La visión más completa del **Gran consumo** de la mano de **IRI**

Octubre 2021

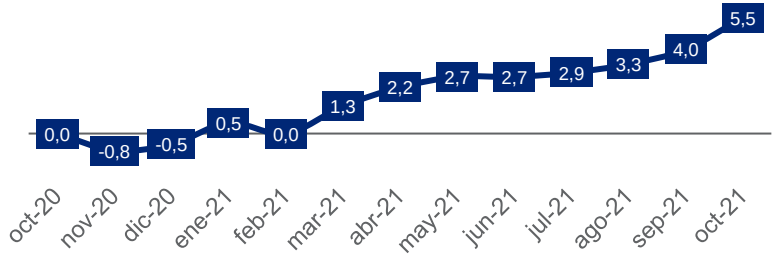
Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

España en cifras

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

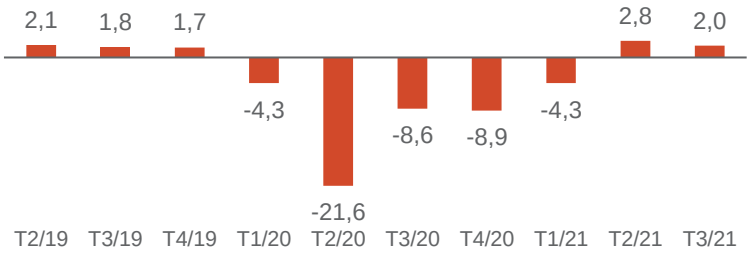
España en cifras: indicadores macroeconómicos

EVOLUCIÓN ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMO



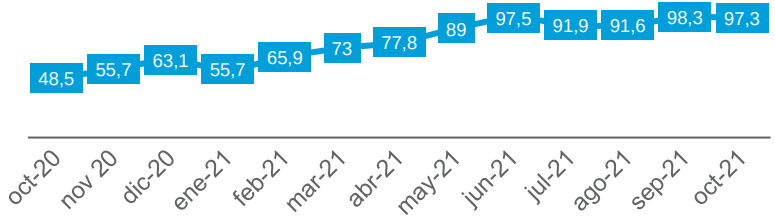
Fuente INE

EVOLUCIÓN PRODUCTO INTERIOR BRUTO



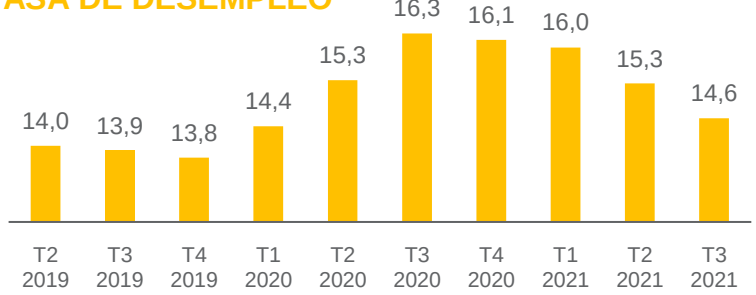
Fuente INE

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR



Fuente CIS

TASA DE DESEMPLEO



Fuente INE

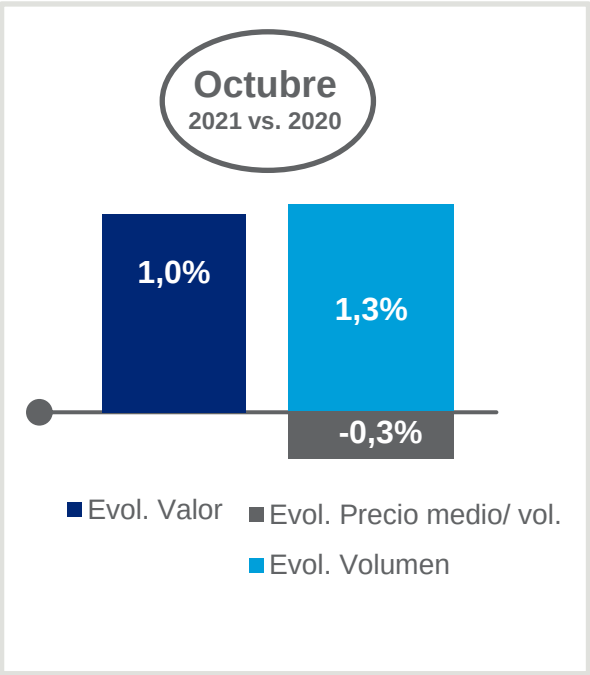
Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

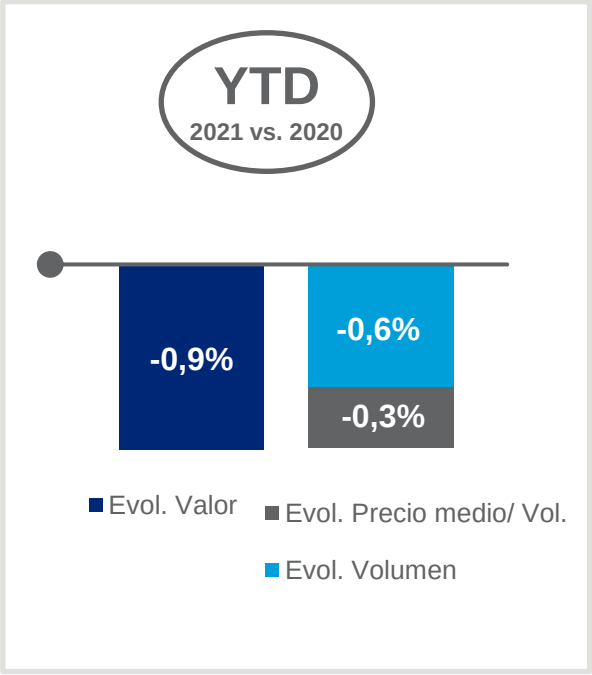
Evolución del gran consumo

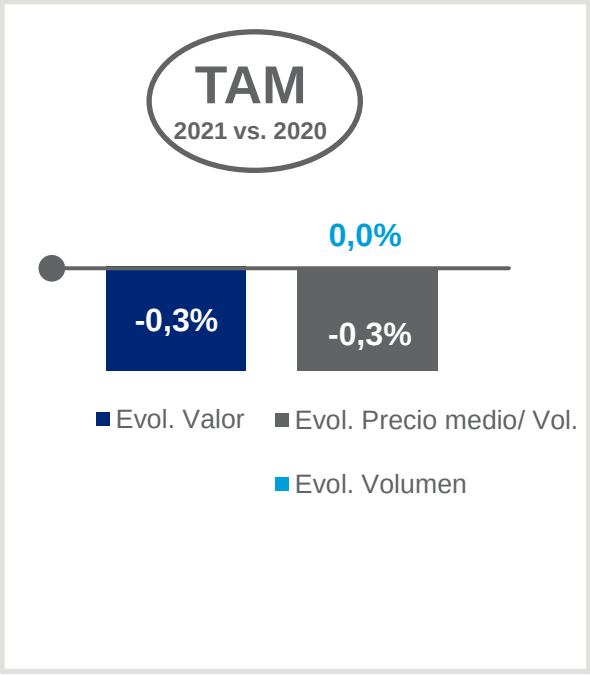
Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Evolución vs. YA del total Gran consumo en el canal moderno

Evolución en valor, volumen y precio medio / volumen vs. YA





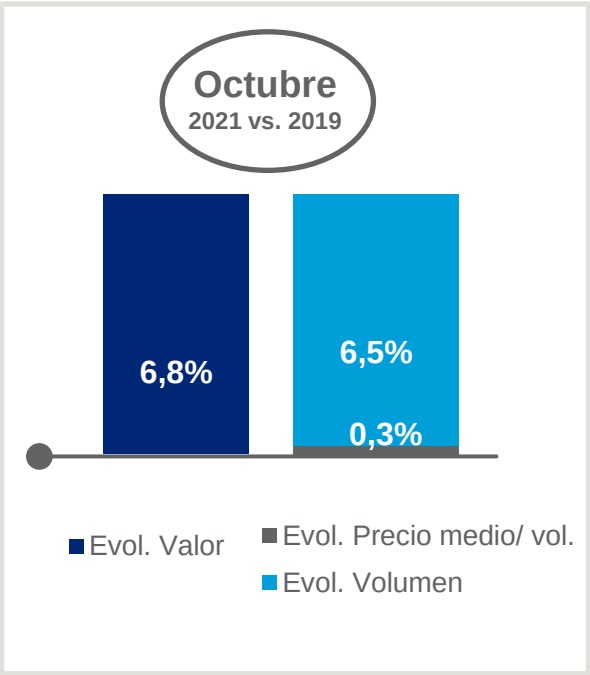


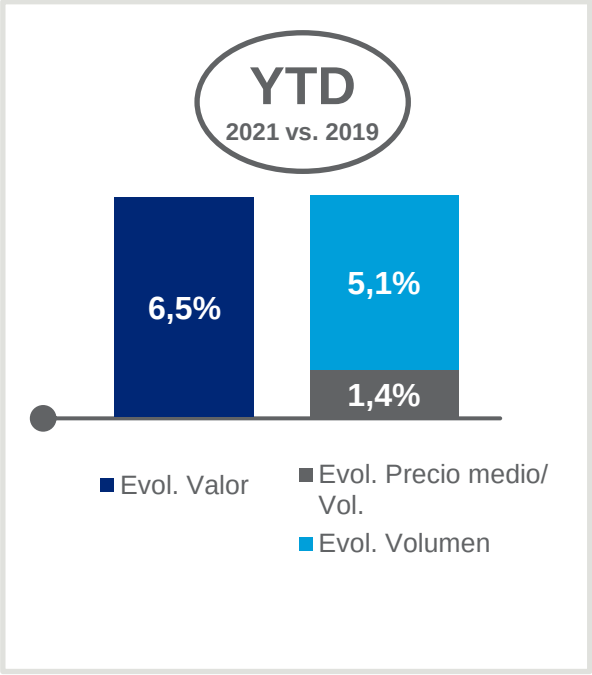
Fuente: IRI Infoscan Octubre, YTD y TAM Octubre 2021.
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

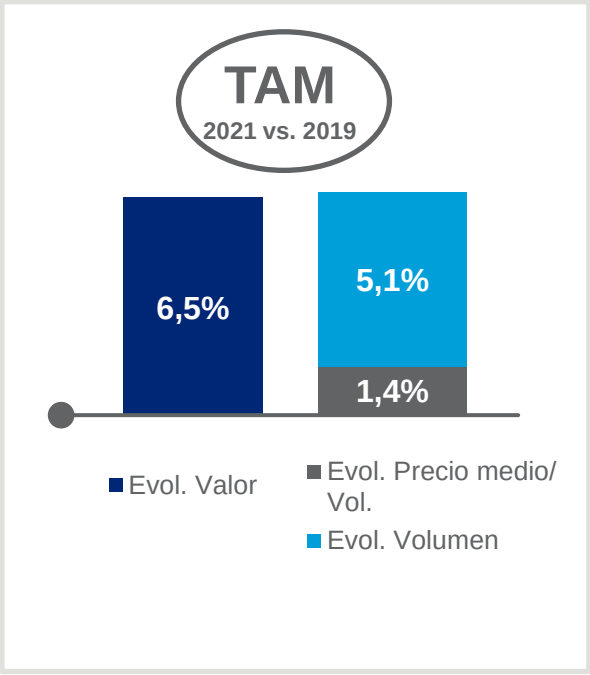
Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Evolución vs. 2YA del total Gran consumo en el canal moderno

