

ANUARIO 2009

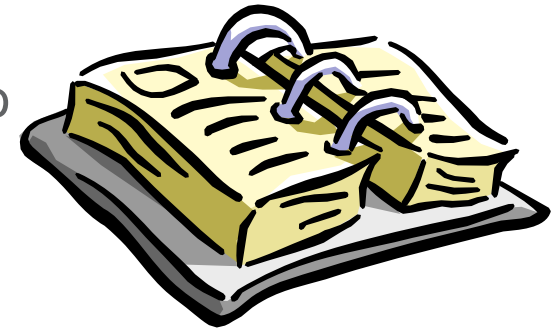
La Guía de los Mercados

José Ramón Díaz
Retailer Services Manager
18 de Febrero de 2009



Agenda

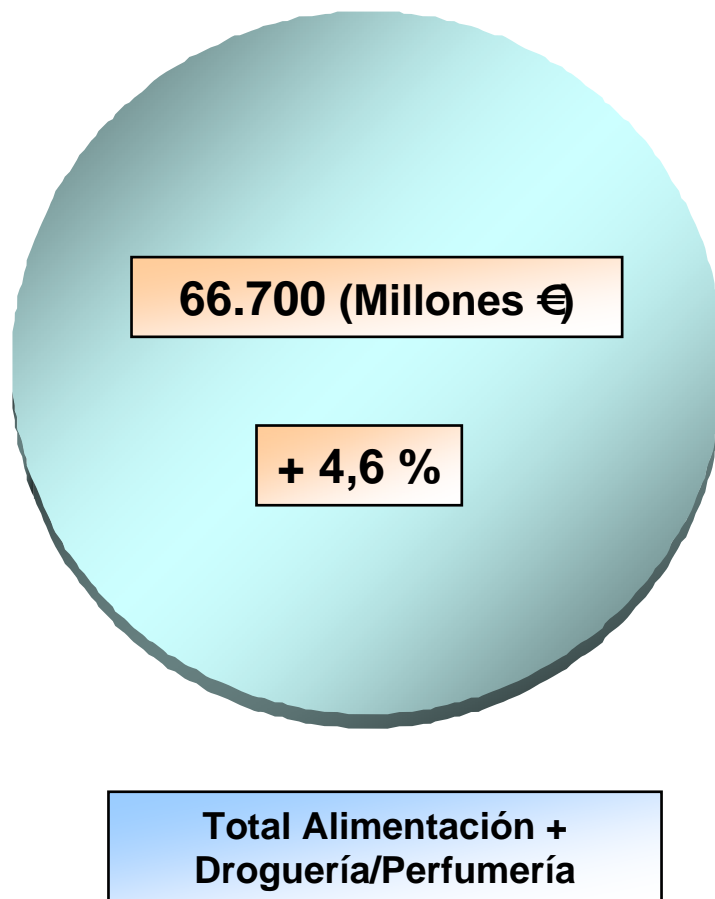
- Tendencias de los mercados de Gran Consumo
- Evolución de los Universos de Establecimientos
- La Marca de la Distribución
- El mercado de Hostelería
- El mercado de Electrodomésticos
- Los mercados de Juguetes, Ocio y Entretenimiento



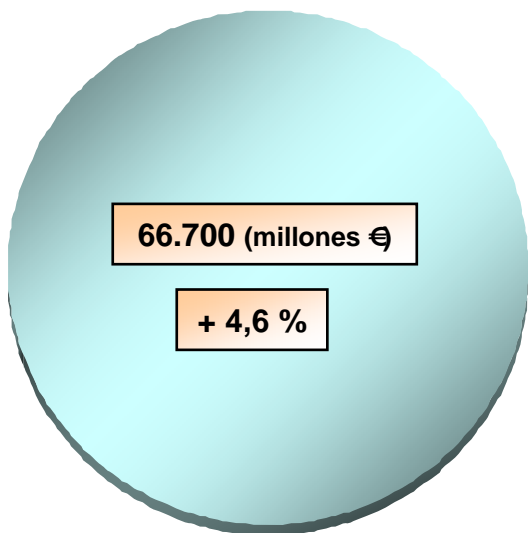
Tendencias de los mercados de gran consumo



¿Cuál ha sido el gasto en productos de consumo básico para el hogar en 2008?



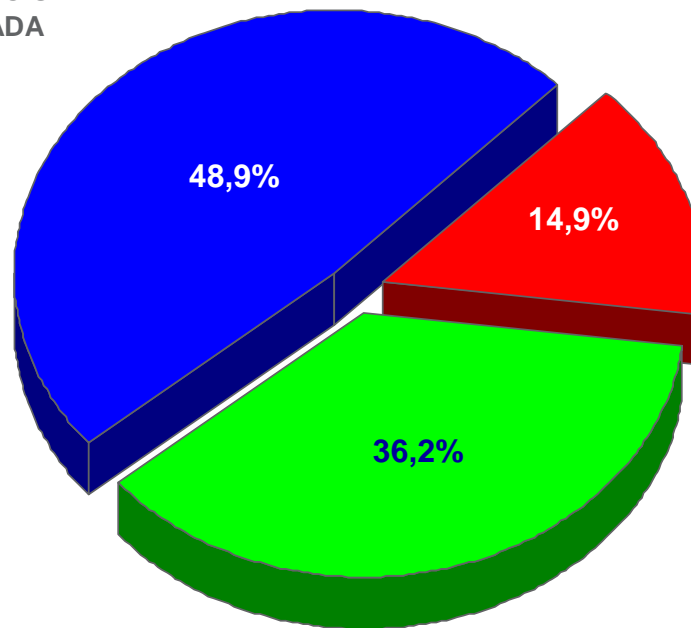
Alimentación envasada, como consecuencia de la inflación, crece por encima del resto de sectores



