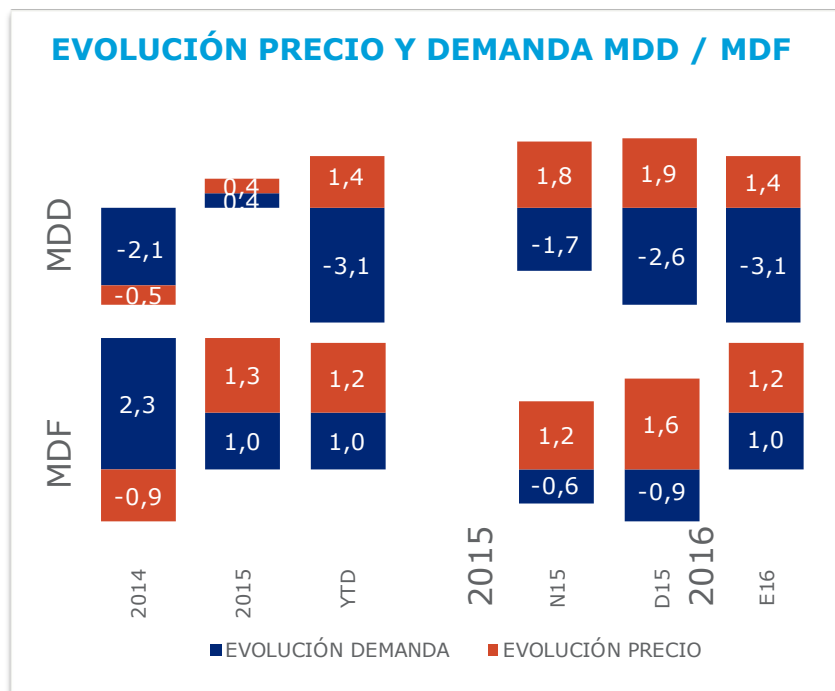
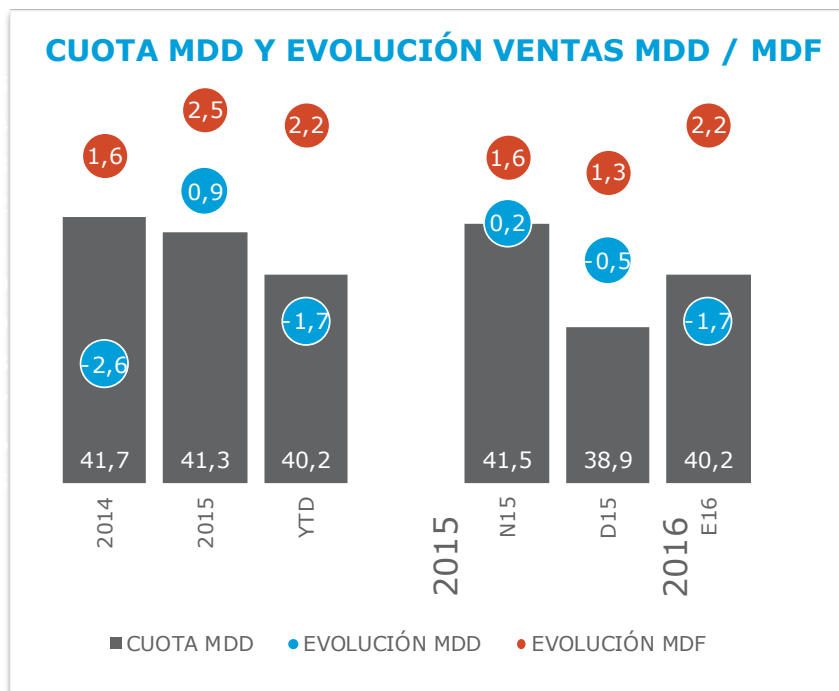
## HIGHLIGHTS

- El mes de enero, que incluye las semanas de fin de año y reyes, se han saldado con un incremento de las ventas del 0,6%, aunque la demanda sigue reduciéndose.
- Desde septiembre de 2015 se ha apreciado una caída de la demanda entre el 1 y el 1,5%.
- En el acumulado del año la demanda se mantiene positiva, con un incremento del 0,9%.
- La cuota de MDD se sitúa en el 40,2% de las ventas en valor. Sus ventas se reducen cerca del 2%, originado por una caída del consumo del 3,1%.
- En enero se recupera la demanda de MDF, que aumenta un 1%.
- El supermercado grande concentró más de la mitad de las ventas de gran consumo.