Evolución en valor, volumen y precio medio / volumen vs. 2YA





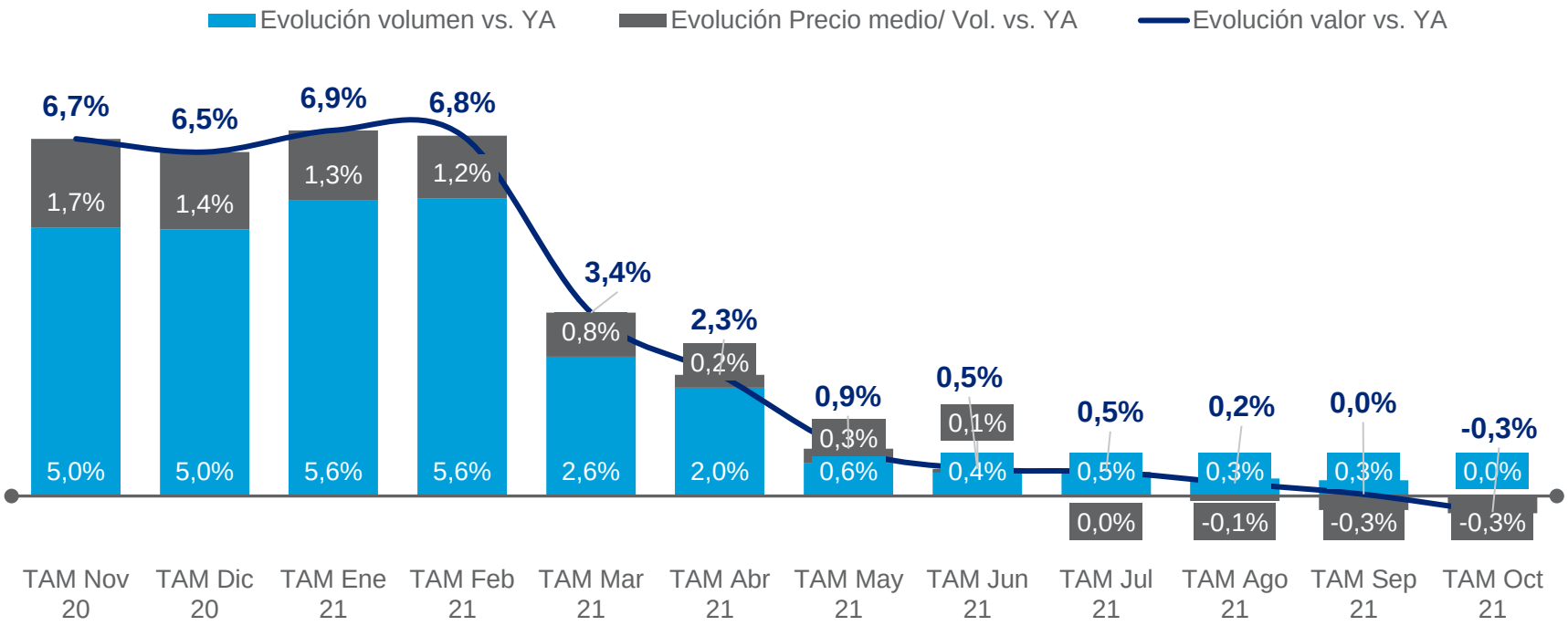


Fuente: IRI Infoscan Octubre, YTD y TAM Octubre 2021.
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Evolución de la tendencia de los principales KPI´s

Evolución en valor, volumen y precio medio / volumen vs. YA



Source: Italicized Text (6 point)

Fuente: IRI Infoscan
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

© 2021 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Análisis del precio de la cesta la compra

**Nota: excluidos los productos frescos del análisis*

Precio medio por volumen de las categorías que hacen el 30% en valor en el TAM 2021

	CESTA 2019	CESTA 2020	Evol. 20 vs. 19	CESTA 2021	Evol. 21 vs. 20	Evol. 21 vs. 19 (CAGR)
CERVEZAS	1,28 €	1,34 €	4,7%	1,39 €	3,7%	8,6%
LECHE LARGA CONSERVA	0,74 €	0,74 €	0,0%	0,74 €	0,0%	0,0%
YOGURES FRESCOS SOLIDOS	2,14 €	2,16 €	0,9%	2,19 €	1,4%	2,3%
REFRESCOS DE COLA	0,94 €	0,98 €	4,3%	1,07 €	9,2%	13,8%
PESCADO/MARISCO CONG SIN PREPARAR	8,87 €	9,03 €	1,8%	9,24 €	2,3%	4,2%
PLATO COCINADO SEC.FRESCO	5,69 €	5,81 €	2,1%	5,83 €	0,3%	2,5%
ATUN EN CONSERVA	8,45 €	8,54 €	1,1%	8,52 €	-0,2%	0,8%
FRUTOS SECOS Y SEMILLAS	8,26 €	8,31 €	0,6%	8,32 €	0,1%	0,7%
AGUA SIN GAS	0,23 €	0,22 €	-4,3%	0,22 €	0,0%	-4,3%
ACEITE DE OLIVA	3,27 €	2,94 €	-10,1%	3,25 €	10,5%	-0,6%
PASTELER/BOLLERÍA INDUSTRIAL	4,09 €	4,14 €	1,2%	4,26 €	2,9%	4,2%
HUEVOS (DOCENAS)	1,78 €	1,78 €	0,0%	1,81 €	1,7%	1,7%
PAPEL HIGIENICO SECO	2,84 €	2,90 €	2,1%	2,93 €	1,0%	3,2%
	48,59€	**48,90€**	**+0,6%**	**49,78€**	**+1,8%**	**+2,4%**

Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Evolución por sección: alimentación, frescos y bebidas

Evolución en valor vs. YA y vs. 2YA- YTD

ALIMENTACIÓN	YTD 21 vs. 20	YTD 21 vs. 19
	-0,9%	**7,9%**
ALIMENTACION SECA	0,1%	9,5%
CONSERVAS	-6,4%	3,3%
CONGELADOS	-2,7%	12,0%
DERIVADOS LACTEOS	-2,8%	2,2%
PRODUCTOS 4-5 GAMA	10,2%	8,0%
HUEVOS	-2,7%	6,4%

FRESCOS	YTD 21 vs. 20	YTD 21 vs. 19
	-2,5%	**7,3%**
CARNE	-3,7%	8,3%
CHARCUTERIA	-0,8%	4,8%
FRUTAS	-2,1%	10,8%
VERDURAS Y HORTALIZAS	-6,7%	5,4%
QUESOS	-0,7%	9,0%
PESCADO	-0,6%	6,4%
MARISCO	-2,2%	3,1%

BEBIDAS	YTD 21 vs. 20	YTD 21 vs. 19
	1,6%	**9,0%**
LECHES Y BATIDOS	-3,2%	1,6%
CERVEZAS	-0,2%	20,0%
BEBIDAS REFRESCANTES	7,1%	10,8%
VINOS	-3,6%	9,3%
BEBIDAS ESPIRITUOSAS	9,4%	15,2%
AGUAS	3,1%	2,3%
ZUMOS	4,0%	-7,0%
BEBIDAS VEGETALES	1,7%	14,6%
ESPUMOSOS	7,3%	6,8%

Fuente: IRI Infoscan YTD Octubre
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Evolución por sección: perfumería e higiene y droguería y limpieza

Evolución en valor vs. YA y vs. 2YA- YTD

PERFUMERÍA	YTD 21 vs. 20	YTD 21 vs. 19
	8,9%	**-7,3%**
PRODUCTOS CORPORALES	-7,9%	-0,9%
PRODUCTOS CAPILARES	-1,7%	-6,5%
COLONIAS Y PERFUMES	33,6%	-4,9%
COSMETICA FACIAL	19,2%	-4,2%
COSMETICA DECORATIVA	22,2%	-24,3%
PRODUCTOS SOLARES	27,1%	-7,6%

HIGIENE	YTD 21 vs. 20	YTD 21 vs. 19
	-2,5%	**4,0%**
HIGIENE BUCAL	1,3%	0,8%
PARAFARMACIA	-11,4%	81,6%
DESECHABLES PERFUMERIA E HIGIENE	-2,2%	-1,4%
PAÑALES DESECHABLES	-2,3%	-10,3%
PROTECCION E HIGIENE FEMENINA	-2,1%	-8,5%
PRODUCTOS DE AFEITADO	-3,9%	-17,5%
ACC Y UTILES PERFUMERIA / HIGIENE	10,7%	-6,5%
PAÑALES INCONTINENCIA	5,5%	3,4%

DROGUERÍA Y LIMPIEZA	YTD 21 vs. 20	YTD 21 vs. 19
	-5,2%	**3,7%**
CUIDADO DEL HOGAR	-6,7%	8,2%
CELULOSAS/DESECHABLES	-3,8%	6,3%
CUIDADO DE LA ROPA	-4,5%	-5,7%

Fuente: IRI Infoscan YTD Octubre
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Evolución por sección: alimentación, frescos y bebidas

Evolución en valor vs. YA y vs. 2YA- TAM

ALIMENTACIÓN	TAM 21 vs. 20	TAM 21 vs. 19
	-0,1%	**7,8%**
ALIMENTACION SECA	0,9%	9,1%
CONSERVAS	-4,9%	3,6%
CONGELADOS	-1,1%	12,3%
DERIVADOS LACTEOS	-1,8%	2,6%
PRODUCTOS 4-5 GAMA	7,9%	7,6%
HUEVOS	-1,9%	5,1%

FRESCOS	TAM 21 vs. 20	TAM 21 vs. 19
	-1,3%	**8,0%**
CARNE	-2,2%	8,7%
CHARCUTERIA	-0,3%	5,4%
FRUTAS	-1,5%	11,4%
VERDURAS Y HORTALIZAS	-5,0%	6,9%
QUESOS	0,3%	9,7%
PESCADO	0,9%	7,2%
MARISCO	0,6%	4,8%

BEBIDAS	TAM 21 vs. 20	TAM 21 vs. 19
	2,4%	**9,0%**
LECHES Y BATIDOS	-2,5%	1,7%
CERVEZAS	2,6%	21,5%
BEBIDAS REFRESCANTES	6,5%	10,2%
VINOS	-0,7%	10,1%
BEBIDAS ESPIRITUOSAS	9,0%	14,4%
AGUAS	2,6%	2,1%
ZUMOS	1,6%	-7,7%
BEBIDAS VEGETALES	2,9%	14,9%
ESPUMOSOS	2,9%	3,3%

Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Evolución por sección: perfumería e higiene y droguería y limpieza

Evolución en valor vs. YA y vs. 2YA- TAM

PERFUMERÍA	TAM 21 vs. 20	TAM 21 vs. 19
	1,9%	**-9,1%**
PRODUCTOS CORPORALES	-6,9%	-0,2%
PRODUCTOS CAPILARES	-3,0%	-6,7%
COLONIAS Y PERFUMES	7,7%	-11,1%
COSMETICA FACIAL	11,0%	-4,4%
COSMETICA DECORATIVA	3,4%	-27,3%
PRODUCTOS SOLARES	23,1%	-8,6%

HIGIENE	TAM 21 vs. 20	TAM 21 vs. 19
	-2,2%	**3,7%**
HIGIENE BUCAL	0,6%	0,8%
PARAFARMACIA	-2,9%	84,1%
DESECHABLES PERFUMERIA E HIGIENE	-3,3%	-2,0%
PAÑALES DESECHABLES	-4,0%	-10,4%
PROTECCION E HIGIENE FEMENINA	-3,7%	-8,8%
PRODUCTOS DE AFEITADO	-7,0%	-17,8%
ACC Y UTILES PERFUMERIA / HIGIENE	4,2%	-8,2%
PAÑALES INCONTINENCIA	3,0%	2,5%