**Total Alimentación +
Droguería/Perfumería**

**ALIMENTACIÓN
ENVASADA**

+ 6,6 %



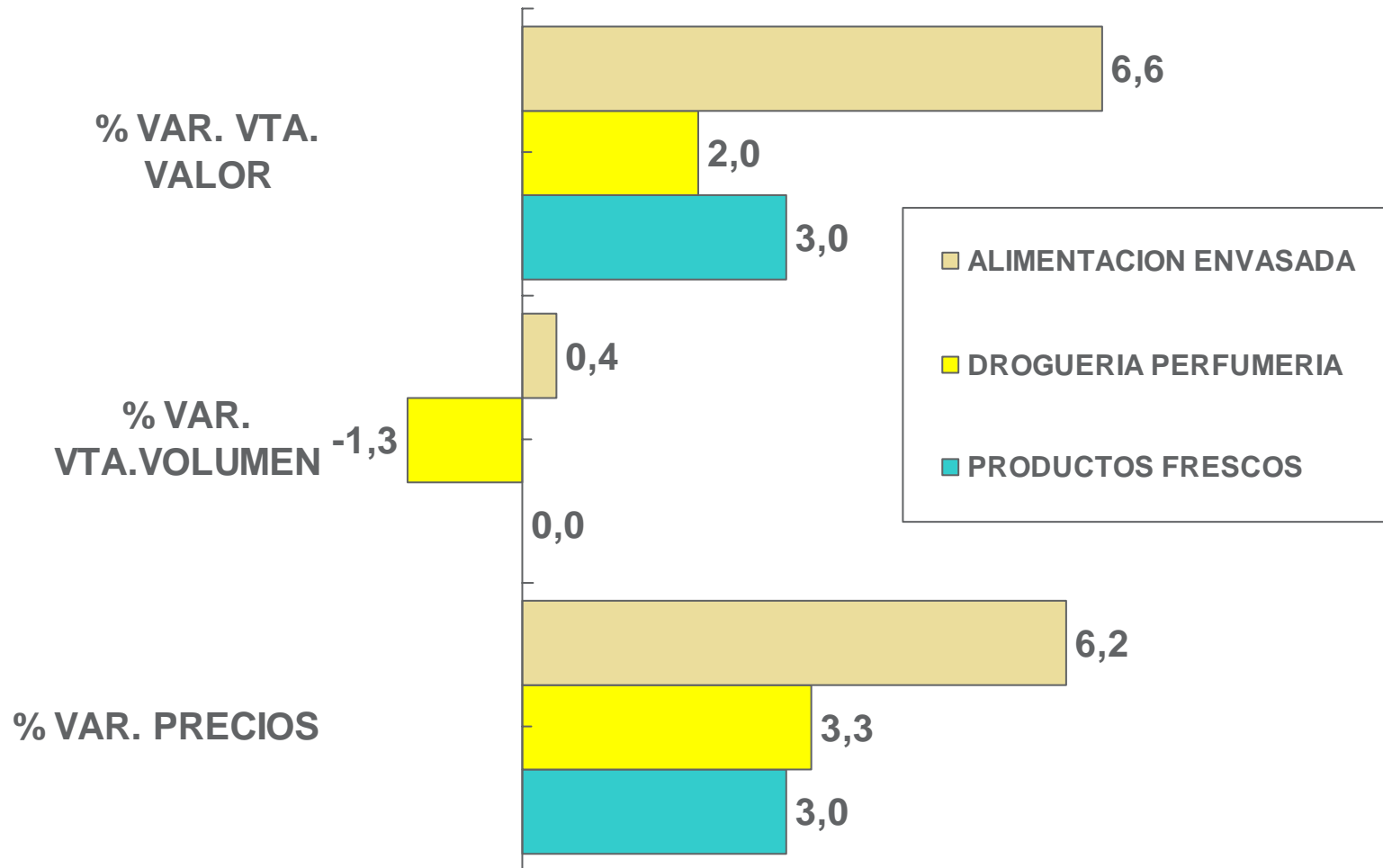
**DROGUERÍA/
PERFUMERÍA**

+ 2,0 %

**PRODUCTOS
FRESCOS**

+ 3,0 %

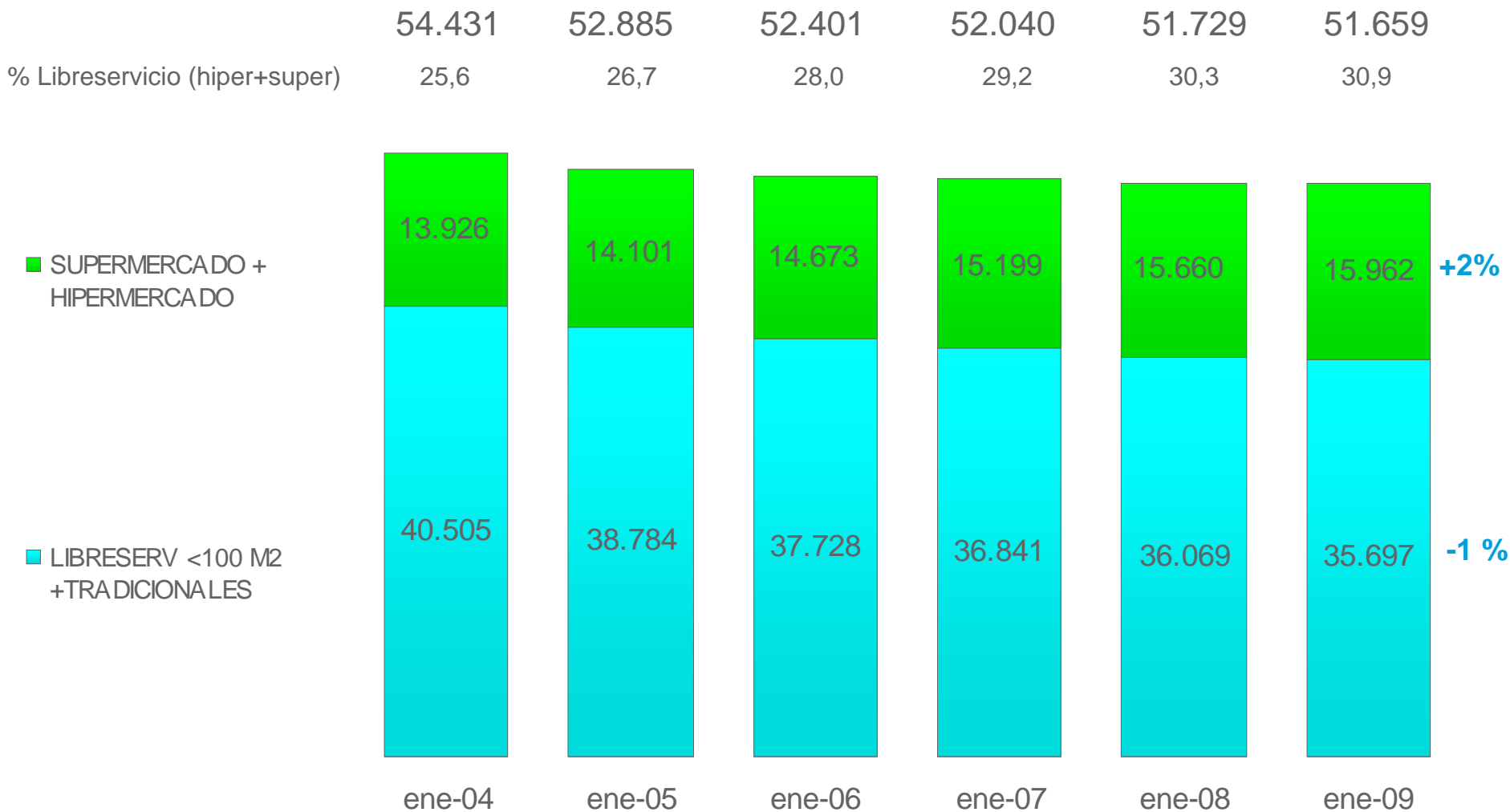
Las variaciones en valor vienen condicionadas por el incremento en precio promedio gama, pues en volumen se presenta estabilidad o incluso descenso