- La cuota de la marca de distribuidor se ha reducido un punto respecto a enero de 2015.

Fuente: IRI. InfoScanCensus. Datos hasta 24 de enero de 2016. Hipermercados+Supermercados

# Las marcas de fabricante crecen en enero un 2,2%, sus precios se mantienen al alza y se recupera la demanda



- El incremento de los precios es similar tanto en MDD como en MDF, pero para las primeras, el consumo se reduce un 3%, en parte motivado por las compras navideñas y un comprador más marquista.

Fuente: IRI. InfoScanCensus. Datos hasta 24 de enero de 2016. Hipermercados+Supermercados

# Las ventas de productos de droguería y perfumería crecen un 2,4%

## EVOLUCIÓN VENTAS EN VALOR

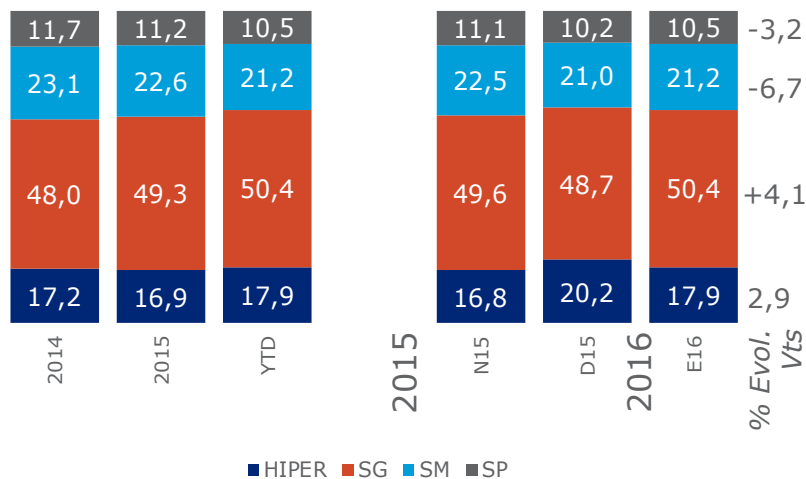
España (Total H+S)	Enero 2015				Acumulado			
	Part s/ Info Scan	%Var. Vtas. Val.	%Var. PVP	%Var. Consumo	Part s/ Info Scan	%Var. Vtas. Val.	%Var. PVP	%Var. Consumo
<b>TOTAL INFOSCAN</b>	<b>100</b>	<b>0,6</b>	<b>1,4</b>	<b>-0,8</b>	<b>100</b>	<b>0,6</b>	<b>1,4</b>	<b>-0,8</b>
<b>Alimentación y Bebidas</b>	<b>54,6</b>	<b>0,5</b>	<b>2,1</b>	<b>-1,5</b>	<b>54,6</b>	<b>0,5</b>	<b>2,1</b>	<b>-1,5</b>
Bebidas	15,5	1,7	1,2	0,4	15,5	1,7	1,2	0,4
Alimentación Seca	27,0	1,9	3,5	-1,6	27,0	1,9	3,5	-1,6
Conservas	6,3	-1,6	1,7	-3,2	6,3	-1,6	1,7	-3,2
Leches y Batidos	5,8	-6,2	-1,6	-4,6	5,8	-6,2	-1,6	-4,6
<b>Productos Frescos</b>	<b>26,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,7</b>	<b>-1,0</b>	<b>26,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,7</b>	<b>-1,0</b>
Derivados Lácteos	6,2	-2,5	0,6	-3,1	6,2	-2,5	0,6	-3,1
Charcutería	7,0	-1,7	0,3	-2,0	7,0	-1,7	0,3	-2,0
Quesos Libre Servicio	4,5	-0,4	-0,5	0,1	4,5	-0,4	-0,5	0,1
Platos Cocinados y Precocinados	2,9	4,3	2,3	1,9	2,9	4,3	2,3	1,9
Congelados	4,8	2,4	1,7	0,6	4,8	2,4	1,7	0,6
Huevos	1,2	-0,5	1,2	-1,7	1,2	-0,5	1,2	-1,7
<b>Droguería y Perfumería</b>	<b>17,1</b>	<b>2,4</b>	<b>0,5</b>	<b>2,0</b>	<b>17,1</b>	<b>2,4</b>	<b>0,5</b>	<b>2,0</b>
Droguería y Limpieza	8,7	2,1	0,5	1,5	8,7	2,1	0,5	1,5
Perfumería e Higiene	8,4	2,9	0,4	2,5	8,4	2,9	0,4	2,5
<b>Bebé</b>	<b>1,6</b>	<b>-1,2</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>1,6</b>	<b>-1,2</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,2</b>
Alimentos Infantiles	0,7	-0,3	0,2	-0,5	0,7	-0,3	0,2	-0,5
Pañales Desechables	0,9	-3,0	-2,1	-0,9	0,9	-3,0	-2,1	-0,9