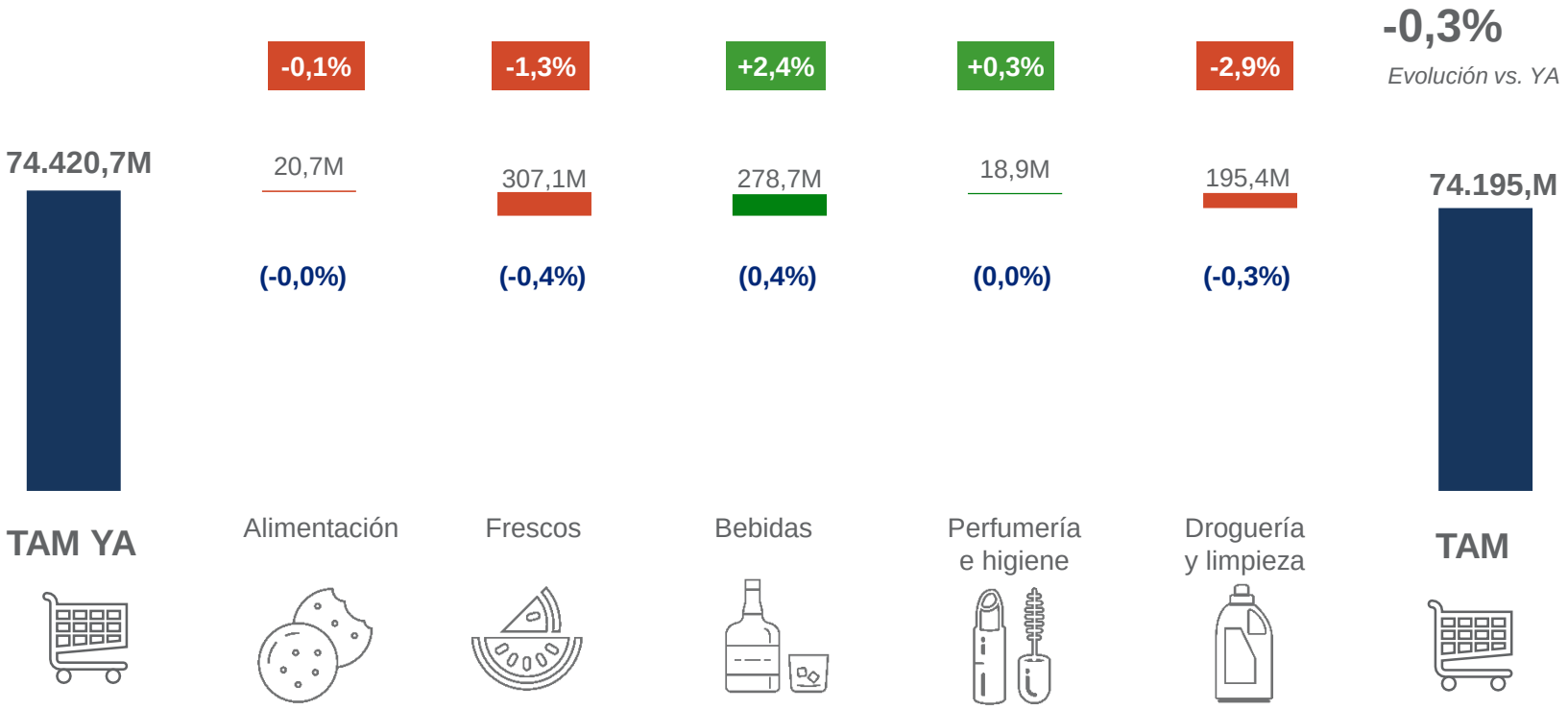
DROGUERÍA Y LIMPIEZA	TAM 21 vs. 20	TAM 21 vs. 19
	-3,9%	**4,2%**
CUIDADO DEL HOGAR	-4,3%	9,1%
CELULOSAS/DESECHABLES	-2,8%	6,1%
CUIDADO DE LA ROPA	-4,5%	-5,3%

Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Evolución y contribución al crecimiento del total gran consumo de los principales departamentos

Descomposición de las ganancias en millones de €, contribución al crecimiento y evolución en valor por departamentos

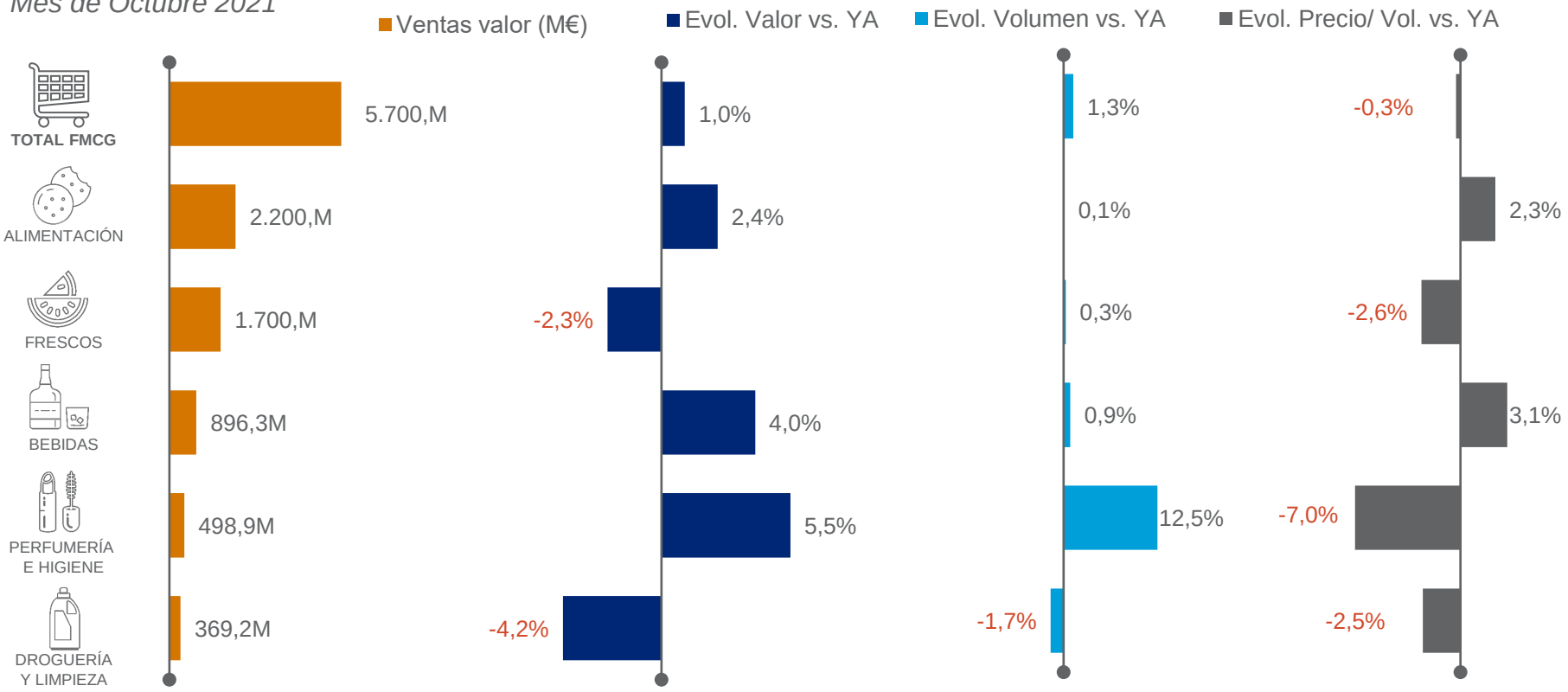


Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Visión general del Gran Consumo: Evolución de los principales KPI´s por departamento

Mes de Octubre 2021

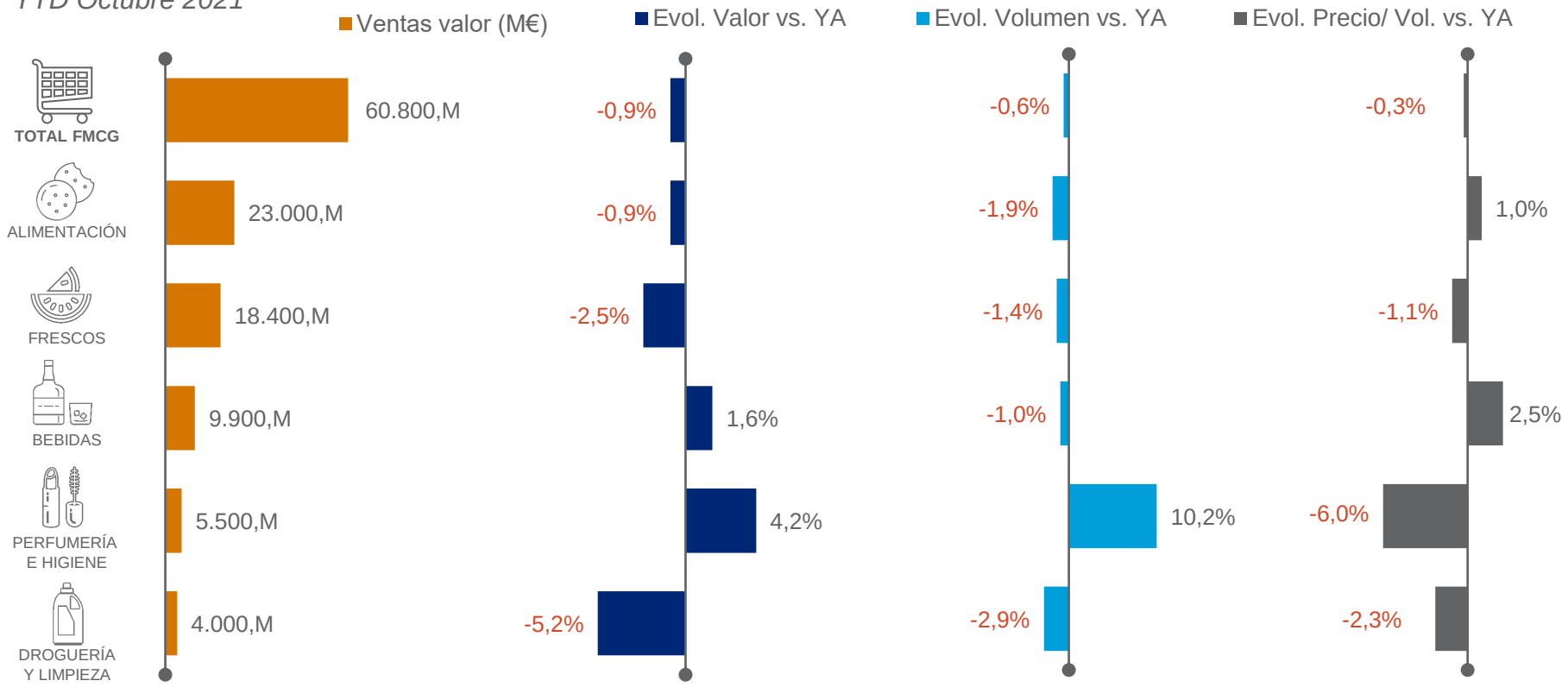


Fuente: IRI Infoscan Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Visión general del Gran Consumo: Evolución de los principales KPI´s por departamento

