

## **La crisis no puede con los Reyes**

**En la semana previa a Reyes, las visitas se dispararon un 16,3% en términos interanuales, el mayor aumento registrado durante toda la campaña de Navidad.**

**El mes de enero ha acabado con un aumento de la afluencia a los centros comerciales del 1,6%, casi la mitad que en el mismo mes de 2008.**

**Madrid, 19 de febrero de 2009.-** En los días previos a Reyes, la afluencia a las grandes superficies se disparó. Ni la crisis ni las malas expectativas económicas para 2009 han podido con la tradición de los Reyes. A la influencia de uno de los días con mayor tradición consumista, se ha sumado en esta ocasión además el adelanto de las rebajas, disfrazadas en forma de descuentos, que se ha producido este año en plena campaña navideña y en la mayor parte de los comercios, como medida para combatir el debilitamiento del consumo generado por la crisis económica.

Las compras de última hora fueron, un año más, la tónica dominante. La semana más fuerte de toda la campaña navideña se registró en la semana previa a Reyes, cuando las visitas a los centros comerciales llegaron a aumentar, en términos interanuales, hasta un 16,3. Todo un hito teniendo en cuenta que en diciembre la evolución de la afluencia fue negativa a lo largo de todo el mes, acumulando una bajada total del -6,9%.

A pesar de este fuerte empujón de Reyes y de la agresiva campaña de rebajas, el mes de enero ha acabado con un ligero aumento en las visitas del 1,6%, casi la mitad que en enero del año pasado cuando las entradas y salidas a los centros comerciales crecieron casi el doble, en concreto un 2,9%.

Del estudio de los datos del Índice Experian FootFall semana a semana se deduce que la primera semana oficial de rebajas no consiguió suscitar el suficiente interés en el público y la evolución de las visitas apenas se quedó en un -0,9% frente a la misma semana del año anterior. A medida que fueron pasando los días, los índices de afluencia semanal fueron mejorando, para acabar el mes de nuevo en negativo.

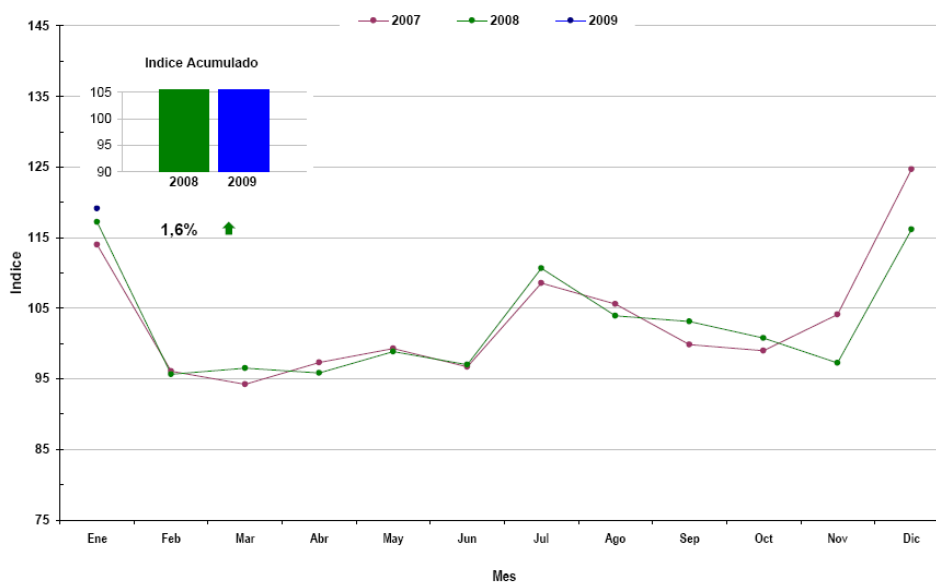
### Acerca del Índice Experian FootFall

El índice Experian FootFall se elabora mensualmente sobre una muestra de centros comerciales repartidos de forma estratégica por toda España. Todos ellos utilizan el sistema de conteo de Experian FootFall y representan a más del 30% de la población española, lo que en términos demográficos supone una muestra suficientemente representativa. El Índice tiene como punto de referencia el mes de noviembre 2002.

Ver gráfico adjunto correspondiente al mes de enero.



Indice FootFall - España



Basado en el mes de Noviembre 2002, con un Índice de 100

El Índice Experian FootFall consiste en un indicador nacional de afluencia media de visitantes por centro Comercial en España que se publica mensualmente. Basado en una lista representativa de Centros Comerciales y Tiendas de Retail a través de la geografía española, muestra la variación nacional, mensual y anual, de afluencia y la progresión de la desviación desde Noviembre del año 2002.



### **Acerca de Experian plc**

Experian plc es un líder global que ofrece a organizaciones y consumidores servicios de información, análisis y marketing, para ayudarles a gestionar mejor los riesgos y recompensas de sus decisiones comerciales y financieras.

Mediante la combinación de herramientas de información únicas y un profundo conocimiento de individuos, mercados y economías, Experian colabora con organizaciones de todo el mundo para establecer y reforzar las relaciones de éstas con sus clientes y dotar a sus negocios de una ventaja competitiva.

Experian proporciona asimismo a los consumidores información crítica que les permite tomar sus decisiones financieras y de compra con un mayor control y confianza.

Entre nuestros clientes hay compañías pertenecientes a distintos sectores como servicios financieros, retail y venta por catálogo, telecomunicaciones, utilities, medios, seguros, automoción, ocio, e-commerce, industria, sector inmobiliario y sector público.

Experian plc cotiza en la Bolsa de Londres (EXPN) y forma parte del FTSE-100. Con oficina central en Dublín (Irlanda), sus sedes operativas están en Costa Mesa (California) y Nottingham (Reino Unido). Sus cerca de 15.500 empleados en 38 países de todo el mundo dan servicio a clientes en más de 65 países. Sus ventas anuales en el ejercicio fiscal finalizado a 31 de Marzo de 2008, alcanzaron los 4.059 Millones \$ (2.858 Millones €).

**Para mayor información, visite nuestras páginas web: [www.experian.es](http://www.experian.es); [www.experiangroup.com](http://www.experiangroup.com)**

### **Acerca de Experian FootFall**

**Experian FootFall** es el primer proveedor de información y servicios europeo por el número de personas que computa en su acceso a tiendas, grandes almacenes y centros comerciales. En total, registra el acceso de 6.000 millones de visitas al año en todo el mundo. En España, analiza las visitas a centros comerciales que representan el 30% de la población.

---

Para más información:

#### **Ippi Comunicación**

Cristina García del Valle  
[cristina@ippi.es](mailto:cristina@ippi.es)

Jaime de la Fuente  
[jaime@ippi.es](mailto:jaime@ippi.es)

Tlf: 91 314 81 78

#### **Experian**

Mayte Romo  
[mayte.romo@experian.es](mailto:mayte.romo@experian.es)

Tlf: 91 530 03 85