- Este crecimiento se da principalmente por un incremento de la demanda del 2%, mientras los precios se encarecen por debajo de la media de gran consumo.

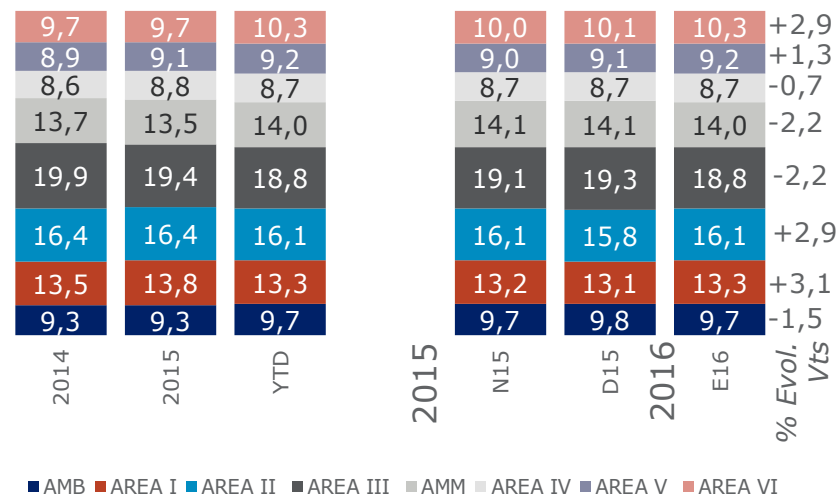
Fuente: IRI. InfoScanCensus. Datos hasta 24 de enero de 2016. Hipermercados+Supermercados