YTD Octubre 2021

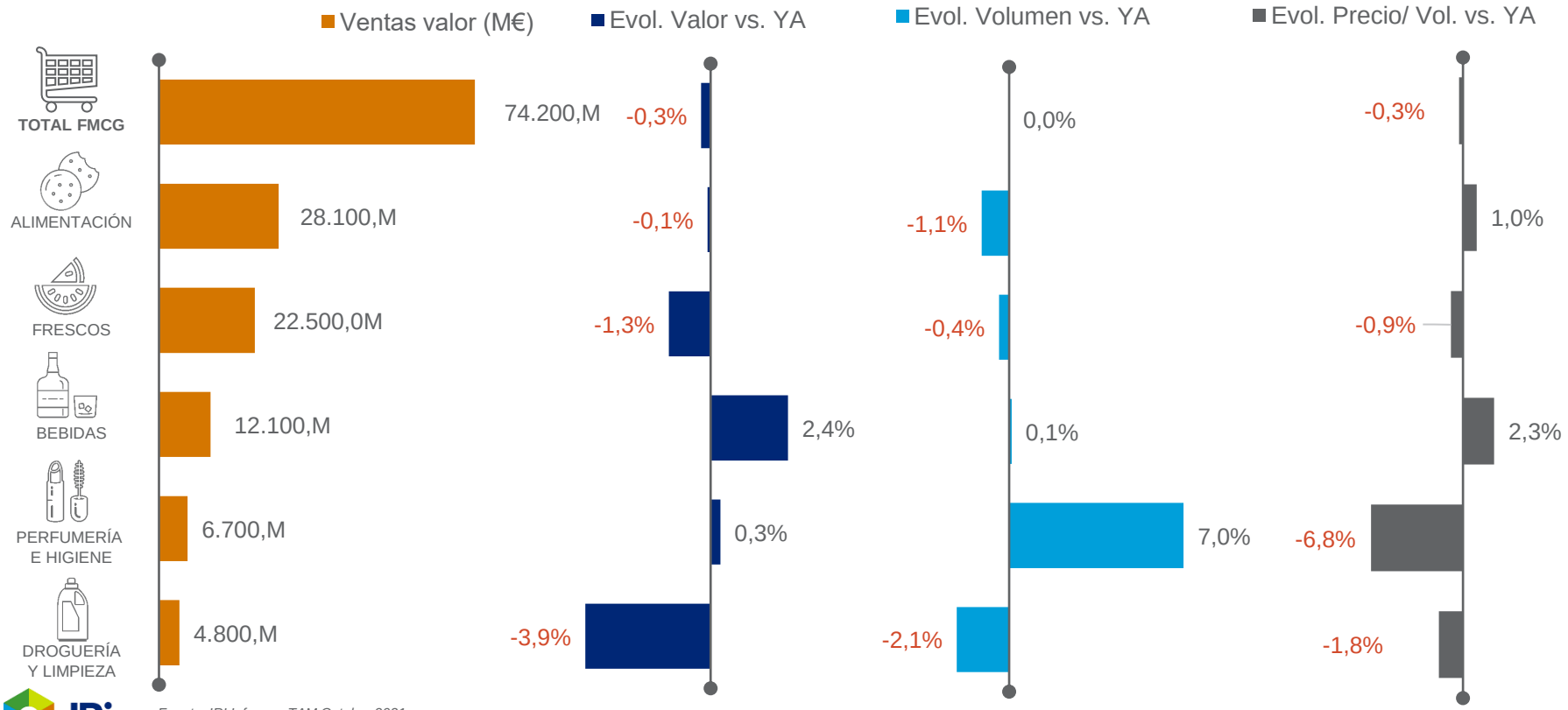


Fuente: IRI Infoscan YTD Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Visión general del Gran Consumo: Evolución de los principales KPI´s por departamento

TAM Octubre 2021

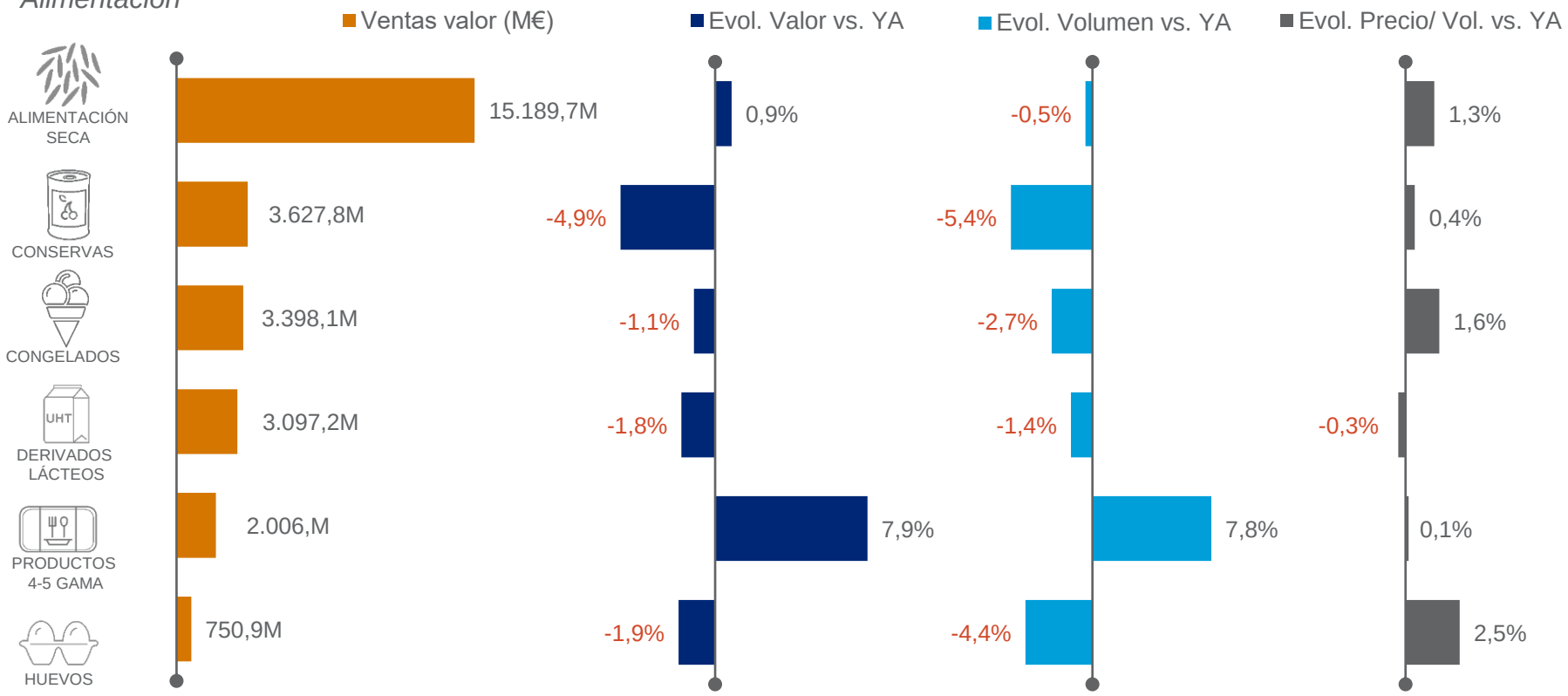


Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Visión general del Gran Consumo: Evolución de los principales KPI´s por sección

Alimentación

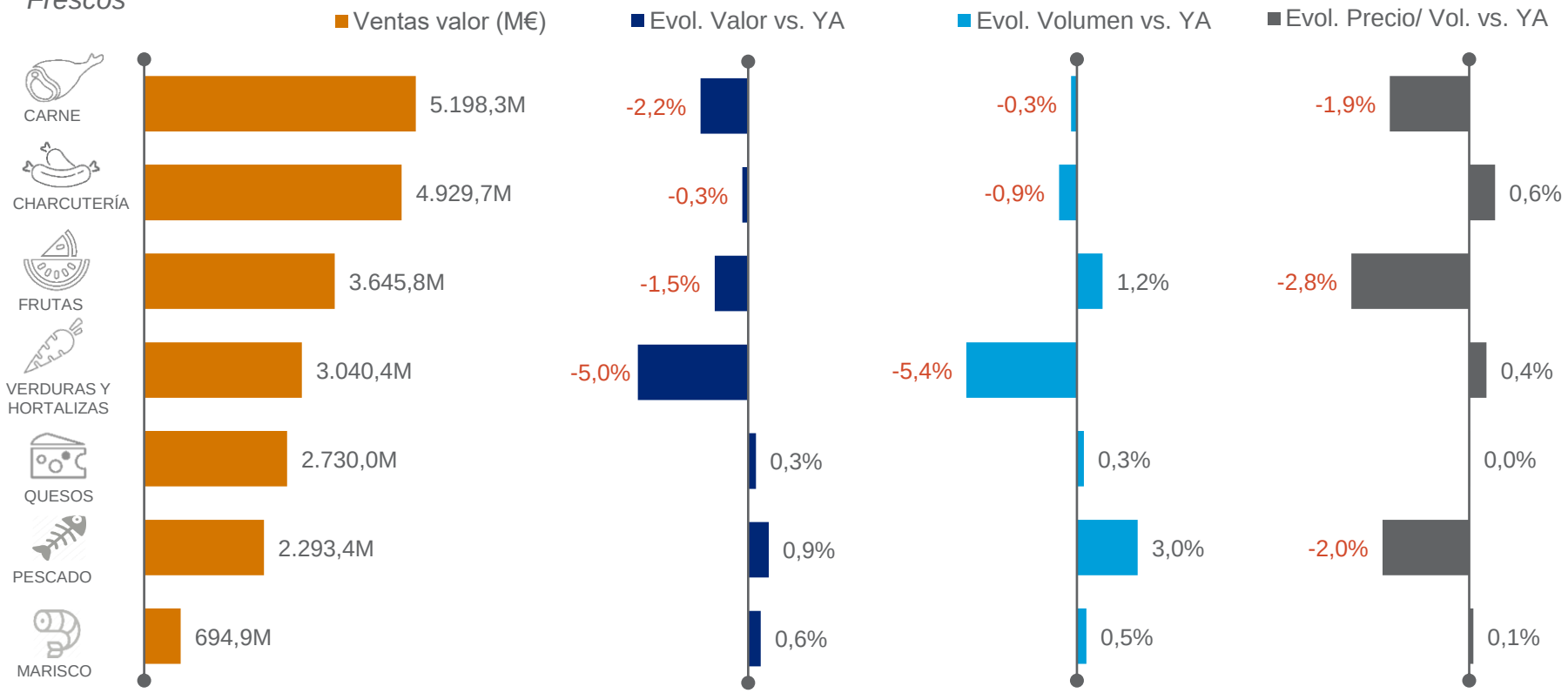


Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Visión general del Gran Consumo: Evolución de los principales KPI´s por sección

