



JUNIO 2022

Enfoka-Trends

Tendencia al ahorro en el consumo

Tendencia al ahorro en el consumo

Tres meses después del inicio de la invasión de Ucrania no se avista un final al conflicto. En un contexto complicado de pérdida de poder adquisitivo, elevada incertidumbre y tipos de interés al alza, las familias están elevando el ahorro precautorio para cubrirse ante futuros imprevistos. El gasto adicional que están afrontando se limita al coste de la inflación, pero las compras en términos reales llevan congeladas desde el inicio de la guerra. En paralelo, lo que están haciendo es acumular ahorro en forma de depósitos.

Según los datos del Banco de España, los hogares han acumulado algo más de 22.000 millones de euros en depósitos desde el inicio de la guerra. Se trata del mayor incremento del ahorro en depósitos de las familias en un inicio de año de toda la serie histórica si se excluye el año de la pandemia.

Las cifras mensuales muestran con mayor detalle el pinchazo del consumo, aunque en este caso la estadística se refiere al consumo minorista (no incluye, por ejemplo, la hostelería). El gasto fue casi un 8% superior al del mismo periodo del año anterior, un dato que aparentemente es muy positivo.



Foto de [JJ Ying](#) en [Unsplash](#)

Tendencia al ahorro en el consumo

Sin embargo, este incremento es consecuencia de la inflación: si se deflacta el gasto, esto es, si se observa la cantidad de producto adquirido, la realidad es que fue casi un 3% inferior al de 2021. Esto es, los hogares están comprando menos que en los últimos meses del estado de alarma, aunque el coste que tienen que soportar es muy superior, ya que la inflación en esos meses se situó por encima del 8%. Se trata de una muy mala noticia considerando que la demanda interna es el único motor de que dispondrá España para su crecimiento en 2022 y 2023, ahora que el sector exterior volverá a tener una contribución negativa, según asume ya el Gobierno en sus últimas previsiones.

El gasto en consumo final nacional privado crecerá un 4,1% este año según el Ministerio de Asuntos Económicos. Estos datos siguen siendo algo más positivos que las previsiones de Funcas, que no llegan al 4% y se quedan hasta tres décimas por debajo de los augurios que recibe la Comisión Europea.

Esta inquietud por la economía y el aumento de precios se refleja en las tendencias de búsqueda en Google de productos básicos y alimentos, como "comida barata cerca de mí", y sobre ahorro en la compra de cosas no esenciales, como "países más baratos para visitar", "billetes de avión baratos" o "ahorro en aperitivos para fiestas".



Foto de [JJ Ying](#) en [Unsplash](#)

Tendencia al ahorro en el consumo

Y es que los consumidores han empezado a ajustar sus compras por la inflación bien tirando de ahorros o buscando descuentos y marcas baratas.

Según la consultora Kantar, durante las dos semanas posteriores a los ataques de Rusia los precios de los productos de gran consumo aumentaron un 5% en todo tipo de comercios. La consultora ha detectado ya que "todas las cadenas han empezado a trasladar los incrementos en el precio de los productos". Ni siquiera las grandes de la distribución han podido contener esa subida. Y a pesar de ello, el consumo se incrementó un 13% por el miedo de muchos compradores a quedarse sin los artículos que la guerra y la huelga dejaron fuera de los lineales de los supermercados y cuyo precio acabó disparándose: el aceite se encareció desde el 6 de marzo un 303% respecto al mismo periodo de 2021; la pasta, un 183%; los arroces, un 181%; y la leche, un 145%.

Ante esa situación, los consumidores adoptan estrategias distintas. En general, las tácticas se resumen en tres: tirar de ahorro o crédito, buscar marcas más baratas o comprar menos. Los abultados datos de marzo sugieren que hasta ahora se ha echado mano a las reservas familiares, que habían alcanzado un récord durante la pandemia por la imposibilidad de consumir.



Foto de [JJ Ying](#) en [Unsplash](#)

Tendencia al ahorro en el consumo

“La reacción a corto plazo de los ciudadanos está consistiendo en recurrir al ahorro para financiar el consumo, sobre todo si está en cuentas no remuneradas”, afirma Raymond Torres, director de Coyuntura de Funcas.

Esa misma lectura llega desde BBVA, que ha registrado un sustancial aumento de las compras con tarjeta en marzo. Si bien en la última semana (la comprendida entre el 22 y el 28 de marzo) estas se moderaron y empezaron a bajar, el gasto fue un 31% superior al del mismo periodo de 2021 y un 52% mayor a 2019. “Todavía no se observa una corrección en los datos disponibles de consumo como consecuencia de la mayor inflación. En la medida en que los hogares perciban que esto es transitorio, pueden tirar de ahorros o crédito para pagar por este imprevisto”, sostiene Miguel Cardoso, director de España de BBVA Research.

En los primeros compases de la escalada inflacionista, sin embargo, Kantar ha constatado a través de una encuesta que un voluminoso grupo de consumidores busca promociones en productos de gran consumo. En concreto, el 40% de los usuarios dice hacerlo. “Los consumidores optan por dos soluciones. El primero consiste en una sustitución de un producto por otro dentro del mismo grupo. Por ejemplo, pollo en lugar de ternera. El segundo es reemplazar productos de diferentes grupos, será difícil ahorrar en transporte para ir al trabajo, pero es más fácil reducir el gasto en ocio.