# El hipermercado inicia el año con un incremento de las ventas del 3%

## CONCENTRACIÓN Y EVOLUCIÓN DE CANALES



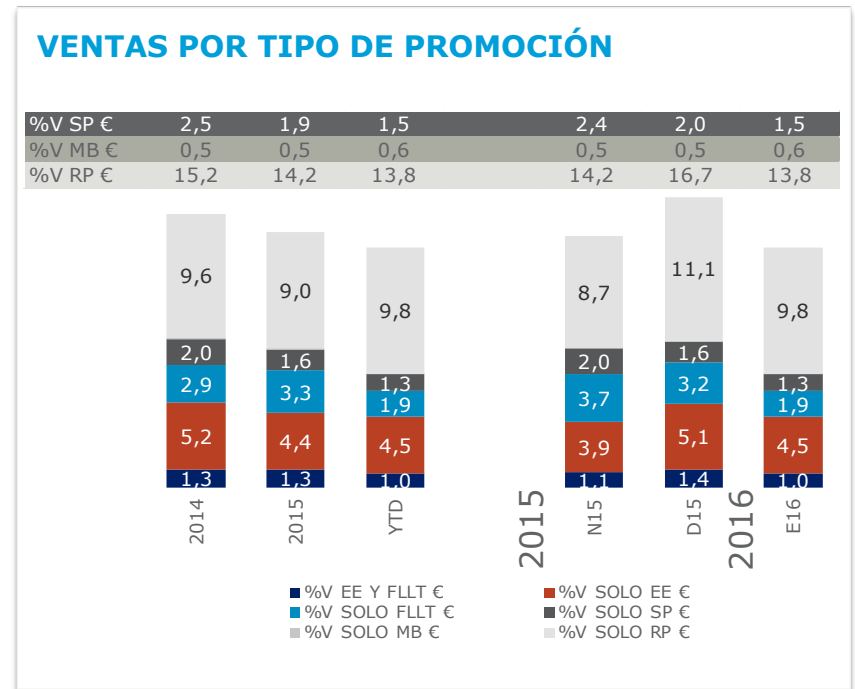
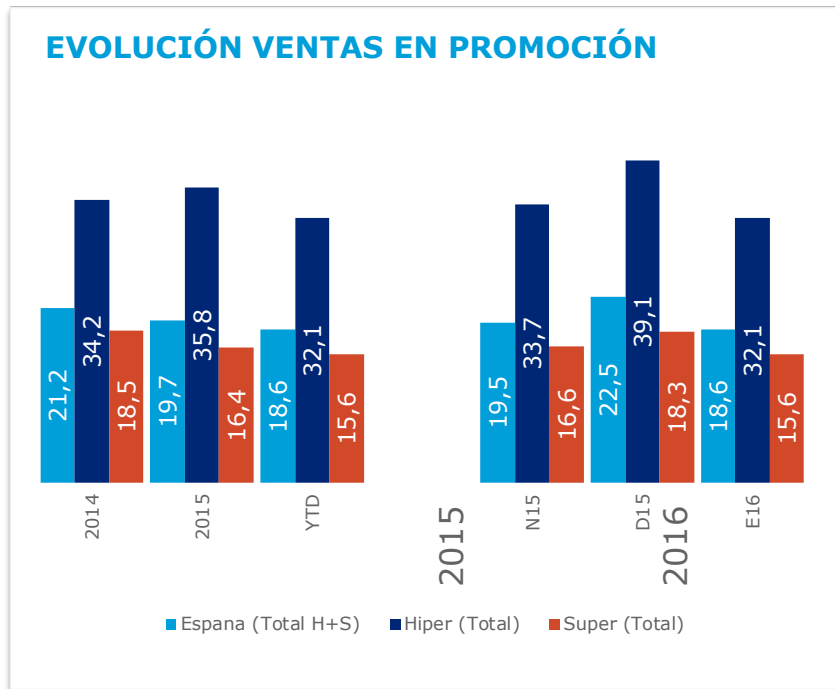
## CONCENTRACIÓN Y EVOLUCIÓN DE AREAS



- El supermercado grande concentra este mes más de la mitad de las ventas.
- Las ventas del supermercado pequeño y mediano siguen registrando pérdidas.

Fuente: IRI. InfoScanCensus. Datos hasta 24 de enero de 2016. Hipermercados+Supermercados

# El mes de enero las ventas en promoción concentran el 18,6% de las ventas en valor, medio punto menos que enero de 2015



- Las ventas en promoción registran una caída del 3% respecto al año pasado. El hipermercado sigue apostando por las promociones, que se incrementan un 3%, mientras el supermercado registra una caída del 5%.

Fuente: IRI. InfoScanCensus. Datos hasta 24 de enero de 2016. Hipermercados+Supermercados

# Más información

## MÁS INFORMACIÓN

---

**Maribel Suárez**

[Maribel.Suarez@IRIworldwide.com](mailto:Maribel.Suarez@IRIworldwide.com)

+34 93 342 97 20



## SOBRE IRI

---

IRI is a leading provider of big data, predictive analytics and forward-looking insights that help CPG, OTC health care, retailers and media companies to grow. With the largest repository of purchase, media, social, causal and loyalty data, all integrated on an on-demand cloud-based technology platform, IRI guides over 5,000 clients globally in their quests to remain relentlessly relevant, capture market share, connect with consumers and deliver growth.

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

Fuente: IRI. InfoScanCensus. Datos hasta 24 de enero de 2016. Hipermercados+Supermercados