El mercado de alimentación envasada



Los establecimientos de libreservicio crecen a ritmo moderado durante 2008



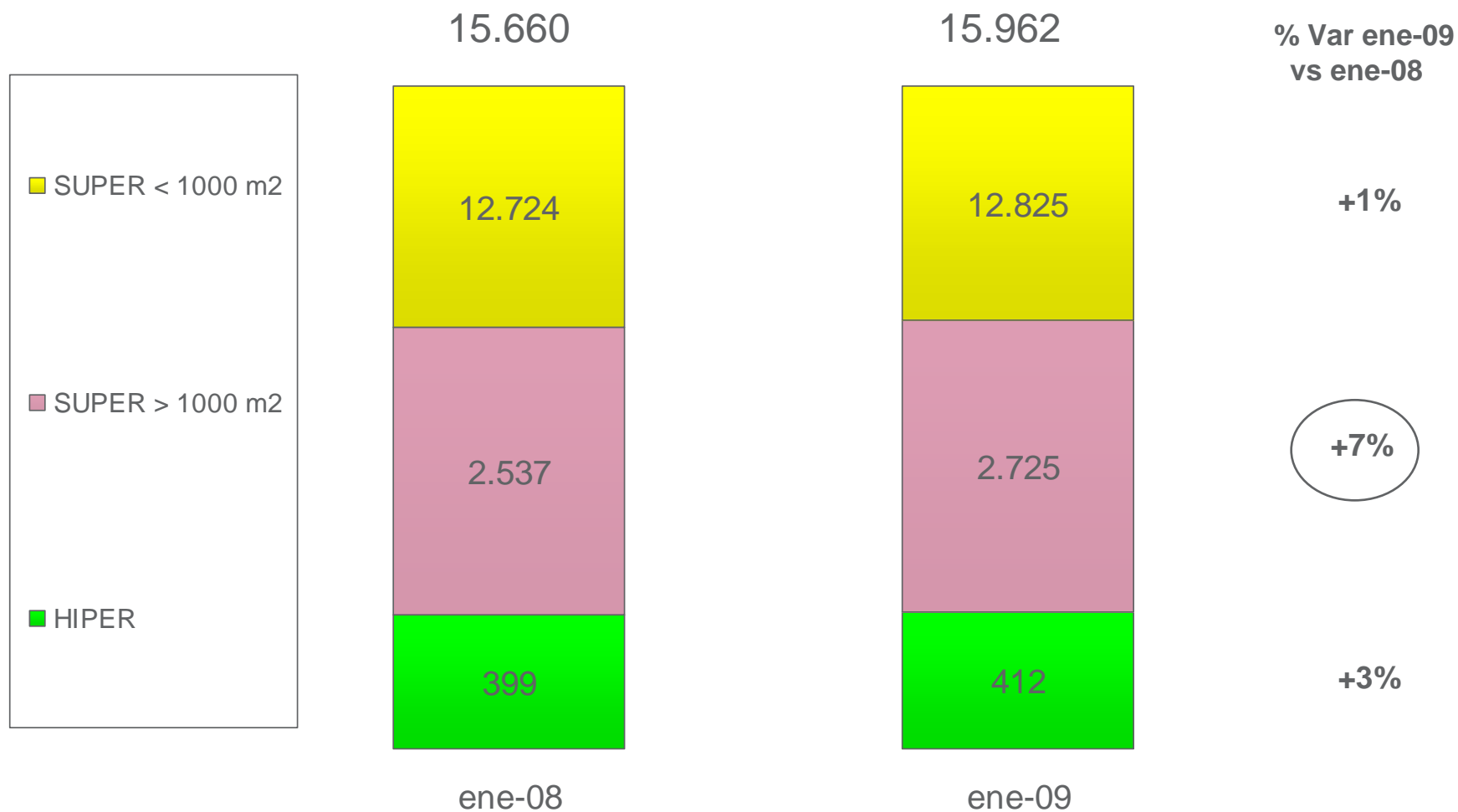
Confidential & Proprietary

Copyright © 2009 The Nielsen Company

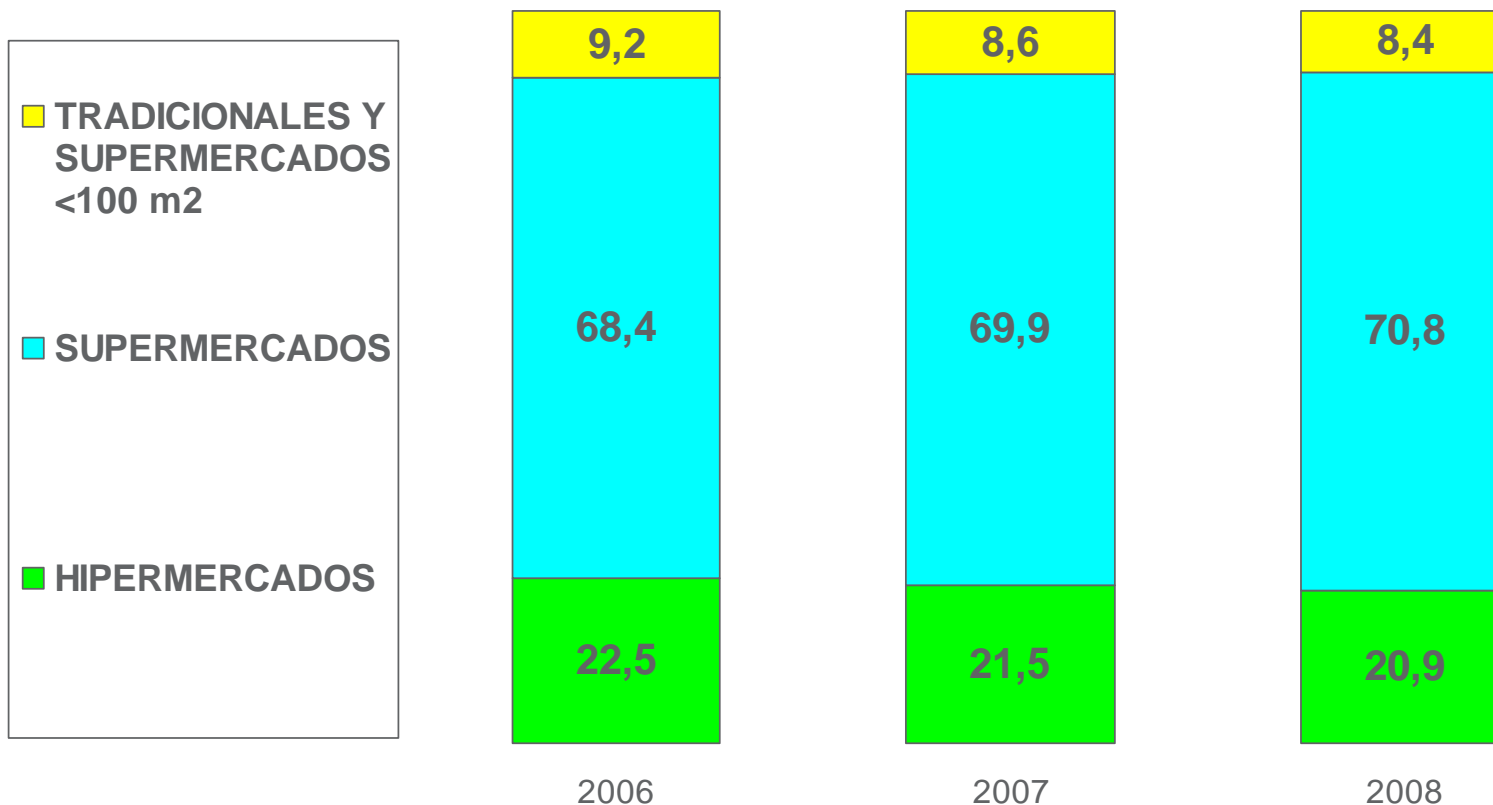
Universo de Alimentación en Península + Baleares



El supermercado de 1000 a 2499 m2 continúa siendo el formato con mayor desarrollo



El canal de supermercados gana casi 1 punto de cuota en el mercado de Alimentación Envasada



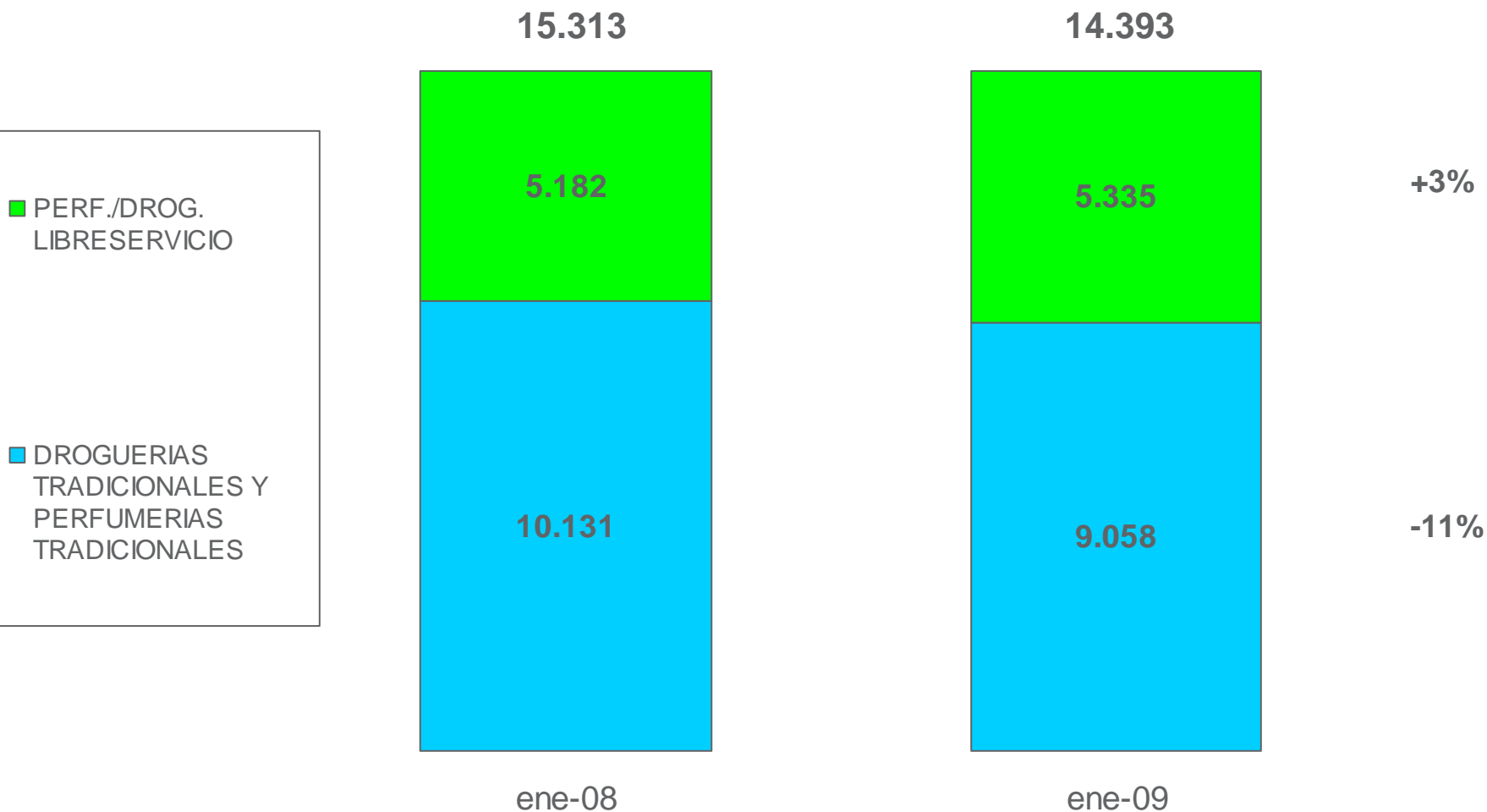
Cuota de canales por secciones en Alimentación envasada Año 2008



El mercado de droguería-perfumería



La Perfumería/Droguería Libreservicio continúa creciendo en número de establecimientos

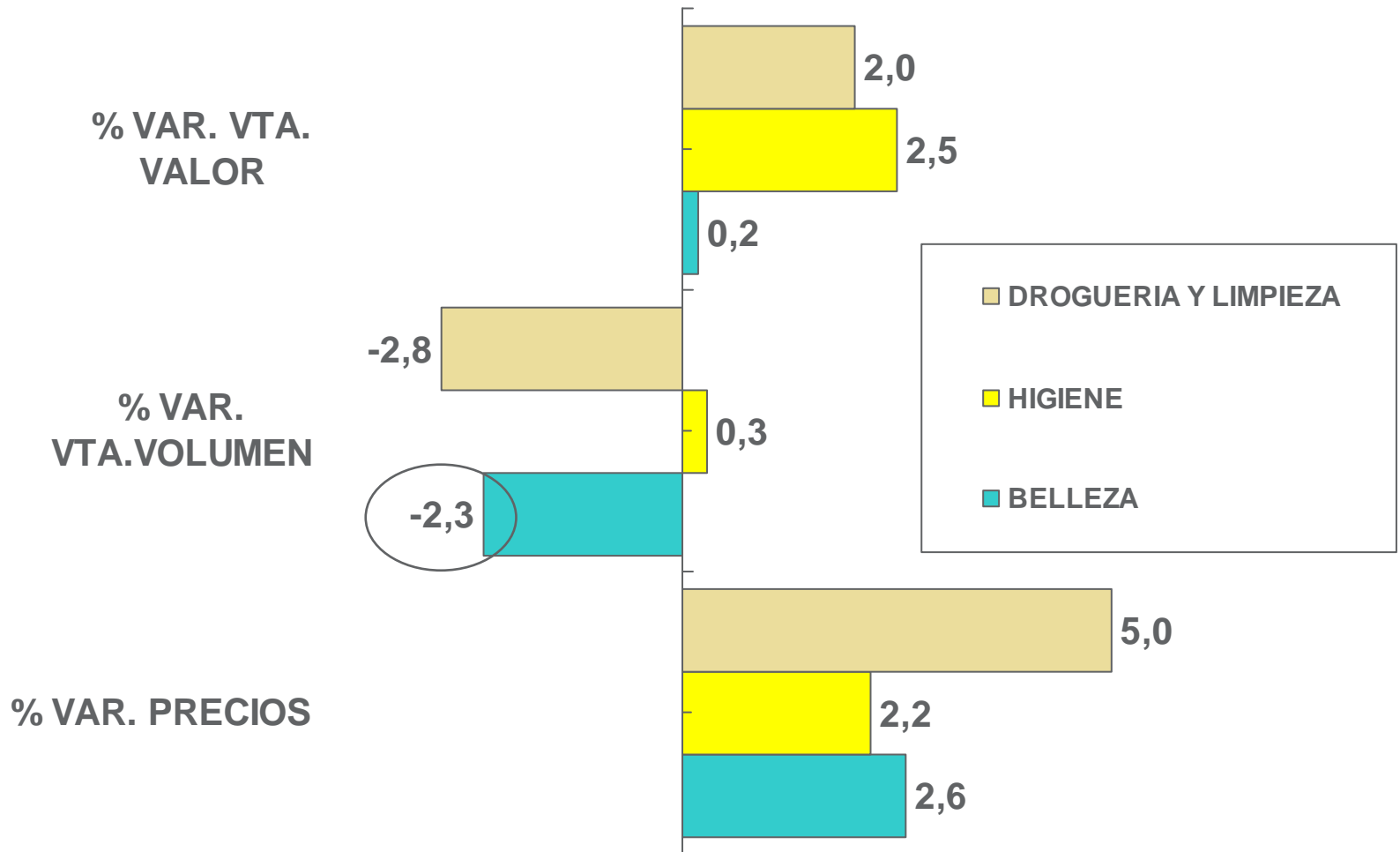


Confidential & Proprietary

Copyright © 2009 The Nielsen Company

Universo de Droguería Perfumería en Península + Baleares

Tras sucesivos años de dinamismo, en 2008 se registra descenso en el consumo de productos de belleza