Frescos

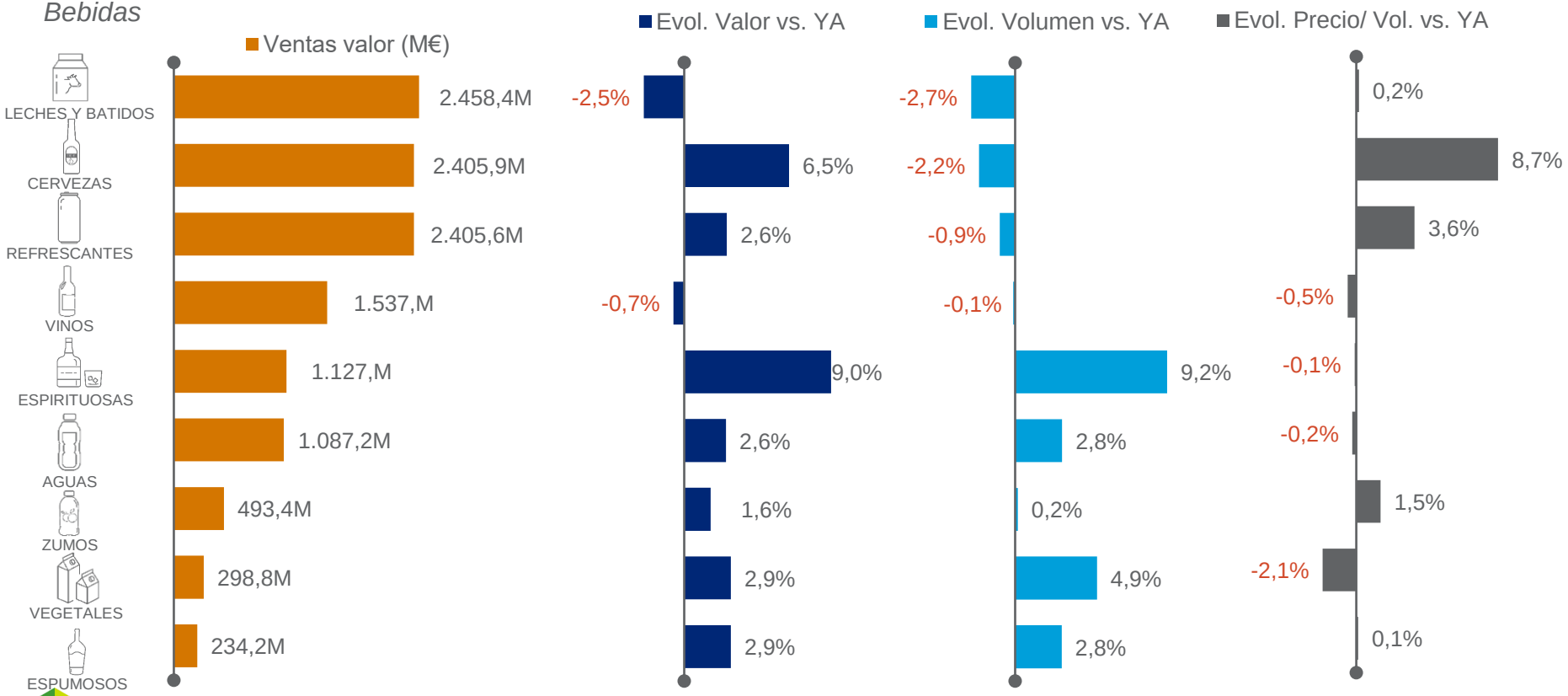


Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Visión general del Gran Consumo: Evolución de los principales KPI´s por sección

Bebidas

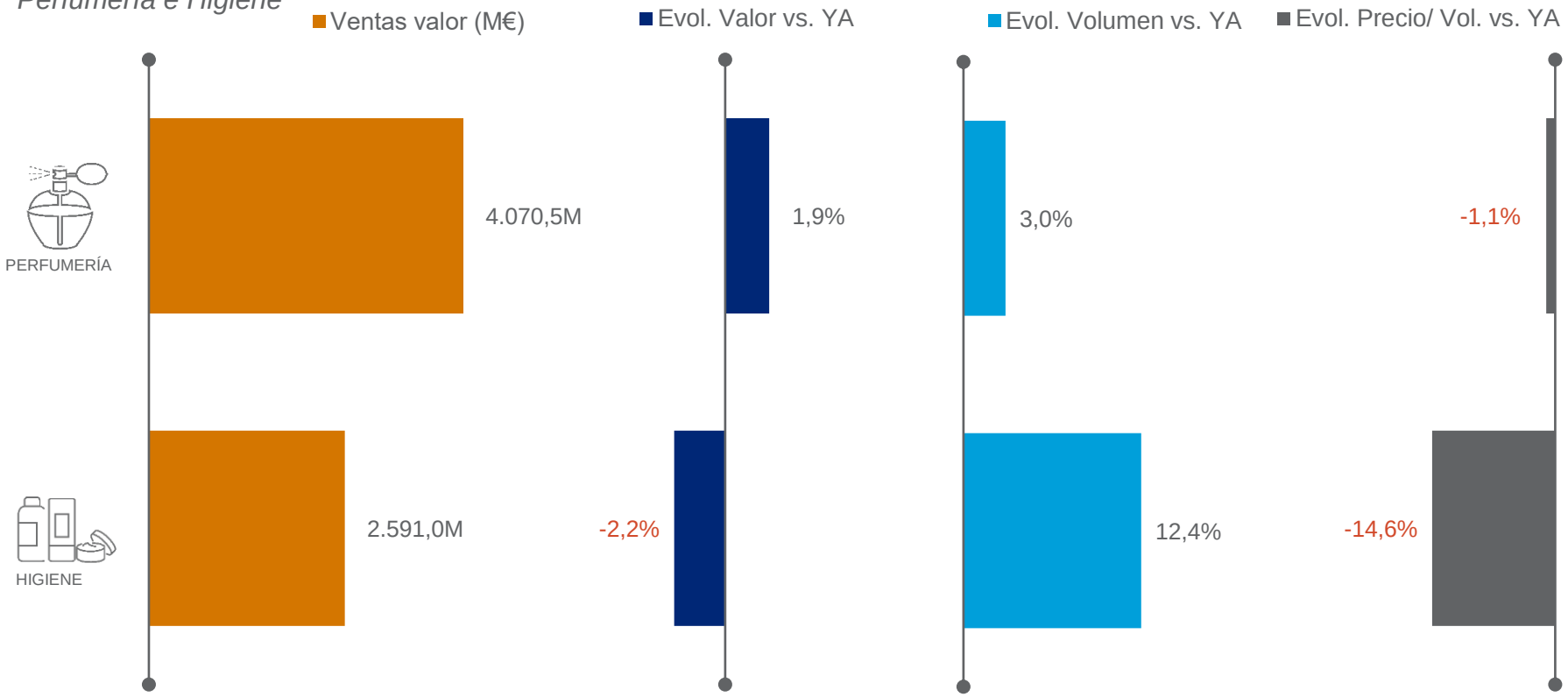


Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Visión general del Gran Consumo: Evolución de los principales KPI´s por sección

Perfumería e Higiene

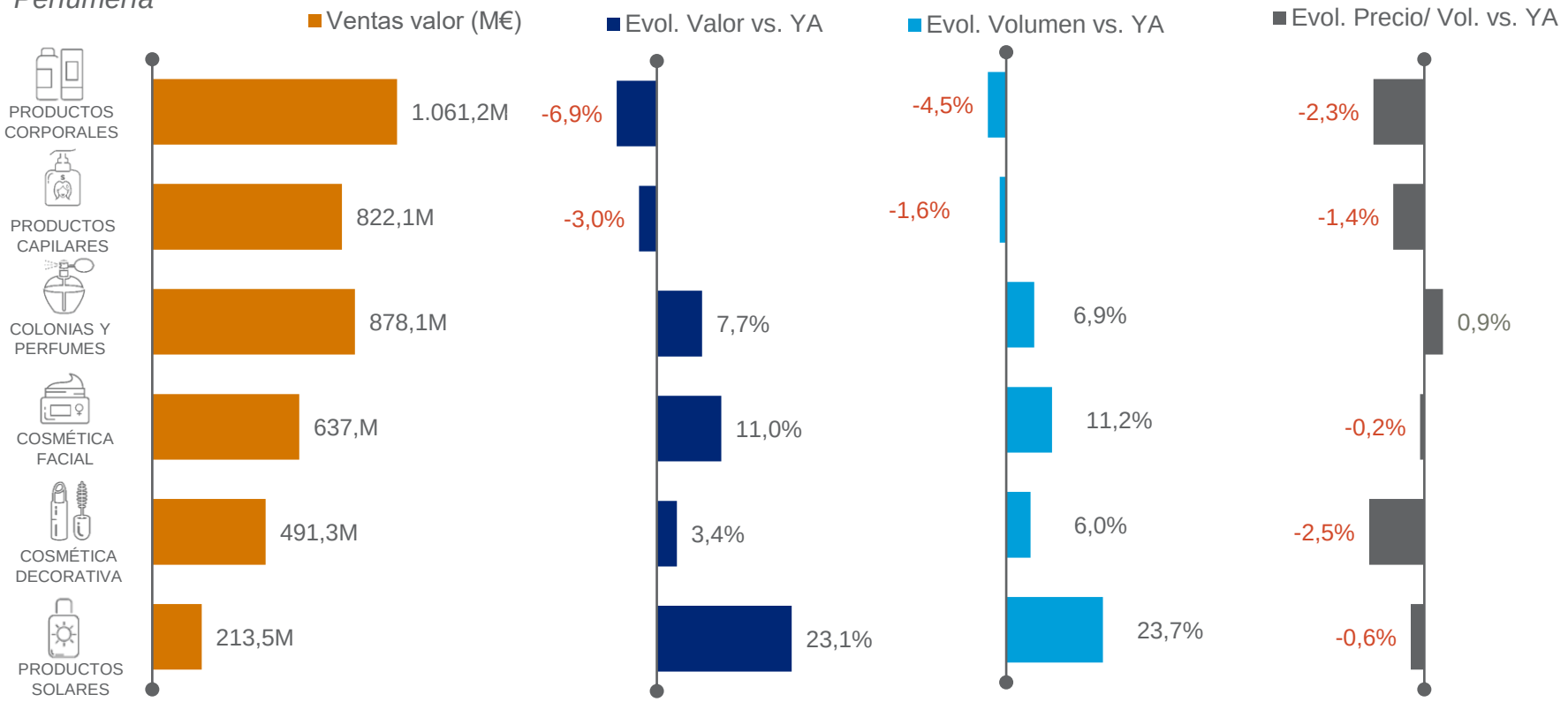


Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Visión general del Gran Consumo: Evolución de los principales KPI´s por sección

Perfumería

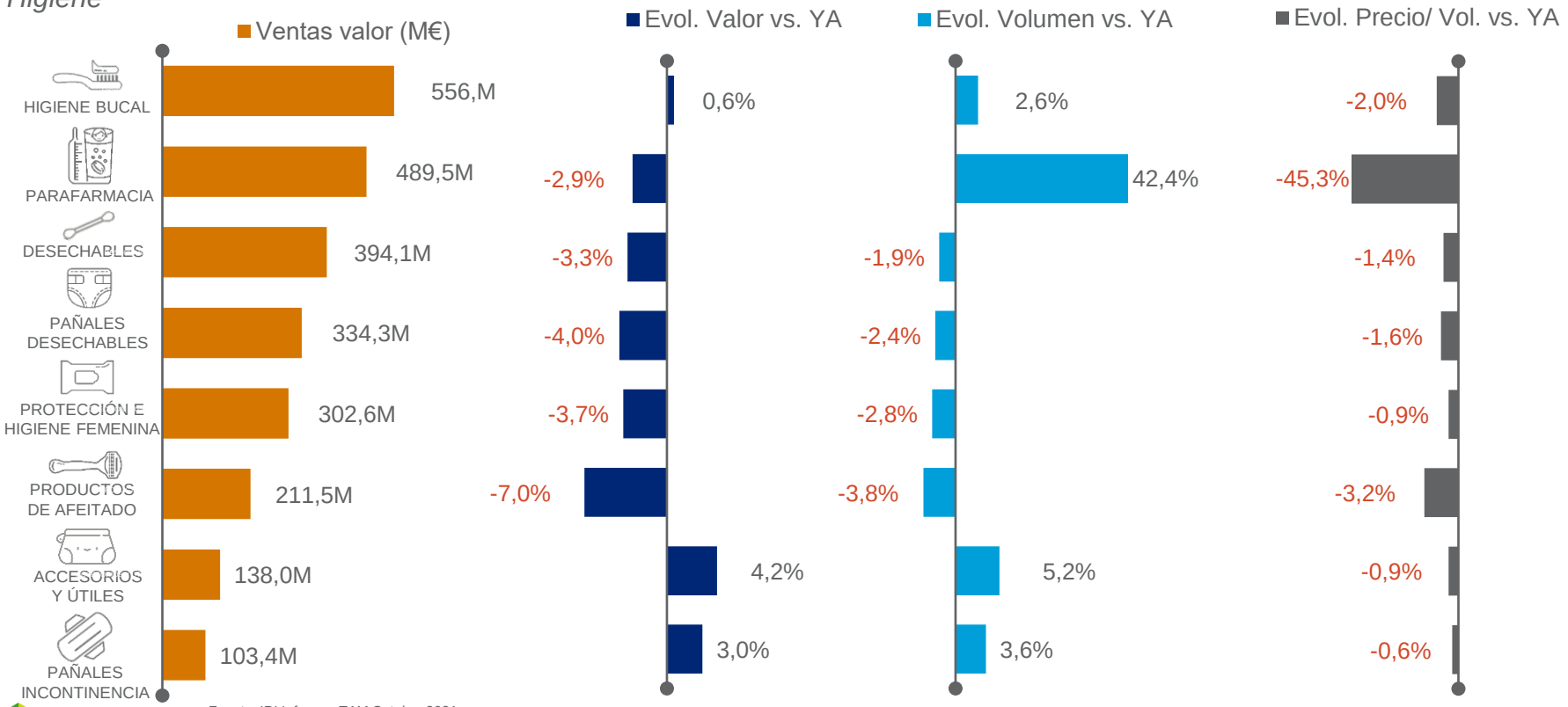


Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)
Nota: categorías con un peso en ventas valor inferior al 2% no incluidas

