



2022 KO EKAINA

Enfoka-Trends

Kontsumoan aurrezteko joera

Kontsumoan aurrezteko joera

Ukrainako inbasioa hasi eta hiru hilabetera, ez da gatazkaren amaierarik ikusten. Erosteke ahalmenaren galera, ziurgabetasun handia eta goranzko interes-tasen testuinguru zail honetan, familiak, zuhurtziagatik, gehiago aurretzen ari dira etorkizuneko ezustekoen aurrean estaldura izateko. Aurre egiten ari diren gastu gehigarria inflazioaren kostura mugatzen da, baina termino errealetan egindako erosketek izoztuta daramate gerra hasi zenetik. Aldi berean, aurrezpena metatzen ari dira, gordailu moduan.

Espainiako Bankuaren datuen arabera, familiek 22.000 milioi euro baino zertxobait gehiago pilatu dituzte gordailuetan gerra hasi zenetik. Serie historiko osoko urte hasieran familien gordailuen aurrezkiaren hazkunderik handiena da, pandemiaren urtea alde batera utzita.

Hileko zifrek xehetasun handiagoz erakusten dute kontsumoaren ziztada, nahiz eta kasu honetan estatistikak txikizkako kontsumoari egiten dion erreferentzia (ez du, adibidez, ostalaritza barne hartzen). Gastua aurreko urteko aldi berekoa baino ia % 8 handiagoa izan zen, eta datu hori, itxuraz, oso positiboa da.



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

Kontsumoan aurrezteko joera

Hala ere, igoera hori inflazioaren ondorioa da: gastua deflaktatuz gero, hau da, erositako produktuaren kopurua aztertuz gero, errealitatea da 2021ekoa baino ia % 3 txikiagoa izan zela. Hau da, alarma egoeraren azken hilabeteetan baino gutxiago erosten ari dira familiak, nahiz eta jasan beharreko kostua askoz handiagoa izan, hilabete horietan inflazioa % 8tik gorakoa izan baitzen. Oso albiste txarra da; izan ere, barne-eskaria da Espainiak 2022an eta 2023an izango duen motor bakarra, eta orain kanpo-sektoreak ekarpen negatiboa izango du, Gobernuak bere azken aurreikuspenetan onartu duenez.

Ekonomia Gaietarako Ministerioaren arabera, azken kontsumo nazional pribatuan egindako gastua % 4,1 haziko da aurten. Datu horiek Funcasen aurreikuspenak baino zertxobait positiboagoak dira oraindik, ez baitira % 4ra iristen, eta Europako Batzordeak jasotzen dituen iragarpenak baino hiru hamarren beherago geratzen dira.

Ekonomiarekiko eta prezioen igoerarekiko kezka hori Googlen oinarrizko produktuak eta elikagaiak bilatzeko joeretan islatzen da, hala nola, "janari merkea niregandik hurbil", eta funtsezkoak ez diren gauzak erosteko aurrezpena, hala nola, "bisitatzeko herrialde merkeagoak", "hegazkin-txartel merkeagoak" edo "jaietarako aperitiboetan aurreztea".



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

Kontsumoan aurrezteko joera

Izan ere, kontsumitzaileak beren erosketak doitzen hasi dira inflazioagatik, bai aurrezkien bidez, bai beherapenak eta marka merkeak bilatuz.

Kantar aholkularitza-enpresaren arabera, Errusiaren erasoen ondorengo bi asteetan, kontsumo handiko produktuen prezioak % 5 igo ziren mota guztietako saltokietan. Aholkularitza-enpresak antzeman duenez, kate guztiak hasi dira produktuen prezioaren igoerak aldatzen. Banaketako handiek ere ezin izan diote eutsi igoera horri. Hala eta guztiz ere, kontsumoak % 13 egin zuen gora, erosle askok gerrak eta grebak supermerkatuetako linealetatik kanpo utzitako gaiak (prezioak gora egin zuen) gabe geratzeko beldurra baitzuten: 2021eko aldi beraren aldean, olioak % 303 garestitu zen martxoaren 6tik aurrera; pasta, % 183; arroza, % 181; eta esnea, % 145.

Egoera horren aurrean, kontsumitzaileek estrategia desberdinak hartzen dituzte. Oro har, taktikak hiru dira: aurrezkia edo kreditua erabiltzea, marka merkeagoak bilatzea edo gutxiago erostea. Martxoko datu handiek iradokitzen dute orain arte familien erreserbak erabili direla, pandemian errekorra lortu baitzuten kontsumitzeko ezintasunagatik.



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

Kontsumoan aurrezteko joera

“Herritarren epe laburreko erreakzioa kontsumoa finantzatzeko aurrezte da, batez ere ordaindu gabeko kontuetan baldin badago”, dio Raymond Torres Funcasen Koiunturako zuzendariak.