Evolución de ventas en las secciones de Droguería y Perfumería

Confidential & Proprietary

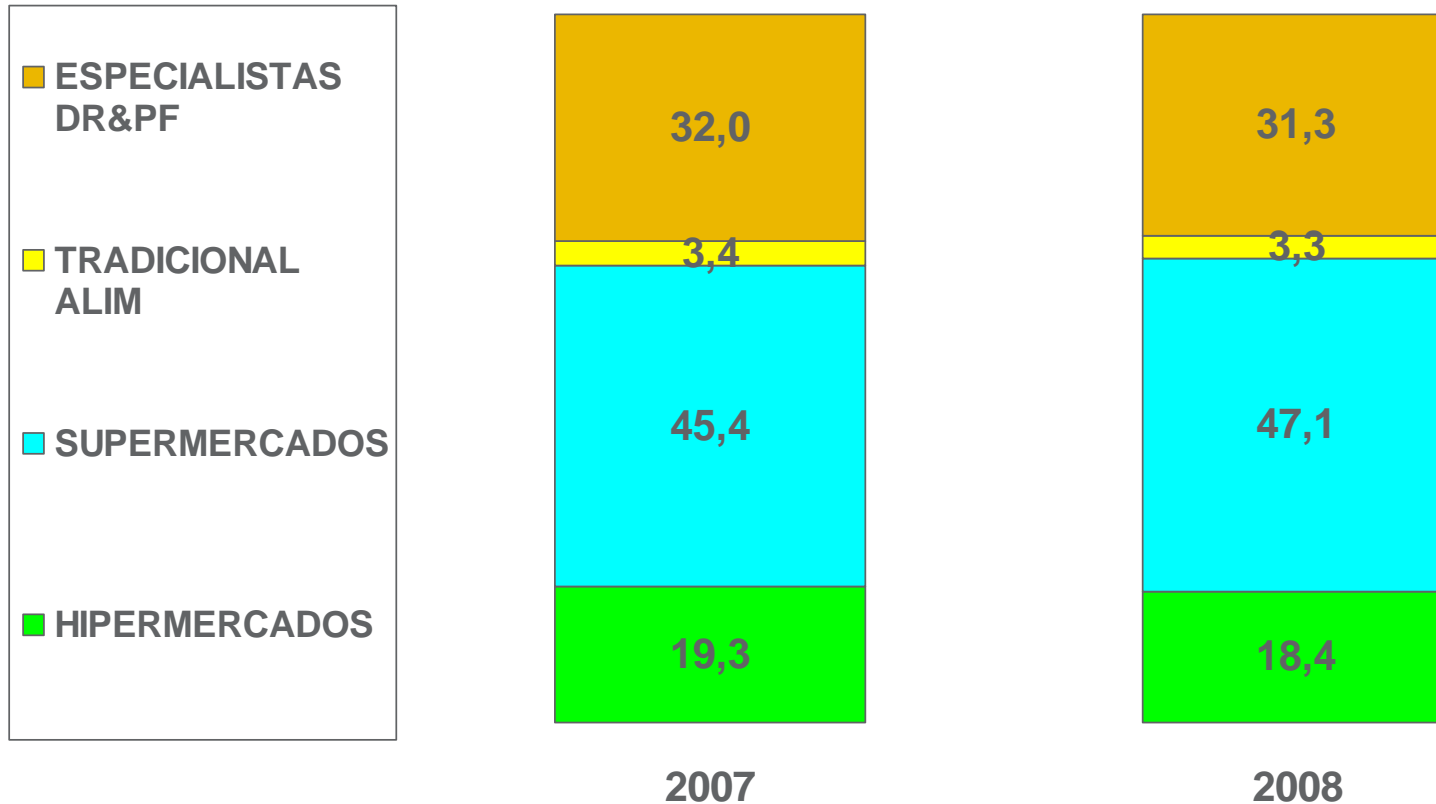
Copyright © 2009 The Nielsen Company

nielsen

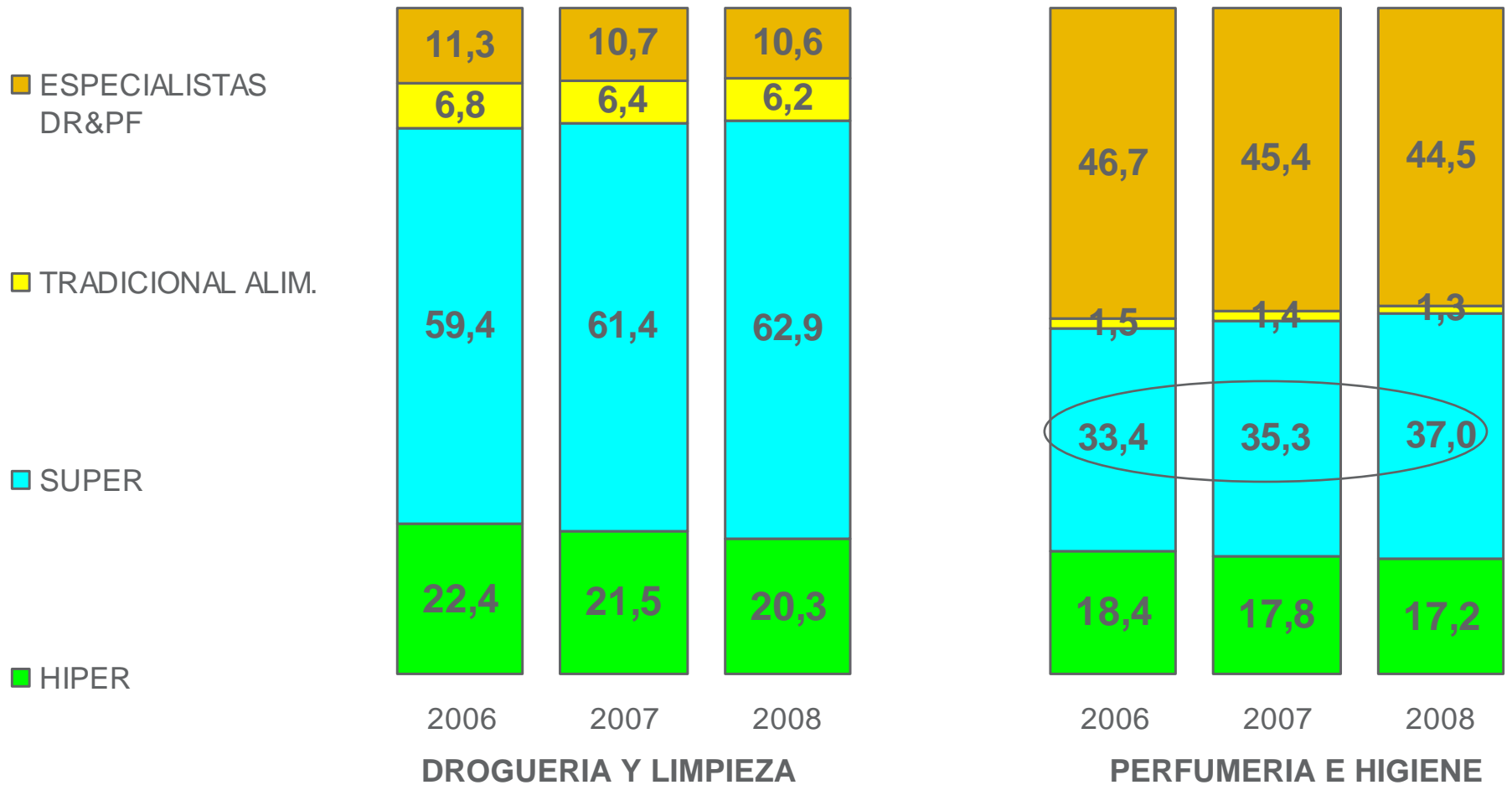
Anuario 2009

La Guía de los Mercados

Los especialistas de droguería y perfumería suponen más de un 30% de la cuota de mercado, acercándose el supermercado al 50%



El canal de supermercados y los especialistas aglutinan las mayores cuotas en Droguería/Limpieza y en Perfumería/Higiene respectivamente