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Visión general del Gran Consumo: Evolución de los principales KPI´s por sección

Higiene

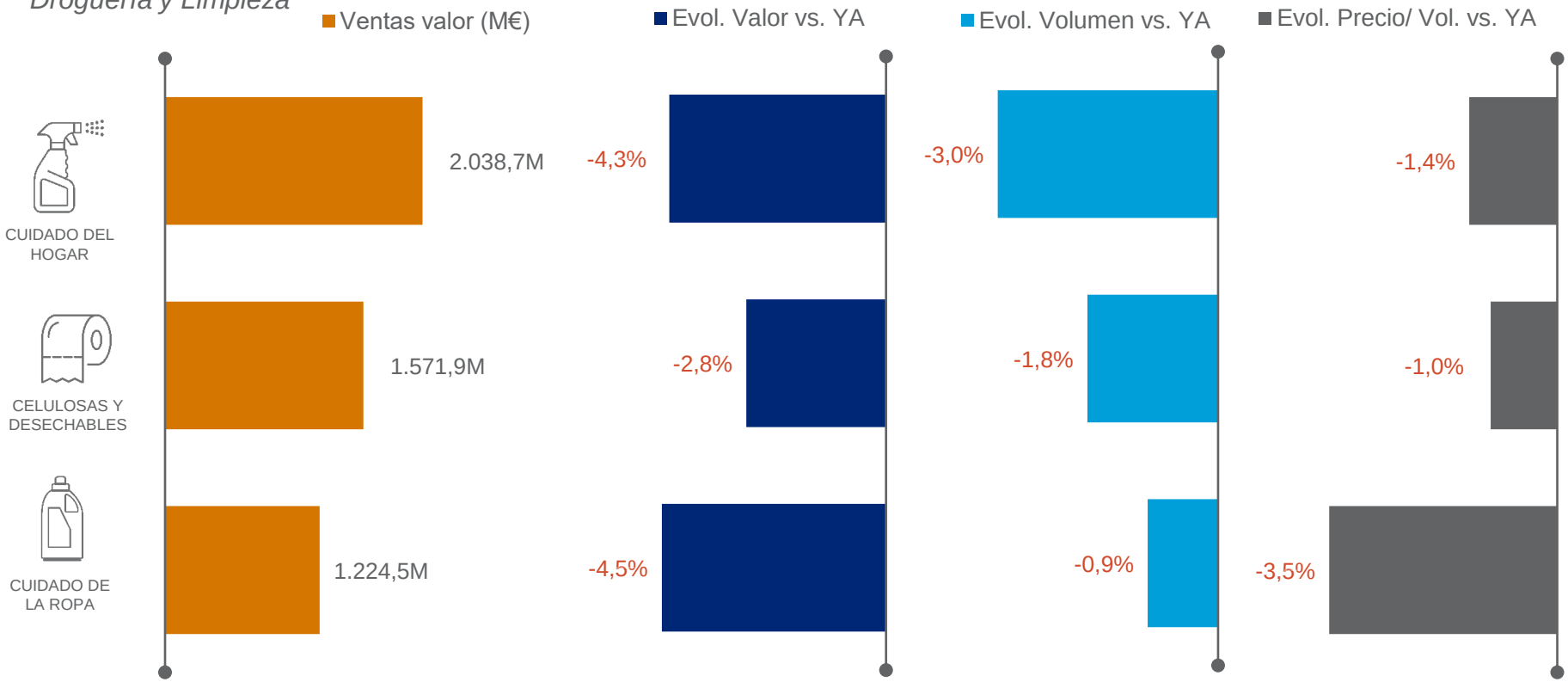


Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)
Nota: categorías con un peso en ventas valor inferior al 2% no incluidas
** El crecimiento de los productos de parafarmacia viene propiciado por la introducción de las mascarillas higiénicas en hipermercados y supermercados*

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Visión general del Gran Consumo: Evolución de los principales KPI´s por sección

Droguería y Limpieza



Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

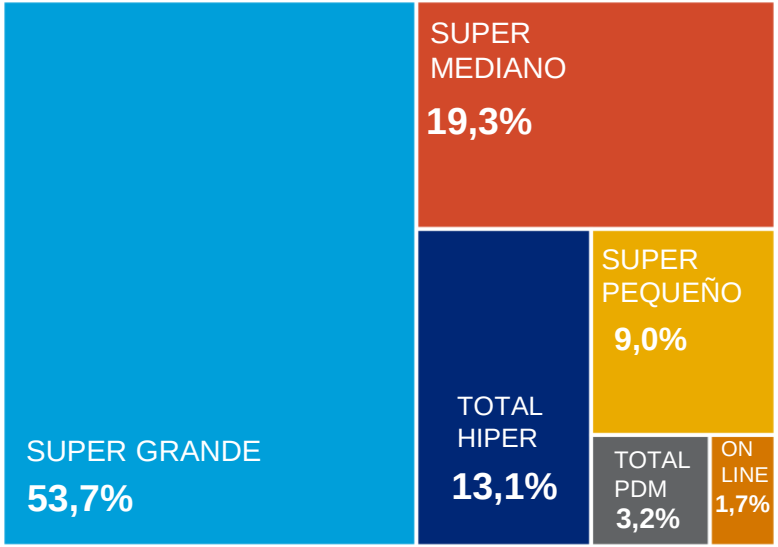
Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Canales y geografías

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

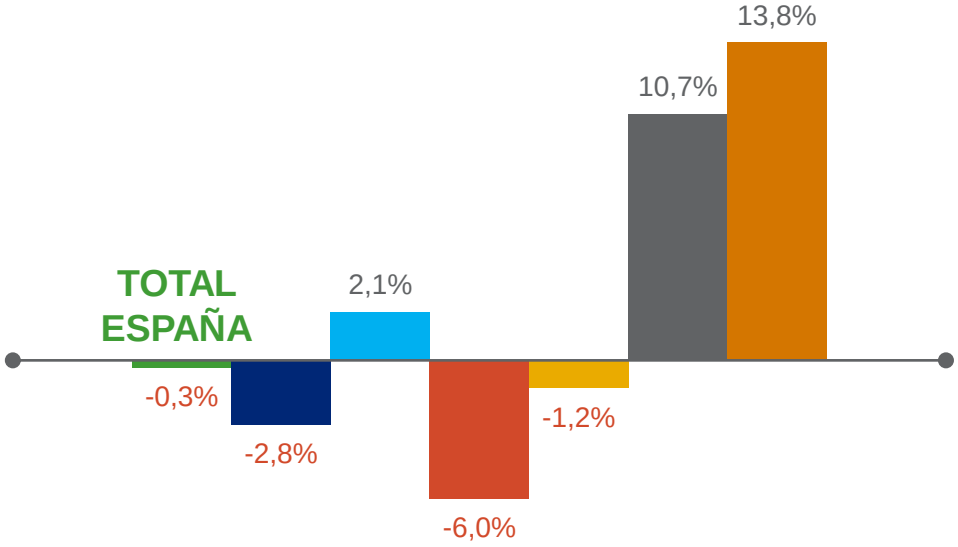
Análisis por canal: Peso de cada canal y su evolución en valor

Cuota por canal en ventas valor



TAM

Evolución por canal en ventas valor



TAM

Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)
Excluida área Canarias del análisis

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Análisis por comunidad autónoma: evolución en valor último mes vs. YA

Fuente: IRI Infoscan Octubre 2021.
Evolución en valor vs. YA
Geografía: Hiper + Super > 100m (excluído el canal PDM del análisis)

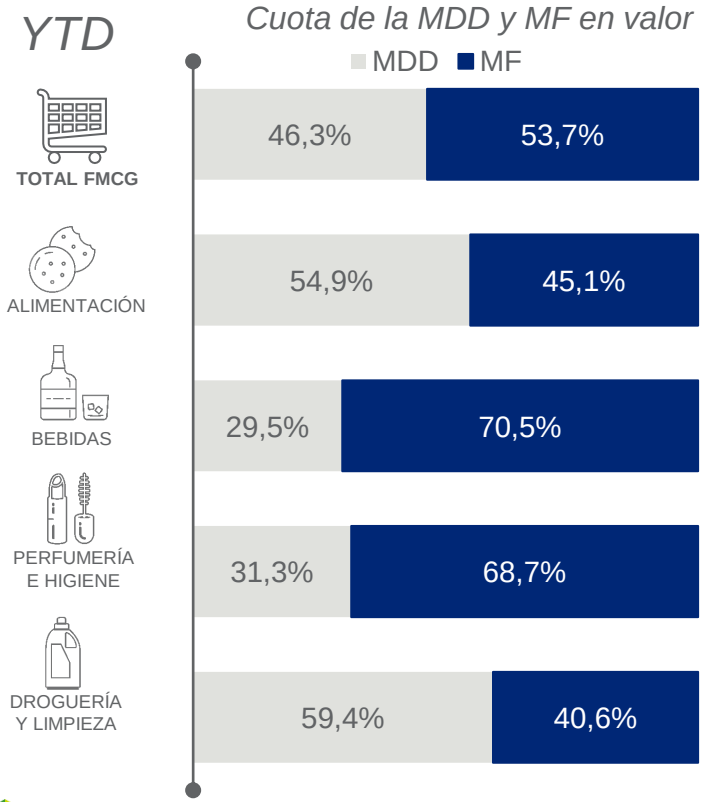
Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

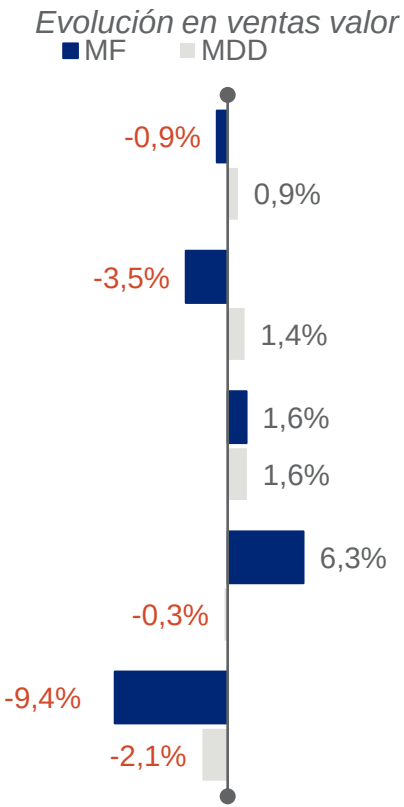
Marca de distribuidor y de fabricante

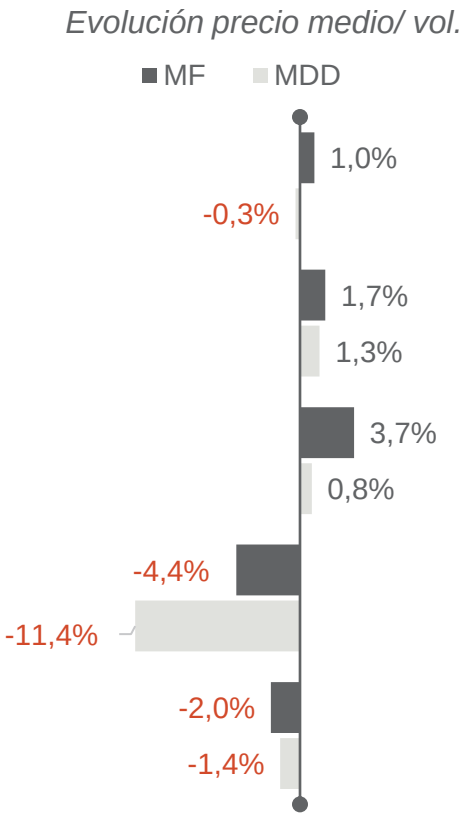
Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Análisis de la MDD vs. MF: Cuotas y evolución en ventas valor por departamento

