



Un 52% de la compra de las familias españolas es de productos de marca propia de supermercado

- ALDI publica por primera vez el [Estudio sobre la marca propia en España 2021](#), que realiza una radiografía sobre el consumo de productos de marca propia en nuestro país y recoge las principales tendencias de compra de los españoles y españolas
- Los hogares españoles destinan actualmente el 40% de su presupuesto anual de la compra (una media de 1.016 euros en los seis primeros meses de 2021) a productos de marca propia, un 13% más que en 2018
- El 83% de los consumidores asegura que compra productos de marca propia de supermercado por su buena relación calidad-precio, por la confianza que les proporciona (41%) y por el origen nacional de los productos (28%)
- En 2020, el consumo de productos de marca propia aumentó en España un 31% respecto al año anterior

Sant Cugat del Vallès, 30 de septiembre de 2021-. Los productos de marca propia han adquirido en los últimos años un creciente peso en la cesta de la compra de los hogares españoles. Para profundizar en esta tendencia y obtener una radiografía más completa, ALDI ha elaborado por primera vez el [Estudio sobre la marca propia en España 2021](#), que pone de manifiesto que **este tipo de productos representa actualmente más de la mitad, el 52%, de la cesta de la compra de las familias españolas**. Todos los datos y conclusiones de este análisis proceden de un estudio realizado por ALDI, con el soporte de Kantar Worldpanel, y de una encuesta cuantitativa realizada por un panel externo a 1.501 consumidores y consumidoras.

Esta misma tendencia se refleja en **el gasto en productos de marca propia, que supone el 40% del presupuesto anual de la cesta de la compra**. En concreto, el gasto medio de los consumidores españoles en estos productos ha aumentado en los últimos tres años en un 13%, de los 903 euros de media en 2018 hasta los 1.016 euros del primer semestre de 2021.

Los productos de marca propia de supermercado que más se consumen en España, en número de artículos, son la fruta y verdura congeladas (85% de cuota en la compra), la celulosa (78%), los platos congelados y las pizzas (72%) y los cereales y snacks (70%).

La calidad-precio es el principal motivo a la hora de escoger productos de marca propia

El 83% de los consumidores asegura que compra marca propia, principalmente, por su buena **relación calidad-precio**. Otros motivos relevantes son la confianza en este tipo de productos (41%)



y que su origen sea nacional (28%). Esto puede explicar el aumento en el consumo de productos de marca propia de supermercado en nuestro país registrado en los últimos años.

Según el informe elaborado por ALDI, más de la mitad de los consumidores en España (54%) reconoce consumir ahora más marcas propias que en 2018, debido sobre todo a precios más bajos que los de marcas de fabricante (56%), a una mejor calidad-precio que otras marcas (51%) y al incremento de la variedad de este tipo de productos en los últimos años (49%). **Durante 2020, el consumo de productos de marca propia aumentó un 31%, especialmente entre aquellos consumidores que vieron más afectados sus ingresos a causa de la pandemia.**

El estudio también destaca que **3 de cada 4 consumidores en España considera que la calidad de los productos de marca propia no se pone en duda, aunque el precio sea más bajo que el de otras marcas**, una opinión especialmente extendida entre los consumidores de más edad. Además, el 81% admite que, si tiene una buena experiencia con el producto, suele recomendarlo a sus familiares y amigos. De hecho, **6 de cada 10 compradores afirman que se guían por las recomendaciones a la hora de probar una nueva marca propia de supermercado.**

Fabricante, origen nacional y sostenibilidad, factores que valoran los consumidores

El **70% de los consumidores reconoce que prioriza la marca propia si conoce el fabricante**, así como si su **origen es nacional**. Además, cerca de la mitad de los compradores (47%) prioriza los productos de marca propia de supermercado **si son ecológicos**, especialmente las mujeres y los más jóvenes.

La sostenibilidad es otro de los aspectos que también valoran los consumidores a la hora de hacer la compra habitual. El 81% da importancia al tipo de envase utilizado, un **71% prefiere los envases sostenibles** y un 87% tiene en cuenta la reducción de plásticos en su toma de decisión.

Los clientes de ALDI, los que más optan por la marca propia

El primer Estudio sobre la marca propia de España 2021 de ALDI también pone de manifiesto que los clientes de esta cadena de supermercados son los que más han aumentado el consumo de marca propia en los últimos tres años: **el 61% de las familias que compran en ALDI ha incrementado su consumo de productos de marca propia desde 2018**, principalmente por la buena relación calidad-precio (con el 87% de las preferencias, cuatro puntos más que la media en España).

De acuerdo con datos propios de la compañía, **el 90% de las compras de sus clientes son productos de marca propia**. En la actualidad, ALDI cuenta con cerca de 2.000 productos en sus lineales, en los que la marca propia representa el 86% de la oferta total y que se complementa con marcas de fabricante de primer nivel.



Sobre ALDI

ALDI es una de las principales cadenas de supermercados de España, con un modelo de negocio basado en el descuento. La entrada de ALDI en el mercado español se produjo en 2002 y actualmente cuenta con más de 340 tiendas y más de 5.500 empleados. ALDI orienta su actividad en ofrecer productos de alta calidad al mejor precio, que obtiene comprando a los mejores proveedores locales, estatales e internacionales, y mediante sus marcas propias, como El Mercado, El Horno, Special, La Tabla, Esselt, Milsani, GutBio, Biocura o Mildeen, entre otras.

El grupo de empresas ALDI Nord es una de las cadenas de alimentación más importantes del mundo. El discounter centra todos sus esfuerzos en ofrecer productos básicos de calidad al mejor precio a clientes de nueve países europeos. La clave del éxito continuado de ALDI Nord Group son sus más de 77.000 colaboradores y colaboradoras de Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal y España.

Para más información: www.aldi.es

Contacto para medios de comunicación:

Cristina Vilà - 687 695 710 - aldi@llorenteycuenca.com

Oriol Aguilar - 606 64 18 34 - aldi@llorenteycuenca.com