Confidential & Proprietary

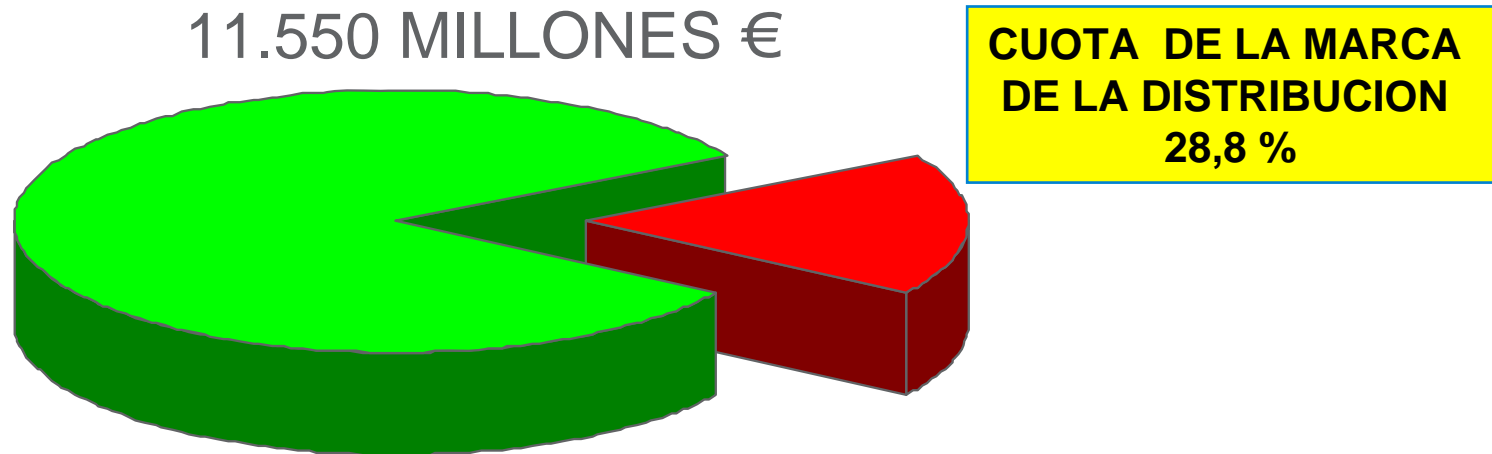
Copyright © 2009 The Nielsen Company

Cuota de mercado por canales y secciones de Droguería Perfumería

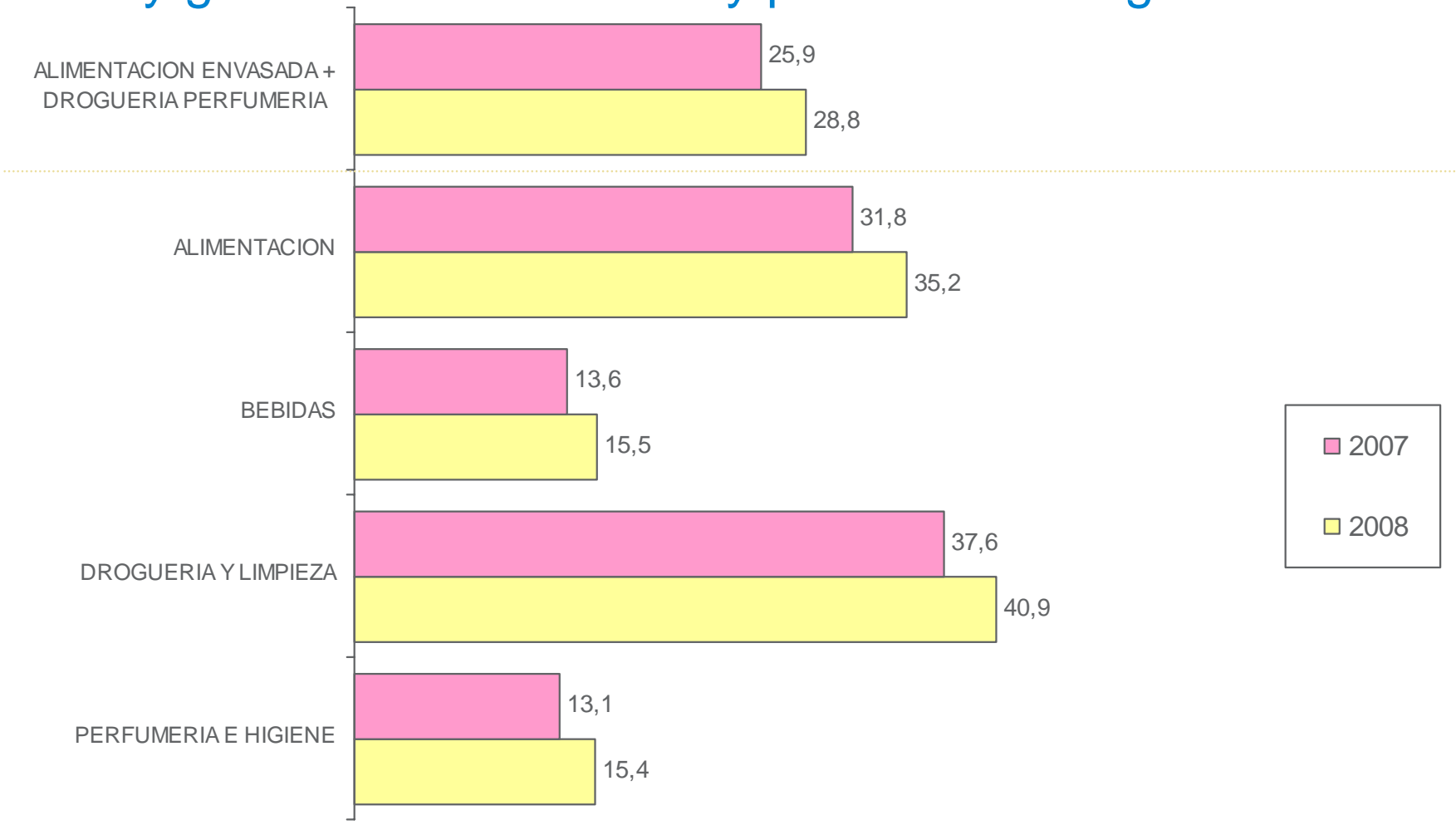
La marca de la distribución



El conjunto de marcas de la distribución suponen casi el 30% de las ventas en valor de productos de Alimentación Envasada y Droguería/Perfumería



La ganancia de cuota de marca de la distribución es generalizada en los productos de alimentación y limpieza, alcanzando menores cuotas y ganancias las bebidas y perfumería e higiene



Participación de las marcas de la distribución por secciones de alimentación envasada y droguería perfumería

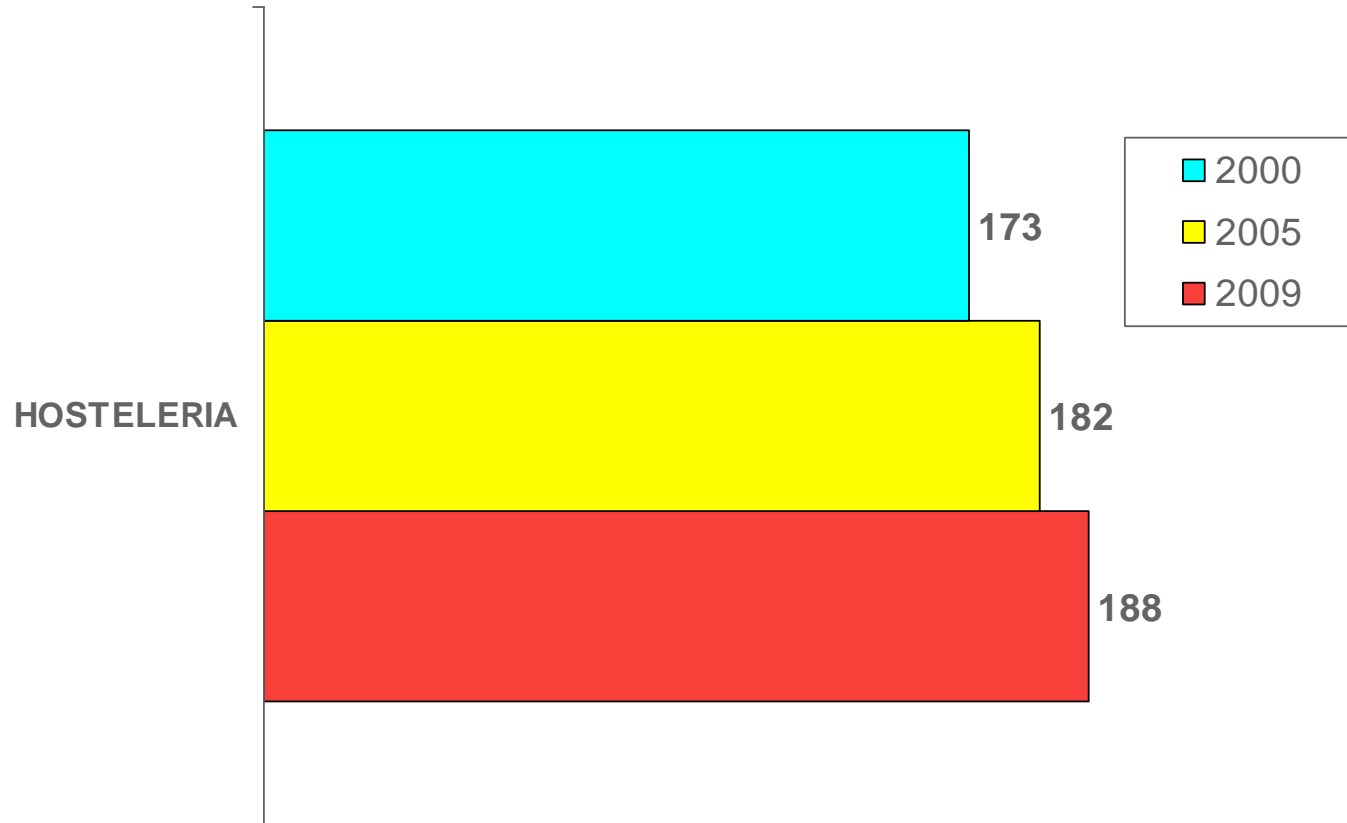
Confidential & Proprietary Copyright © 2009 The Nielsen Company