**Nota: excluidos los productos frescos del análisis*





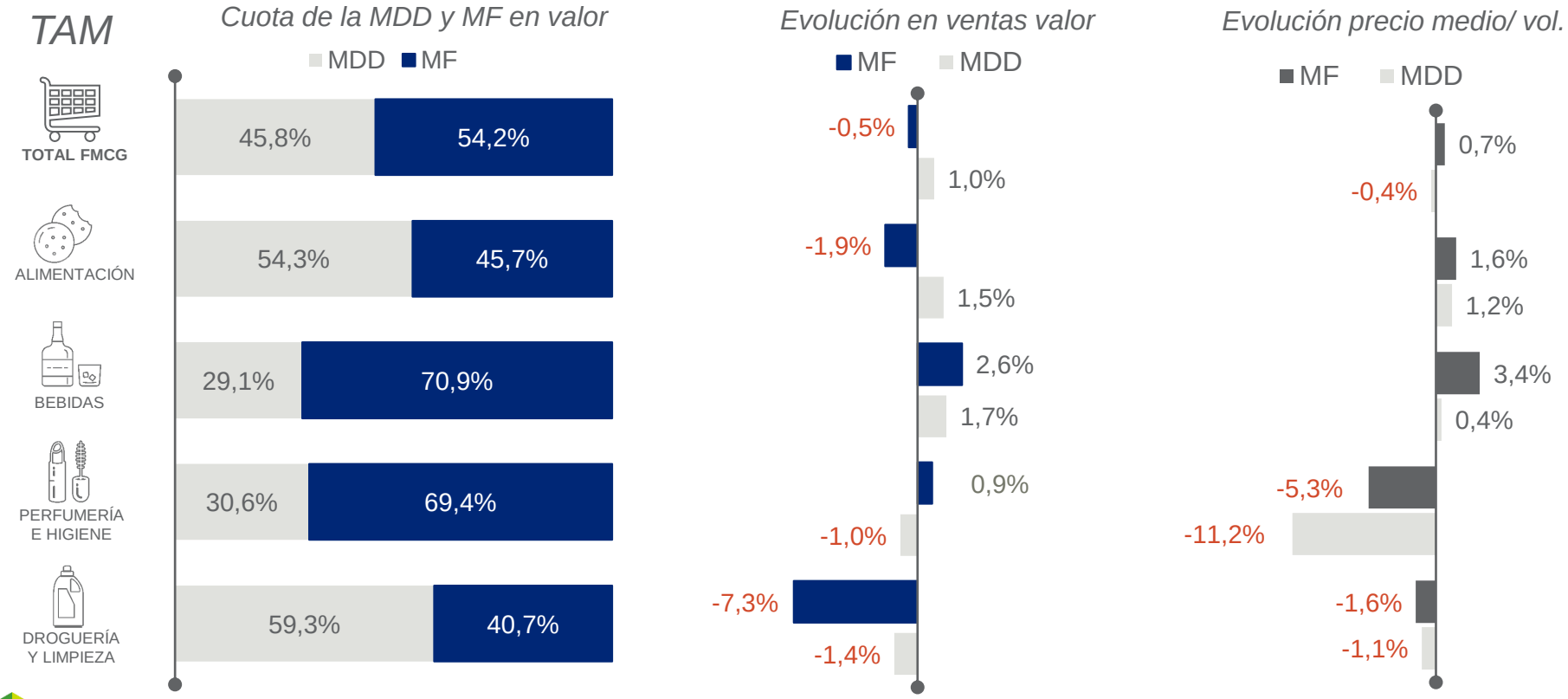


Fuente: IRI Infoscan YTD Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Análisis de la MDD vs. MF: Cuotas y evolución en ventas valor por departamento

**Nota: excluidos los productos frescos del análisis*



Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

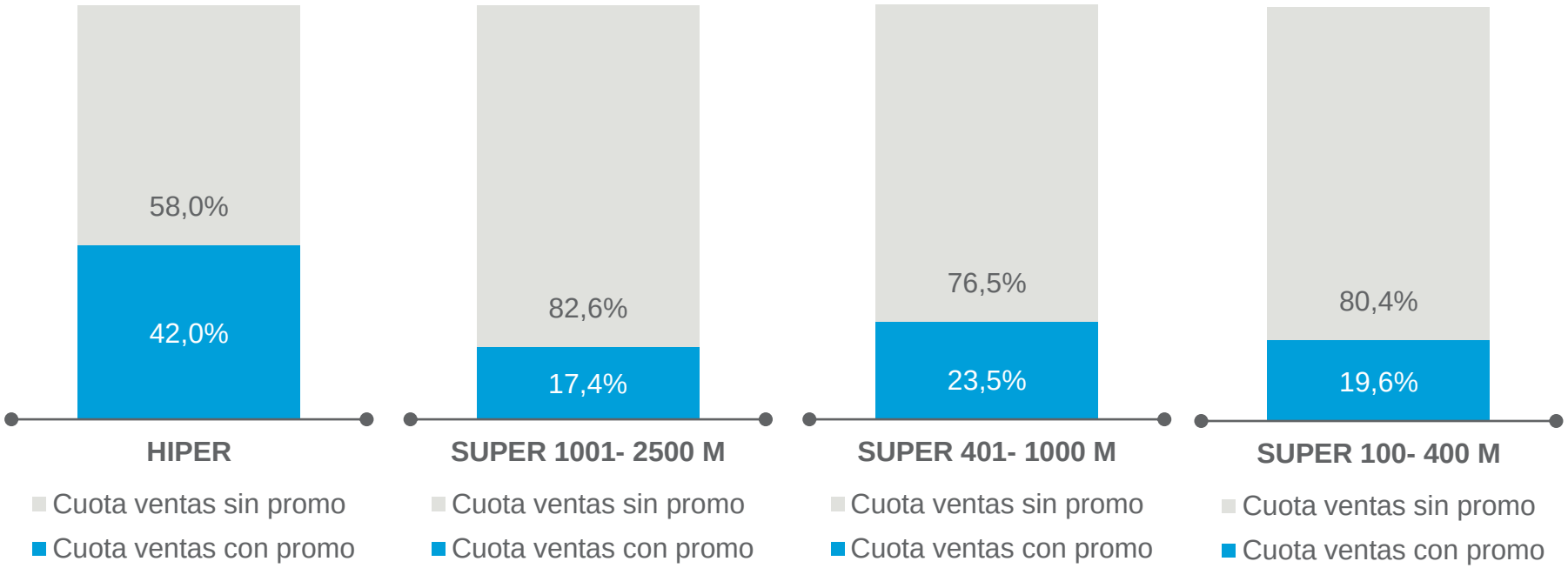
Promociones

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Análisis de las promociones en valor por canal de la marca de fabricante

YTD

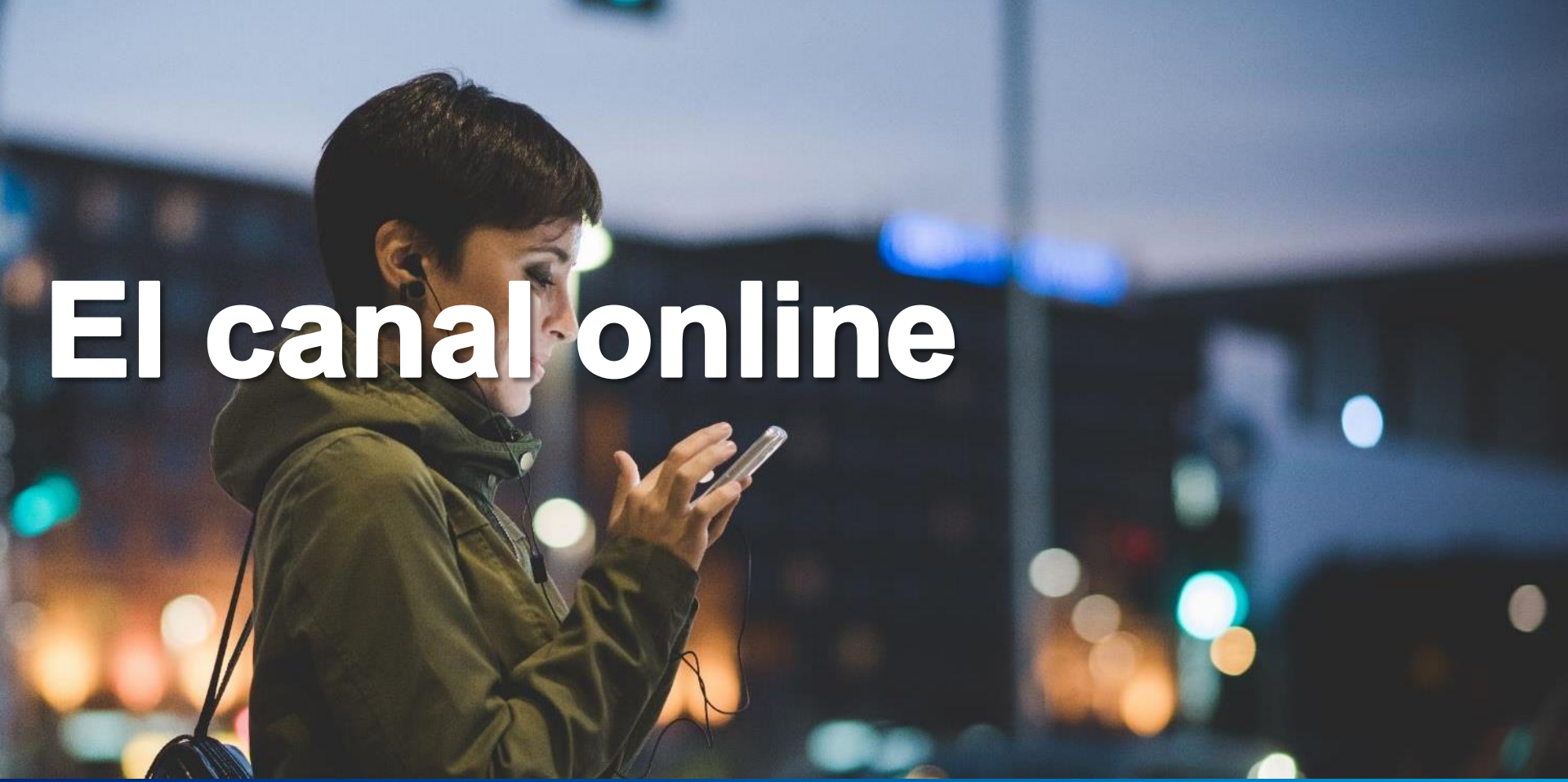
Cuota de ventas con y sin promoción en valor de la marca de fabricante