Foto de [JJ Ying](#) en [Unsplash](#)

Tendencia al ahorro en el consumo

De hecho, el estudio de Kantar señala que un 40% de los consumidores dice estar reduciendo su gasto en bares y restaurantes. “Lo que está claro es que la cautela en el gasto está y permanecerá, aunque vaya mejorando la situación económica y nuestras acciones van encaminadas a intentar controlar ese gasto a través de diferentes medidas”, coincide Alberto Iglesias, de la consultora NielsenIQ.

Según la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (Aecoc), un 37% de los usuarios opta por más artículos de la marca de distribución y el 34% busca mejores ofertas. Pero el 15% se ve obligado a ir al extremo: comprar menos.

Esta situación ha generado ya ciertas tendencias en los hábitos de consumo a nivel global. Un ejemplo es la planificación de ahorro, pues en España se estima que más del 48% de los consumidores tiene intención de buscar formas de ahorrar dinero en 2022, cuatro puntos porcentuales por encima del año pasado. “En consecuencia, es probable que las tiendas de descuento y los operadores con precios de entrada competitivos y productos de marca propia ganen cuota de mercado en esta situación”, explica Beatriz Rastrollo, socia junior de McKinsey & Company y coautora del informe “The State of Grocery Retail 2022: Navigating the Market Headwinds”.



Foto de [JJ Ying](#) en [Unsplash](#)

Tendencia al ahorro en el consumo

Por otro lado, los consumidores con menores ingresos manifiestan una sensibilidad al precio mucho mayor, siendo muchos más los que declaran su intención de cambiar a productos más baratos en comparación con los datos de 2021. En España, existe una brecha de 29 puntos porcentuales entre los hogares de renta alta (más del 35%) y los de renta baja (más del 64%) que tienen intención de buscar formas de ahorrar dinero en 2022.

El ahorro es tendencia pero no solo de forma coyuntural. Los consumidores están pasando de una mentalidad de ser dueño a una de experiencias. La sostenibilidad y la individualidad están eliminando el estigma asociado con las compras de segunda mano e impulsando el comercio entre pares. Las empresas necesitan hacer más con menos. La inversión en iniciativas de economía circular, tales como programas de reciclaje, arriendo o reventa, generan valor y tienen un impacto positivo en el medio ambiente.

El recomercio será cada vez más frecuente y cubrirá más categorías. Los consumidores ya consideran seriamente los artículos de segunda mano, especialmente cuando compran bienes duraderos. Las plataformas y los agregadores ofrecerán cada vez más diferentes marcas y opciones de reventa para satisfacer la demanda de los consumidores.



Foto de [JJ Ying](#) en [Unsplash](#)

Bibliografía

- **Javier Jorrín (El confidencial, 2022)** *Las familias vuelven a ahorrar: España pierde otro de los motores de la recuperación.* Recuperado el 30 de junio de 2022 de <https://www.elconfidencial.com/economia/2022-05-28/familias-vuelven-ahorrar-depositos-guerra-3432440>
- **José Miguel Arcos (El economista, 2022)** *El consumo crecerá un 25% menos de lo previsto en 2022 por el mayor precio del dinero.* Recuperado el 30 de junio de 2022 de <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/11754554/05/22/El-consumo-crecera-un-25-menos-de-lo-previsto-en-2022-por-el-mayor-precio-del-dinero-.html>
- **Ashley Wells (Google, 2022)** *Las subidas de precios centran las tendencias de búsqueda de los consumidores para intentar ahorrar.* Recuperado el 30 de junio de 2022 de <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/insights/tendencias-de-consumo/subidas-de-precios-en-tendencias-busqueda>
- **DA/Retail (2021)** *Los consumidores empiezan a ajustar sus compras por la inflación: tiran de ahorros o buscan descuentos y marcas baratas.* Recuperado el 30 de junio de 2022 de <https://lanetaneta.com/los-consumidores-empiezan-a-ajustar-sus-compras-por-la-inflacion-tiran-de-ahorros-o-buscan-descuentos-y-marcas-baratas>
- **La neta neta (2022)** *Las compras a través de redes sociales superan al comercio electrónico tradicional.* Recuperado el 30 de junio de 2022 de <https://www.muycanal.com/2022/01/26/redes-sociales-comercio>
- **Florencia Lippo (Trade y retail, 2022)** *2022: las 10 principales tendencias del consumo.* Recuperado el 30 de junio de 2022 de <https://www.tradeyretail.com/industria/2022-las-10-principales-tendencias-del-consumo-2504>
- **Financial Food (2022)** *Más del 48% de los españoles planea ahorrar dinero en 2022.* Recuperado el 30 de junio de 2022 de <https://financialfood.es/mas-del-48-de-los-espanoles-planea-ahorrar-dinero-en-2022>

Información relacionada

- Las 10 principales tendencias globales de consumo para 2022: <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2022-Top-10-Global-Consumer-Trends-SP.html>
- The State of Grocery Retail 2022 : <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-grocery-europe>
- El gran consumo español, más marcado por el fin de la crisis sanitaria que por la inflación: <https://www.kantar.com/es/inspiracion/gran-consumo/el-gran-consumo-espanol-en-2022>