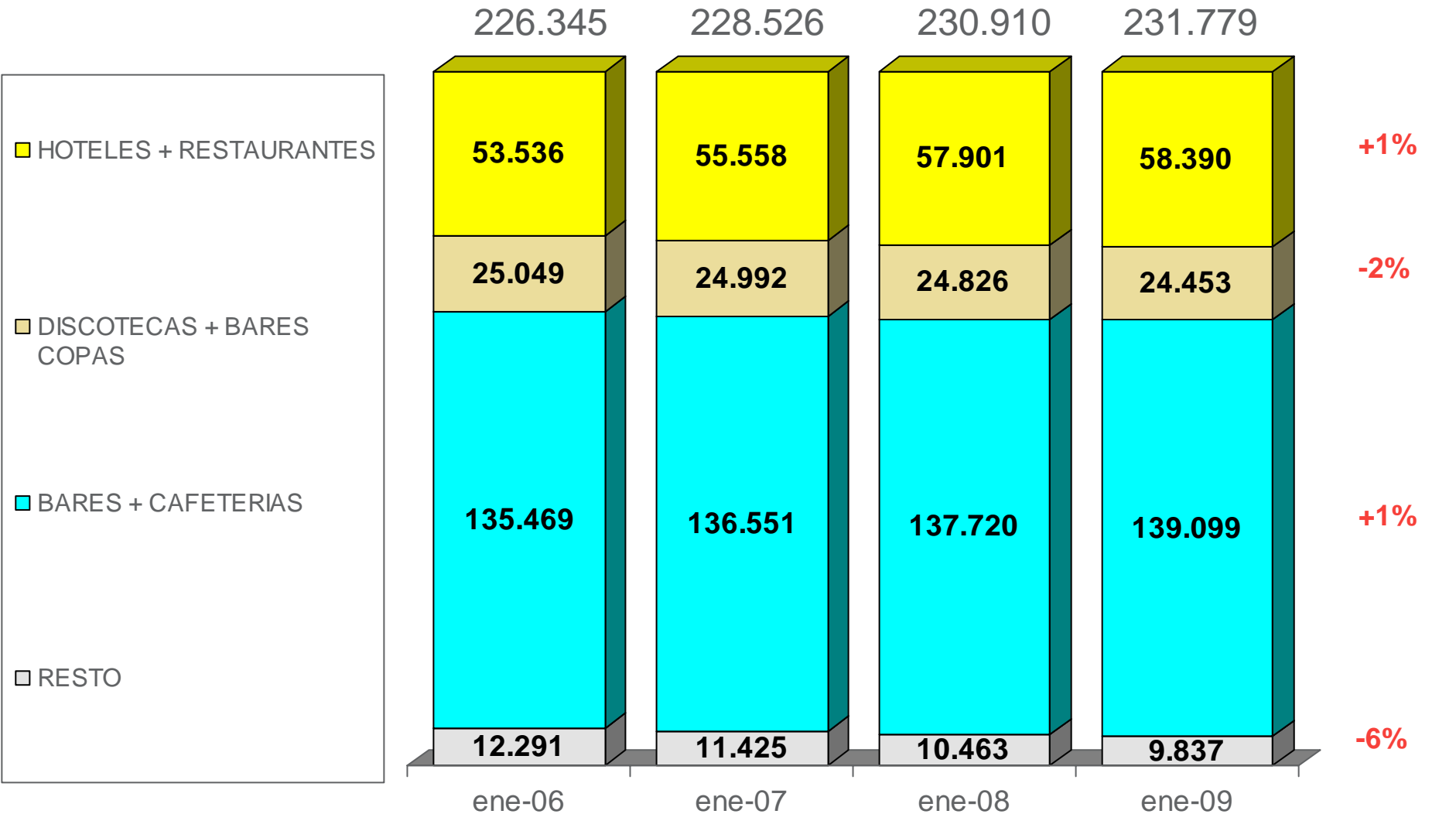
El mercado de hostelería



En España encontramos un establecimiento de hostelería por cada 188 habitantes



El conjunto de establecimientos de hostelería presenta estabilidad en cuanto a número

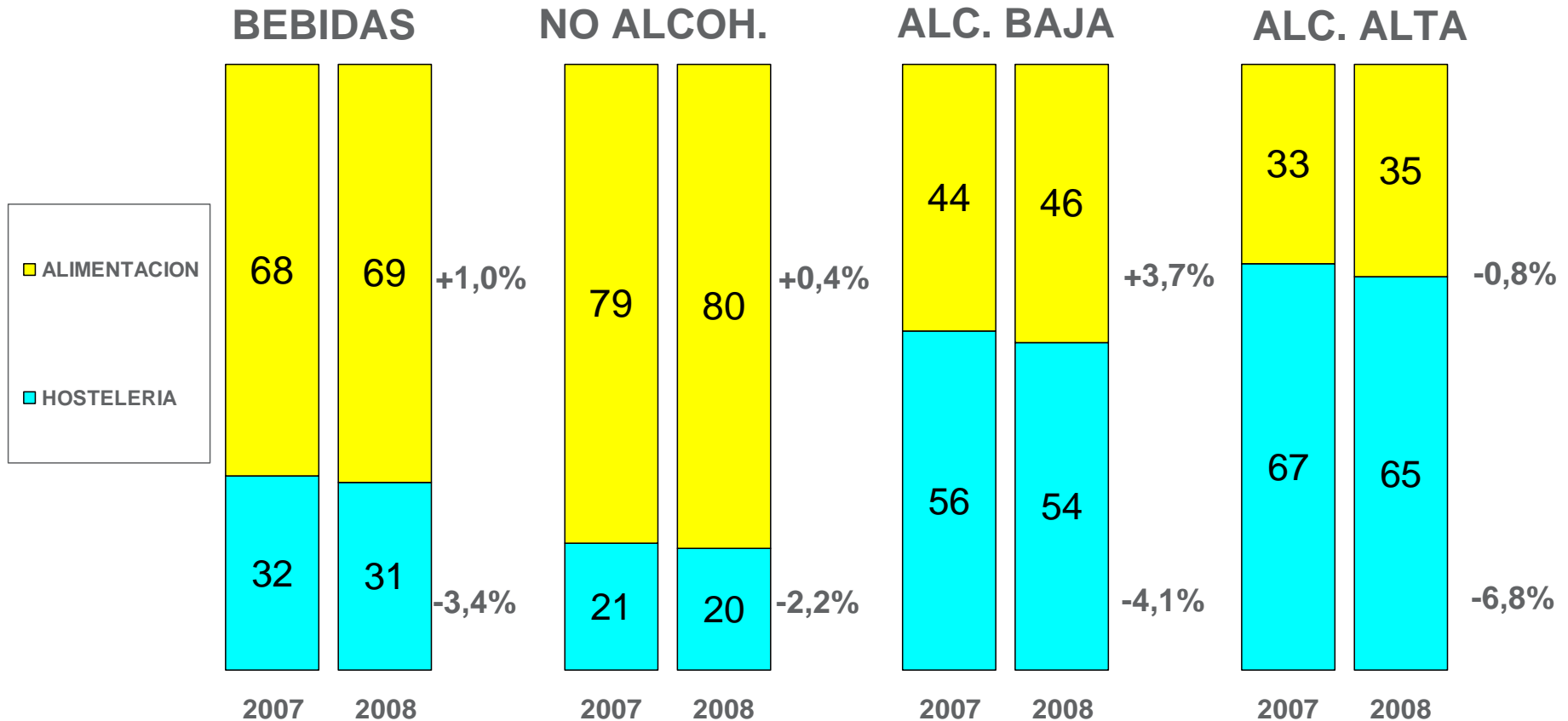


Número de establecimientos de hostelería en Península + Baleares

Confidential & Proprietary

Copyright © 2009 The Nielsen Company

Las evoluciones de las bebidas en hostelería son más bajas que en los canales de alimentación, especialmente en la bebida alcohólica



Concentración y evolución las bebidas en tiendas de alimentación vs. establecimientos de hostelería

Confidential & Proprietary

Copyright © 2009 The Nielsen Company

El mercado de electrodomésticos

Confidential & Proprietary

Copyright © 2009 The Nielsen Company

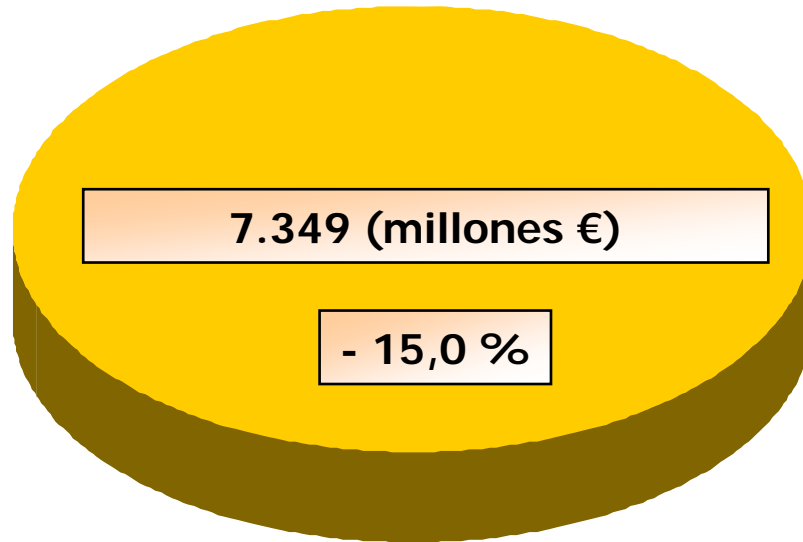
nielsen
.....