Irakurketa hori bera dator BBVAtik, martxoan txartelaren bidezko erosketen gorakada nabarmena izan baitu. Azken astean (martxoaren 22tik 28ra bitartekoa) moteldu eta jaisten hasi ziren arren, gastua 2021eko aldi berekoa baino % 31 handiagoa izan zen, eta 2019koa baino % 52 handiagoa. Oraindik ez dira kontsumoari buruzko datuak zuzendu, hau da, inflazio handiagoren ondoriozkoak. Miguel Cardoso BBVA Researcheko Espainiako zuzendariak adierazi duenez, familiek egoera hau iragankorra dela hautematen duten neurrian, aurrezkiak edo kredituak erabil ditzakete ustekabeko horiek ordaintzeko.

Igoera inflazionistaren lehen uneetan, ordea, Kantarrek inkesta baten bidez egiaztatu du kontsumitzaile talde handi batek kontsumo handiko produktuetan sustapenak bilatzen dituela. Zehazki, erabiltzaileen % 40k dio hori egiten duela. Kontsumitzaileek bi irtenbide aukeratzen dituzte. Lehenengoa talde bereko produktu bat beste baten ordeztan datza. Adibidez, oilaskoa txahalaren ordeztan. Bigarrena talde desberdinetako produktuak ordezkatzeta da, zaila izango da lanera joateko garraioan aurrezte, baina aisiako gastua murriztea errazagoa da.



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

Kontsumoan aurrezteko joera

Izan ere, Kantarren azterlanaren arabera, kontsumitzaileen % 40k diote taberna eta jatetxeetako gastua murrizten ari direla. “Argi dago gastuan zuhurtasuna dagoela eta gero ere egongo dela, nahiz eta egoera ekonomikoa hobetzen joan, eta gure ekintzak gastu hori kontrolatzen saiatzera bideratuta daude, hainbat neurriren bidez”, adierazi du NielsenIQ aholkularitza-enpresako Alberto Iglesiasek.

Fabrikatzaileen eta Banatzaileen Elkartearen (Aecoc) arabera, erabiltzaileen % 37k banaketa-markako artikulu gehiago aukeratzen ditu, eta % 34k eskaintza hobekak bilatzen ditu. Baina % 15ek muturrera jo behar du: gutxiago erosi.

Egoera horrek zenbait joera sortu ditu kontsumo-ohituretan, maila globalean. Horren adibide da aurrezki-plangintza, Espainian uste baita kontsumitzaileen % 48k baino gehiagok dirua aurrezteko moduak bilatzeko asmoa dutela 2022an, iaz baino ehuneko lau puntu gehiago. “Ondorioz, litekeena da deskontu-dendek eta sarrera-prezio lehiakorrek dituzten operadoreek eta marka propioko produktuek merkatuko kuota irabaztea egoera horretan”, azaldu du Beatriz Rastrollo McKinsey & Companyko bazkide juniorrak eta “The State of Grocery Retail 2022: Navigating the Market Headwinds” txostenaren egileetako batek.



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

Kontsumoan aurrezteko joera

Bestalde, diru-sarrera txikienak dituzten kontsumitzaileek askoz ere sentsibilitate handiagoa adierazten dute prezioarekiko, eta askoz gehiago dira 2021eko datuekin alderatuta produktu merkeagoetara aldatzeko asmoa adierazten dutenak. Espainian, ehuneko 29 puntuko aldea dago errenta altuko familien (% 35 baino gehiago) eta errenta baxuko familien (% 64 baino gehiago) artean, 2022an dirua aurrezteko moduak bilatzeko asmoa dutenak.

Aurreztea joera da, baina ez bakarrik egoeraren arabera. Kontsumitzaileak jabe izatearen pentsamolde batetik esperientzia batera pasatzen ari dira. Iraunkortasuna eta indibidualtasuna bigarren eskuko erosketekin lotutako estigma ezabatzen eta parekoen arteko merkataritza bultzatzen ari dira. Enpresek gutxiagorekin gehiago egin behar dute. Ekonomia zirkularreko ekimenetan inbertitzeak, hala nola birziklatze-, errentatze- edo birsalmenta-programetan, balioa sortzen du eta ingurumenean eragin positiboa du.

Bermerkataritza gero eta ohikoagoa izango da, eta kategoria gehiago beteko ditu. Kontsumitzaileek serio hartzen dituzte jada bigarren eskuko artikulua, batez ere ondasun iraunkorrak erosten dituztenean. Plataformek eta agregatzaileek gero eta marka eta birsalmenta-aukera gehiago eskainiko dituzte kontsumitzaileen eskaerari erantzuteko.



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

Bibliografia

- **Javier Jorrín (El confidencial, 2022)** *Las familias vuelven a ahorrar: España pierde otro de los motores de la recuperación.* 2022ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua: <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.* 2022ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua: <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.* 2022ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua: <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.* 2022ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua: <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.* 2022ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua: <https://www.muycanal.com/2022/01/26/redes-sociales-comercio>
- **Florencia Lippo (Trade y retail, 2022)** *2022: las 10 principales tendencias del consumo.* 2022ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua: <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.* 2022ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua: <https://financialfood.es/mas-del-48-de-los-espanoles-planea-ahorrar-dinero-en-2022>

Lotutako informazioa

- 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>