

20 minutos

MIBOLSILLO

@20mMibolsillo

EL MEDIO DE ECONOMÍA DE 20MINUTOS Número 50. Diciembre de 2017

CONSUMO / 8

La Fama y El Almendro lideran la venta de turrón



Fuentes del sector auguran un crecimiento del 4% en 2017 y destacan el éxito del formato de venta en bandejas con surtido de diferentes turrónes.

ENTREVISTA / 6 Y 7

Ileana Izverniceanu, portavoz de la OCU

INVERSIÓN / 14

2018, un buen año para invertir en Bolsa

EXTRA INNOVACIÓN España queda al margen del avance europeo

EL SÚPER 'ONLINE', UN MERCADO POR MADURAR

2% CUOTA MERCADO Es la primera vez que el gran consumo alcanza estos valores en España

26% DE LOS HOGARES Según Kantar, una de cada cuatro familias ha comprado por Internet entre 2016 y 2017

«**ALTO POTENCIAL.** Es algo todavía residual, pero el Ministerio destaca su «desarrollo»

LOLITA BELENGUER

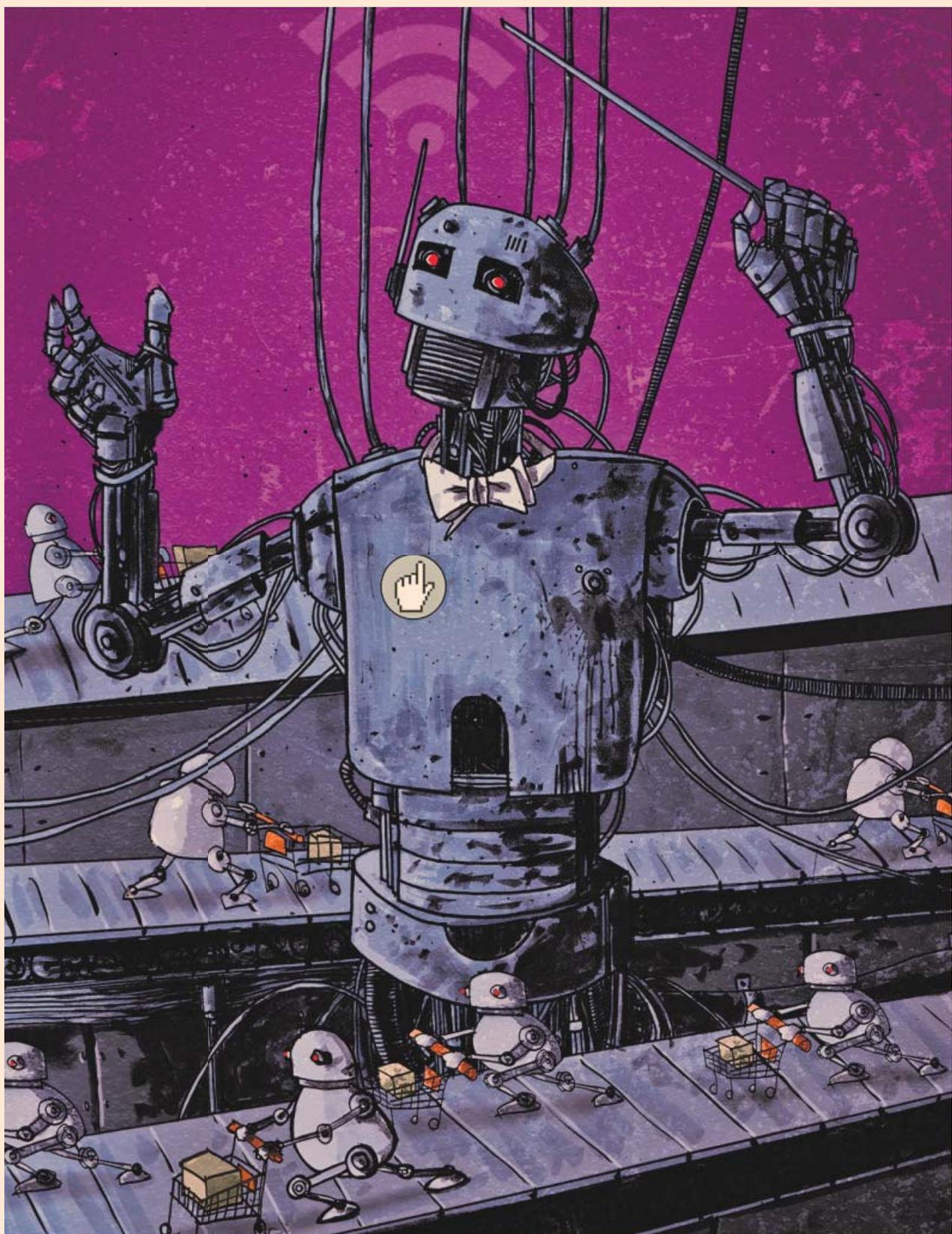
lbelenguer@20minutos.es / @lolitabelenguer

Llenar el carrito de la compra a través del canal *online* es una costumbre todavía minoritaria pero que cada vez gana más adeptos en España. La falta de tiempo es un factor clave a la hora de buscar alternativas a ir al súper y volver cargados a casa, especialmente durante estas fechas navideñas en las que hacemos gran acopio de alimentos. La distribución moderna se sitúa como «motor de la recuperación» del sector gran consumo, de acuerdo a las conclusiones del informe *Tendencias en la distribución 2017* de Kantar, que revela que el *e-commerce* ha

alcanzado este año por primera vez en España el 2% de cuota dentro de gran consumo (envasado, —un 1,3% con frescos—). También según Kantar, un 26% de los hogares españoles compró por Internet productos de alimentación (excepto frescos), droguería y perfumería entre abril de 2016 y marzo de este año, frente al 22% que lo hizo el año anterior. Durante el mismo periodo también aumentó la frecuencia (de 3,1 a 3,7 compras anuales), pero disminuyó en 2,4 euros el ticket medio, que sitúa en 43,4 euros.

La CNMC sitúa a los supermercados, hipers y tiendas de alimentación como la octava rama con mayor penetración del canal *online* en España, con un 3,9% de su volumen de negocio, según su último estudio sobre el comercio electrónico en España.

PASA A PÁGINA SIGUIENTE



LUIS F. SANZ