Anuario 2009

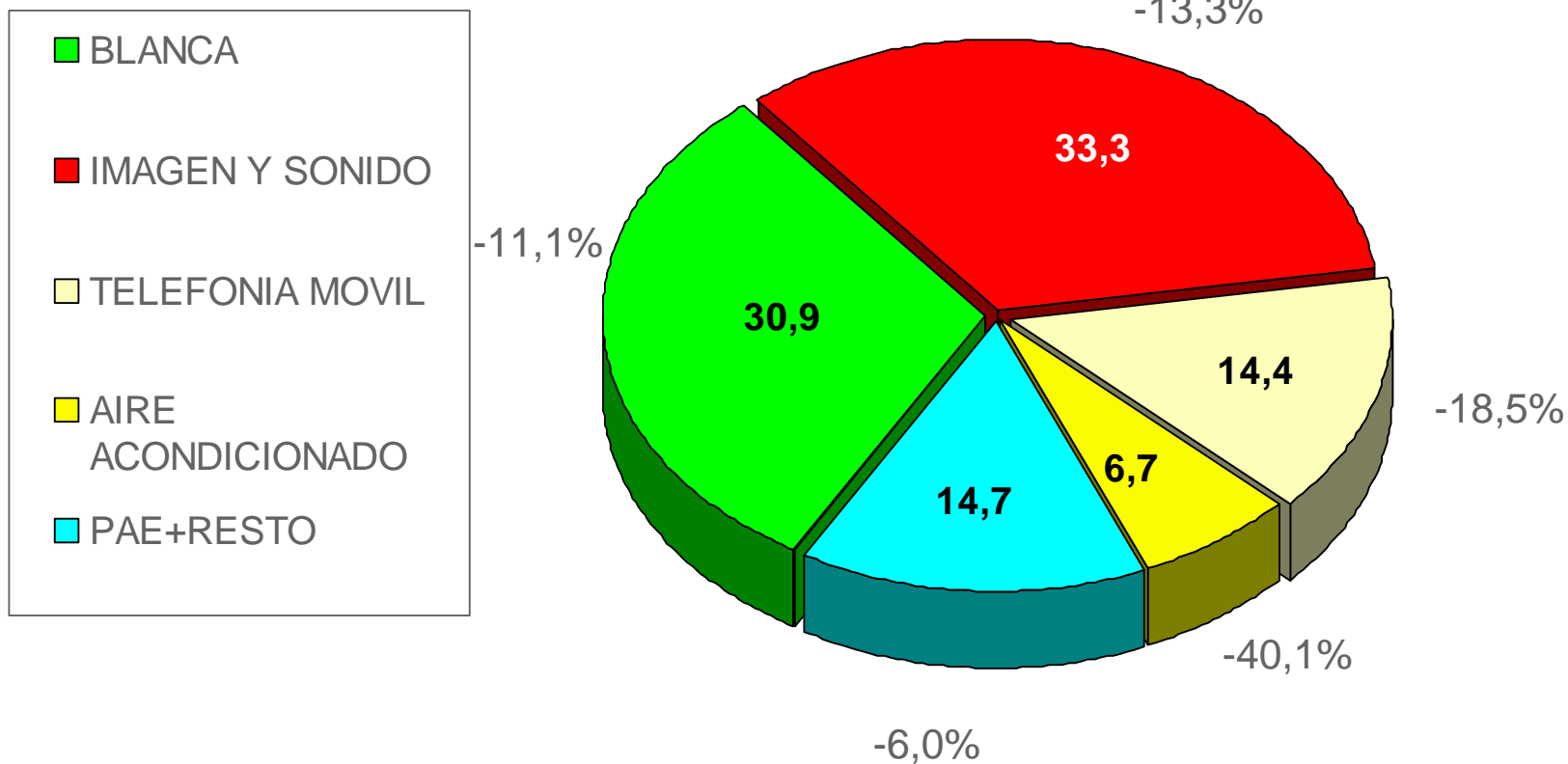
La Guía de los Mercados



El mercado de electrodomésticos cae un 15% en valor en 2008



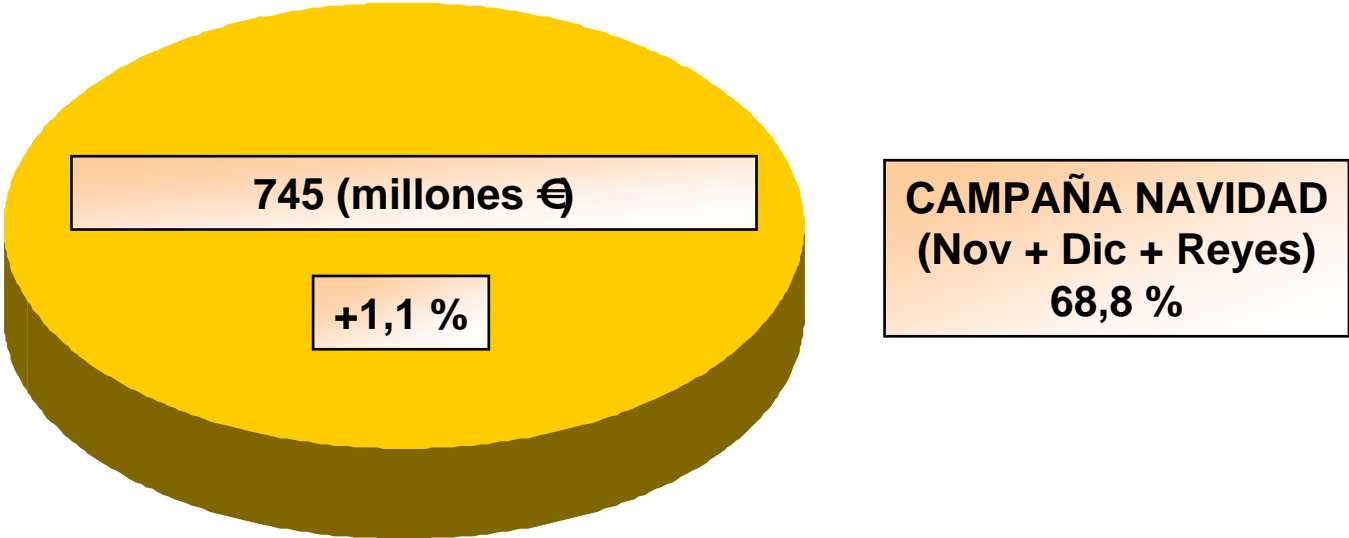
Gamas blanca y marrón concentran más del 60% del mercado de electrodomésticos



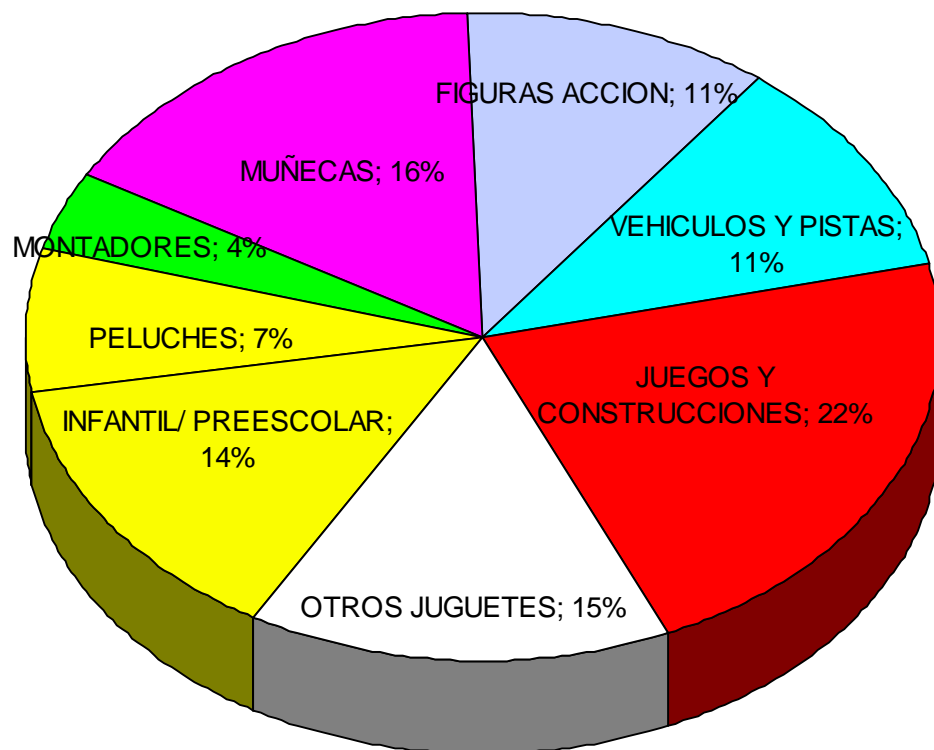
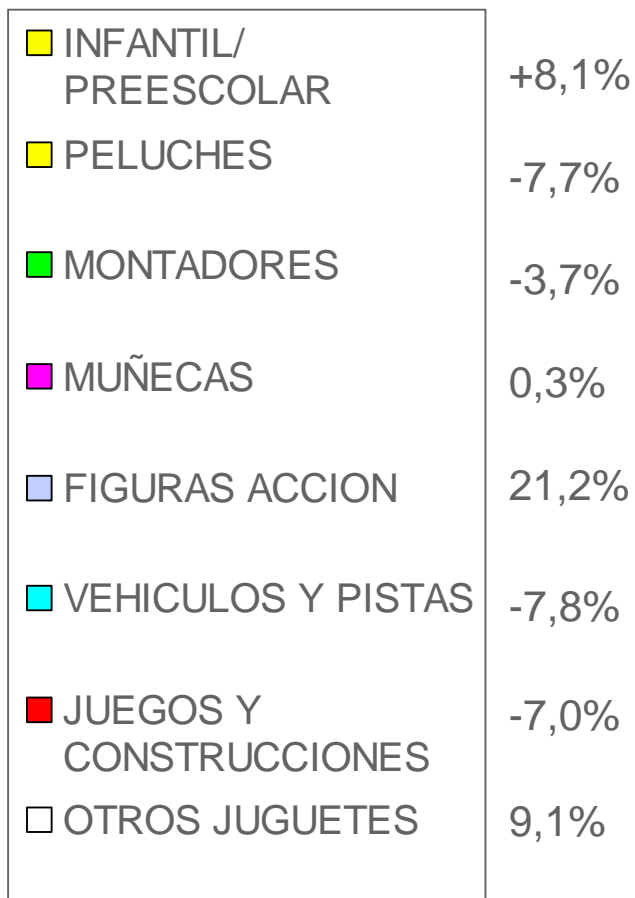
Los mercados de juguetes, ocio y entretenimiento