Fuente: IRI Infoscan YTD Octubre 2021

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

El canal online



Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

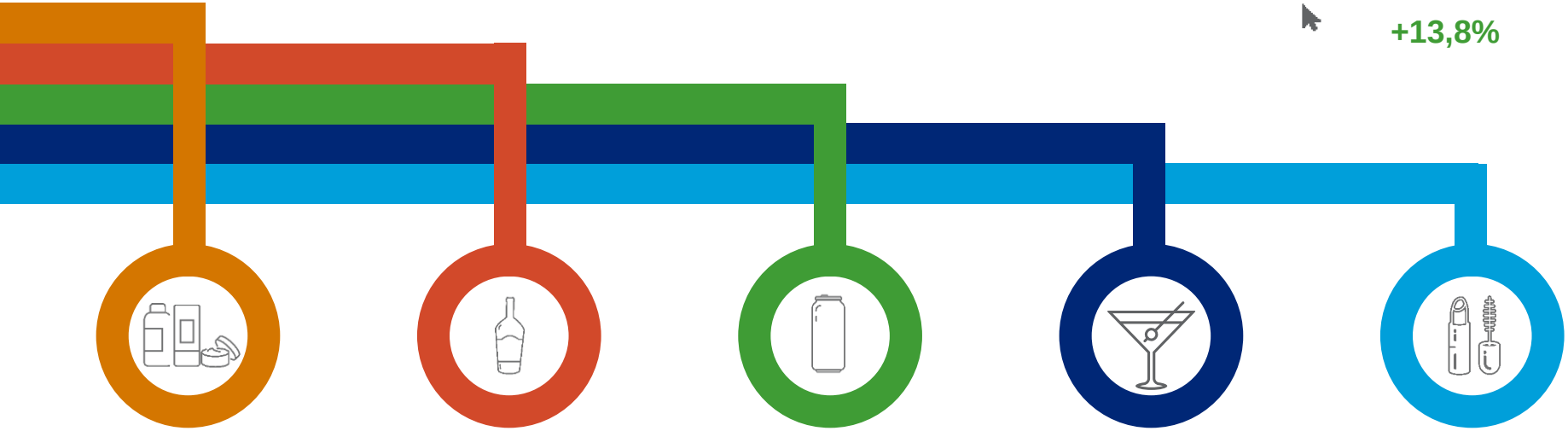
Análisis del canal online: evolución en valor

Top 5 secciones con mayor evolución en ventas valor en el canal online

BUY

Evolución valor
Total e-commerce
Universo IRI

+13,8%



HIGIENE

+32,8%

ESPUMOSOS

+31,7%

BEBIDAS REFRESCANTES

+25,7%

ESPIRITUOSAS

+20,7%

PERFUMERÍA

+18,7%

Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre 2021
Geografía:Total Online (no extrapolado)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Análisis de la cesta de la compra física vs. online

LA CESTA DE LA COMPRA

TIENDA FÍSICA

	PESO EN VENTAS VALOR
CARNE	7,0%
FRUTA	4,9%
VERDURA Y HORTALIZAS	4,1%
CERVEZAS	3,2%
LECHE LARGA CONSERVA	2,7%
PESCADO FRESCO	2,3%
YOGURES FRESCOS SÓLIDOS	1,9%
REFRESCOS DE COLAS	1,6%
FIAMBRES Y JAMON COCIDO	1,6%
PESCADO/MARISCO CONGELADO	1,5%

Estas categorías suponen el

30%

de las ventas en valor para el TAM sobre el

TOTAL FMCG

TIENDA ONLINE

	PESO EN VENTAS VALOR
CREMAS/GELES BELLEZA FEMENINA	3,8%
CARNE	3,3%
PAÑAL Y BRAGAPAÑAL	3,3%
LECHE LARGA CONSERVA	3,2%
CERVEZAS	2,7%
FRAGANCIAS FEMENINAS	2,7%
FRUTA	2,3%
VERDURA Y HORTALIZAS	2,2%
COMPLEM. ALIMENTACIÓN	2,1%
CEPILLOS DE DIENTES	2,0%
AGUA SIN GAS	2,0%

Fuente: IRI Infoscan TAM Octubre 2021
Geografía:Total España (Hiper + Super > 100m + Perfumería y Droguería Moderna) y Total Online (no extrapolado)

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

¿Cuál es nuestra forma de leer el mercado?

IRI Infoscan® es el panel de detallistas que cuantifica mercados (en volumen y valor) describiendo la evolución mediante metodología periódica de información de una muestra de establecimientos del universo definido.
Cuenta con un universo que incluye establecimientos en régimen de libre servicio, dotados con sistema de ventas escáner y con una superficie de sala de ventas superior a 100 m2 así como el canal de Perfumería-Droguería Moderna de más de 100m2. Asimismo, leemos el canal online de los principales players a nivel nacional de alimentación y Perfumería y Droguería Moderna.

DISTRIBUIDORES

Muestra representativa del universo del libre servicio > 100 m2 + PDM

RED DE CAMPO IRI

Enriqueciendo con información observable (promociones) en el punto de venta

DPTO. OPERACIONES LOCAL

Codificación
Proyecciones
Jerarquización
Procesamiento

CLIENT GROWTH DELIVERED

Generación de reportes con los KPI´s más representativos

OUTPUT

Asesoramiento a nuestros clientes para implementar tácticas en el mercado que les permita crecer en su negocio

Gracias a la medición con sistemas de venta escáner aseguramos una metodología precisa de medición del libre servicio. Es por ello, que en nuestro universo no contemplamos otros canales que no utilizan escáner, ya que de otra manera no podríamos garantizar la fiabilidad de la información.

Representa el 100% de las ventas del canal moderno

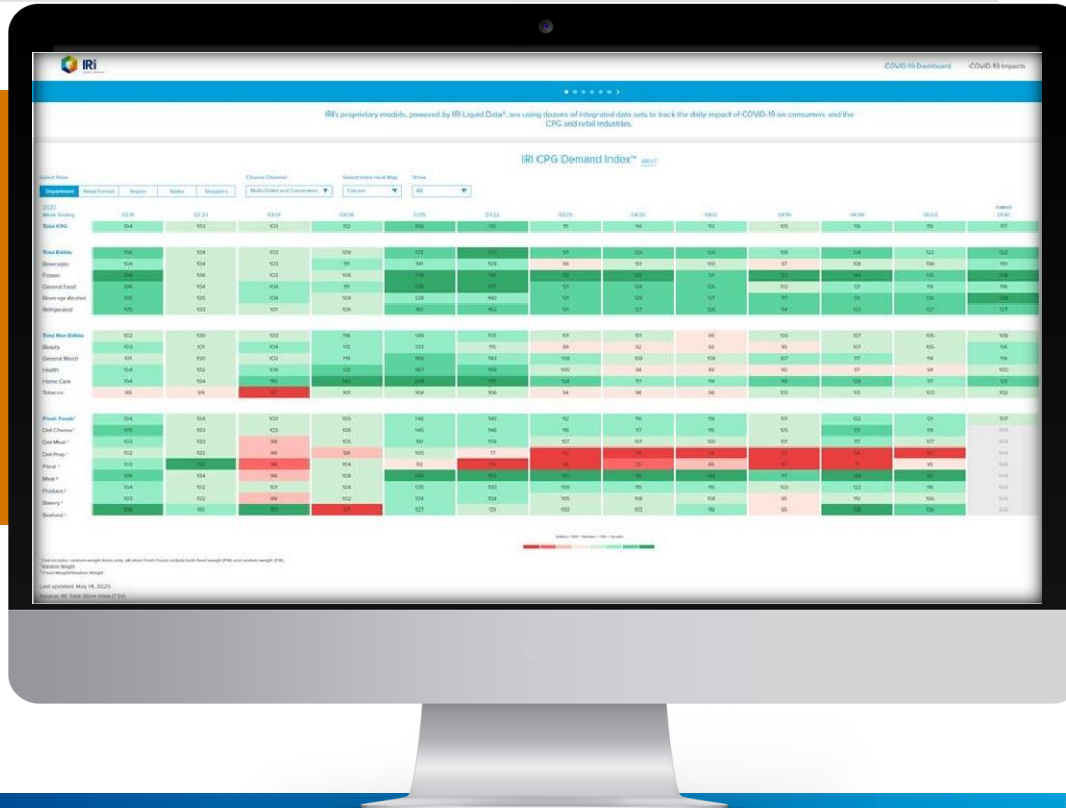
Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Accede a nuestros Insights de la web para una mejora en la toma de decisiones

El índice de la demanda en gran consumo

Proporciona una medida estándar para rastrear cambios en el gasto de productos de gran consumo.

La información está disponible semanalmente por categorías de productos y por canales, tanto para España como para los países europeos y EE.UU.

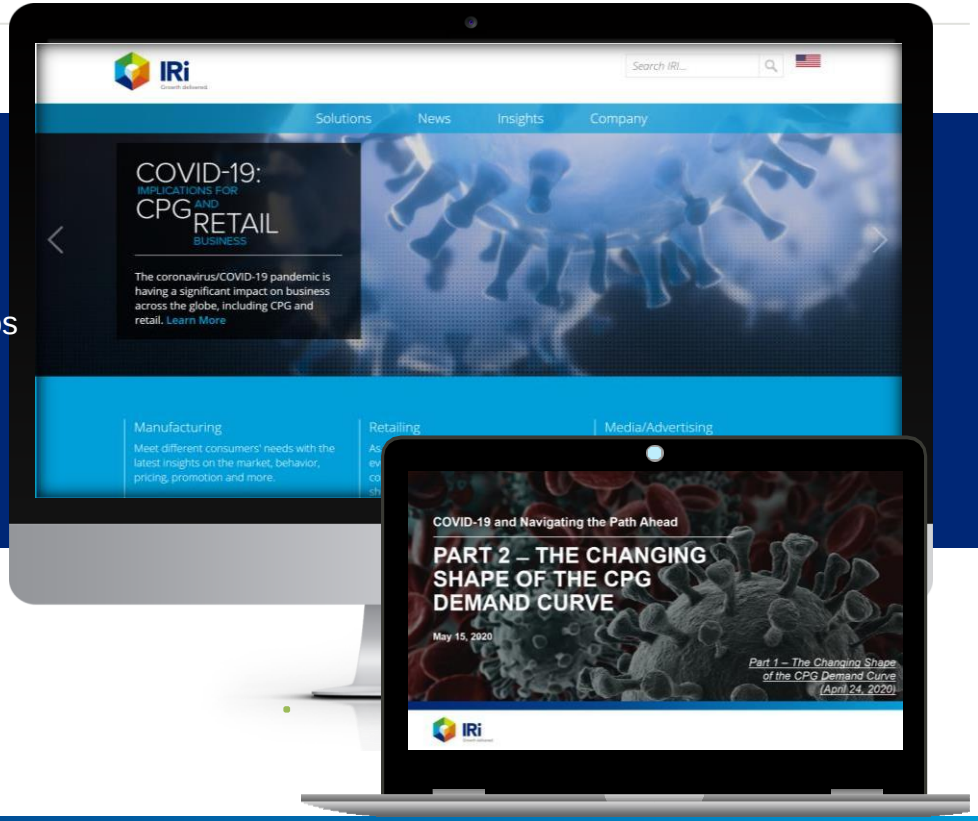


Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

Sigue de cerca el impacto del COVID en gran consumo tanto en España como en el mercado internacional

El impacto del Covid-19 en gran consumo

- ¿Cómo ha afectado el COVID a este sector?
- ¿Cuál es el comportamiento del consumidor en momentos de recesión?
- ¿Cuáles son las últimas tendencias en el sector del gran consumo?
- ¿Qué ha pasado en el mercado internacional?



Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.

IRi

Growth delivered.

Gracias

Spain-Marketing@IRIworldwide.com

Copyright 2021 IRI. All Rights Reserved.