



## El 68,6% de los hogares españoles prefiere ahorrar y prevenir ante la incertidumbre económica

La Cooperativa ha reunido hoy a expertos para tratar el tema de 'Ahorrar en tiempos de incertidumbre', dentro de su ciclo de Encuentros DecirHaciendo

València, 20 de octubre de 2022.- En el momento actual de incertidumbre, es importante reflexionar sobre cómo lo afrontan los hogares. El 68,6% ya declara que "ahora prefieren controlar sus gastos, para ahorrar y prevenir", lo que supone 5 puntos más que en el 2021, según el informe de Kantar que ha compartido Bernardo Rodilla, Retail Business Director de la firma, durante su intervención en el Encuentro DecirHaciendo sobre 'Ahorrar en tiempos de incertidumbre', organizado por la Cooperativa hoy en Valencia. Además, ha afirmado que, en septiembre, "hemos situado el incremento de los precios en un 12,7%. Este incremento se produce a pesar de los esfuerzos que están realizando los fabricantes y distribuidores por minimizar el impacto de la inflación, como demuestra que en un 50% de las categorías este incremento se sitúa por debajo del 8%".

Rodilla también ha puntualizado que la inflación está afectando a los hábitos de consumo, "puesto que, en el último año, el desperdicio alimentario en los hogares ha disminuido un 12,3%, situándose en el mínimo de los últimos años". También ha afirmado que el precio no es el único factor relevante en este momento, ya que para el 72% de los consumidores hay otros factores a tener en cuenta. Además, ha apuntado el afán de las cadenas por ofrecer cestas de la compra más asequibles, a través de las marcas propias de la distribución.

Ante la situación de contexto geopolítico inestable, incremento de costes energéticos, escasez de materias primas y subida de tipos de interés, el director de Socio-cliente y Marketing de Consum, Ricardo Marí, ha manifestado que "trabajamos en soluciones que ayuden ahorrar, desde la primera unidad, adaptadas al consumo real de nuestros clientes, con descuentos personalizados de nuestro programa Mundo Consum, con la posibilidad de comprar en sección al corte o a granel, con cantidades y calidades adaptables a cada economía, o una marca propia de calidad a precios muy competitivos".

Marí ha manifestado que, en momentos de incertidumbre como la actual, Consum ha generado ahorro, devolviendo a la sociedad 46,2 millones de euros, entre los cheques y descuentos entregados a los socios-clientes, que han sido 30,2 millones de euros, y los productos donados por su programa Profit, por un valor de 16 millones de euros.

Marí ha recordado que el precio es, sin duda, un factor decisor de compra en momentos de inestabilidad económica, tanto para el que tiene dificultades para llegar a final de mes, como el que tiene una buena situación, "porque la incertidumbre motiva un comportamiento orientado al ahorro". Y ha enfatizado lo fundamental del factor humano, "de poner a las personas en el centro, a nuestros clientes y a nuestros trabajadores, hecho que desemboca en un servicio de calidad muy atractivo que también es un factor diferencial. Para Consum es un valor actuar con sensibilidad social, atendiendo las necesidades de colectivos vulnerables".



“El éxito de la distribución alimentaria de proximidad, donde destaca el formato supermercado, se caracteriza por la capacidad de ofrecer una compra completa y variada muy cerca de las casas de los consumidores”, ha afirmado el secretario general técnico de ASEDAS, Felipe Medina. El equilibrio entre empresas y formatos es uno de los factores que definen la distribución en España y que la sitúa entre las más competitivas y eficientes de Europa. Otros son la baja concentración empresarial, un alto nivel de inversión y el hecho de ser uno de los sectores más intensivos en empleo. “Todo ello es determinante para que los precios de la alimentación en España se sitúen por debajo de la media de la Unión Europea, incluso si nos comparamos con otros países productores de alimentos y con parecido nivel de renta”, ha destacado Medina.

La incertidumbre del consumidor, así como su preocupación por el incremento de precios fue constatado por la fundadora de Ahorradoras.com, Mapi Amela, que dirige un portal con más de 800.000 personas que buscan cómo ahorrar dinero y tiempo en su vida diaria. “Según nuestros datos, el 73% de nuestra comunidad no comparaba precios en diferentes supermercados antes de la inflación y ahora, el 47% reconoce haber hecho grandes cambios en sus hábitos de compra para sobrellevar la subida de precios”, ha manifestado Amela. Entre dicha comunidad, el 40% utiliza las ofertas en los supermercados, el 30% los productos rebajados con fecha de caducidad próxima y el 23% las tarjetas de fidelización, entre otros. De este modo, más de un 80% reconoce que ha podido ahorrar. “Estamos recibiendo más consultas relacionadas con el ahorro en productos de primera necesidad, pero también personas que recurren, por primera vez, al uso de cupones, comienzan a comparar precios o se descargan, por primera vez, la App de descuentos de un supermercado. También nos piden más información sobre los ‘pruébalo gratis’ y promociones relacionadas”, ha afirmado Amela.

Para la fundadora de Ahorradoras.com “se está formando un perfil de consumidor interesado en realizar compras conscientes, que valora la calidad al mejor precio, que compara y que compra solo lo que necesita”.

**Sobre Consum.** Consum es la mayor cooperativa del arco mediterráneo español. Cuenta con 838 supermercados, entre propios y franquiciados Charter, distribuidos por Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía y Aragón. En 2021 facturó 3.378,9 millones de euros, un 1,6% más, y obtuvo un beneficio de 67,9 millones de euros. Con más de 4 millones de socios-clientes y 18.212 trabajadores, Consum es la única empresa de distribución con el Certificado de Empresa Familiarmente Responsable (Efr). En 2021 la Cooperativa ha sido certificada con el sello Top Employers, por noveno año consecutivo, como una de las Mejores Empresas de España para trabajar. La huella de carbono de la Cooperativa se ha reducido un 84% desde 2015. Además, es la primera empresa de distribución que ha obtenido el sello “Reduzco” del Ministerio para la Transición Ecológica y el 100% de los supermercados Consum son ecoeficientes.