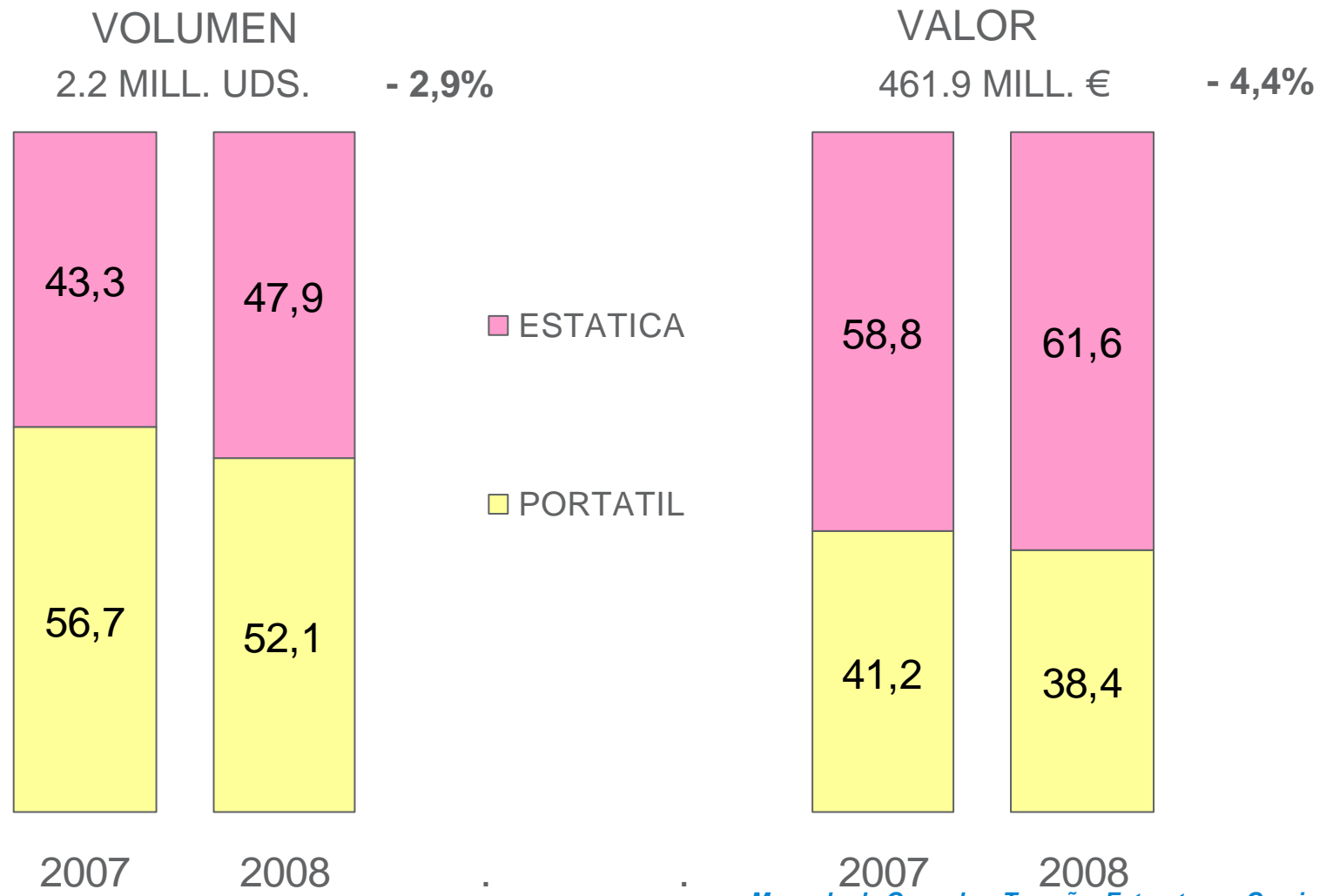
El mercado de juguetes tradicionales aumenta un 1,1% en valor en 2008



Las familias de Figuras de Acción e Infantil/ Preescolar dinamizaron el mercado de juguetes en 2008



Tras años anteriores de gran dinamismo, el mercado de consolas para videojuegos en 2008 es decreciente tanto en volumen como en valor

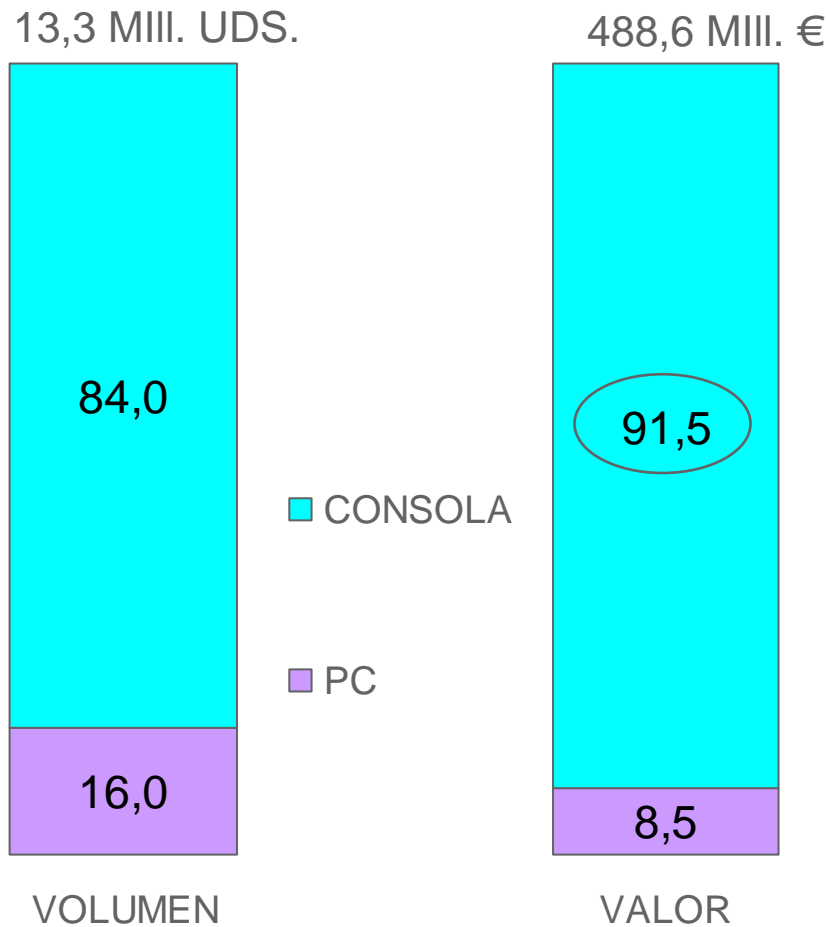


Confidential & Proprietary Copyright © 2009 The Nielsen Company

Mercado de Consolas, Tamaño, Estructura y Crecimiento

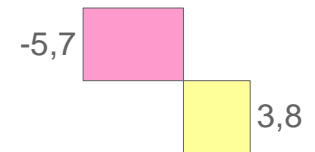


A pesar del descenso en volumen, los videojuegos para consola continúan creciendo en valor en 2008

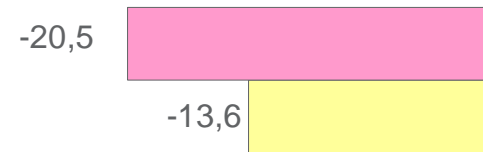


EVOLUCIÓN VENTAS (2008/2007)

CONSOLA



PC



Confidential & Proprietary

Copyright © 2009 The Nielsen Company

Mercado de Videojuegos: Tamaño, Estructura y Crecimiento

En campaña de Navidad, el juguete tradicional supone más de la mitad de la venta en valor del total juguetes

TOTAL JUGUETES

+ 0,2%

■ VIDEOJUEGOS

29,0

+ 3,5%

23,3

■ CONSOLAS

27,6

- 4,4%

23,2

■ JUGUETES TRADICIONALES

43,4

+ 1,1%

53,5

2008

CAMPAÑA 2008-
2009

*Estructura de ventas en valor por familias de juguetes
Campaña: Noviembre + Diciembre + Reyes*

Confidential & Proprietary

Copyright © 2009 The Nielsen Company

nielsen

Anuario 2009

La Guía de los Mercados

“El niño con el pijama de rayas” vuelve a liderar este año el ranking de los libros más vendidos, con 2 títulos de Carlos Ruiz Zafón entre el Top 10

POSICION	TITULO	AUTOR	CUOTA SOBRE TOTAL
1	El niño con el pijama de rayas	<i>Boyne, John</i>	4,8
2	El juego del ángel	<i>Ruiz Zafón, Carlos</i>	4,0
3	Un mundo sin fin	<i>Follett, Ken</i>	3,3
4	Harry Potter y las reliquias de la muerte	<i>Rowling, J.K.</i>	2,1
5	El secreto	<i>Byrne, Rhonda</i>	1,4
6	El asombroso viaje de Pomponio Flato	<i>Mendoza, Eduardo</i>	1,2
7	Los hombres que no amaban a las mujeres	<i>Larsson, Stieg</i>	1,2
8	La elegancia del erizo	<i>Barbery, Muriel</i>	0,9
9	La sombra del viento	<i>Ruiz Zafón, Carlos</i>	0,8
10	Crepúsculo	<i>Meyer, Stephenie</i>	0,8

Cuota Top 10: 19,7%

Cuota Top 20: 27,2%

Nielsen Bookscan: Cuota sobre los 400 títulos más vendidos de ADULTOS NOVELA

Confidential & Proprietary

Copyright © 2009 The Nielsen Company



Anuario 2009

La Guía de los Mercados



Muchas gracias

nielsen

The Nielsen logo is displayed in a serif font. The letter 'n' is colored blue, while the remaining letters 'iels en' are in a dark grey color. Below the text, there is a horizontal row of nine dark grey dots, each centered under a letter of the name.