



## Los clientes de ALDI han pagado un 9,1% menos en su compra

- La amabilidad del personal, la limpieza y la variedad de productos, los atributos más valorados de ALDI durante el covid-19
- En los últimos dos meses, ALDI ha detectado un incremento notable en las ventas de productos básicos como la carne y pescado, huevos y fruta y verdura
- Ante la crisis provocada por el covid-19, la cadena de supermercados ALDI ha mantenido su política de precios bajos

Sant Cugat del Vallès, 27 de mayo de 2020-. ALDI afianza su crecimiento en España durante la crisis provocada por el covid-19. Durante el último mes de abril, los clientes de ALDI han pagado un 9,1% menos en su compra respecto al año pasado, pero han adquirido un 63,8% más de productos; en global, los consumidores han incrementado un 48% el gasto en la cadena de supermercados, según los últimos datos de Kantar.

Esto es debido, en parte, a la política de precios bajos de la compañía y al mix de compra que se incorpora en sus cestas, en las que predomina la elección de la marca blanca y productos básicos. De hecho, en los últimos meses, ALDI ha detectado un [incremento notable en las ventas](#) de carne y pescado fresco (39%) y de fruta y verdura fresca (23%). Durante este mismo período, la **amabilidad del personal, la limpieza y la amplia variedad de productos** han sido los atributos de ALDI más valorados por los españoles y las españolas.

Según Kantar, ALDI ya ha superado la cifra de 5.2 millones de hogares españoles que confían en sus productos y supermercados para realizar su compra familiar. Además, los últimos datos reflejan que durante los meses del covid-19, ha aumentado el número de españoles y españolas que consideran ALDI para hacer su compra familiar, llegando ya al 68% de los hogares.

### Precios bajos

Ante la crisis provocada por el covid-19, la cadena de supermercados ALDI ha mantenido su política de precios bajos. Según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), mientras los precios en alimentación han incrementado un 4%, los precios en ALDI durante las primeras semanas de confinamiento (del 23 de marzo al 19 de abril) solo aumentaron un 0,6% respecto al año anterior. Esto ha sido posible, principalmente, gracias a la contención de precios de sus productos de marcas propias; que en la actualidad representan el 87% de su surtido.



## **Sobre ALDI**

ALDI es una de las cadenas de alimentación y supermercados más importantes del mundo. Su origen es alemán y pertenece al grupo ALDI Nord, que cuenta con casi 5.000 tiendas distribuidas en 9 países. La entrada de ALDI en el mercado español se produjo en 2002 y actualmente cuenta con más de 300 establecimientos y más de 4.000 trabajadores en España. ALDI se concentra en lo que es esencial: la comodidad y funcionalidad de sus establecimientos, la elevada autoexigencia a la hora de seleccionar los mejores productos y la cualificación de sus colaboradores. Uno de los valores de ALDI es la calidad de sus productos, que obtiene comprando a los mejores proveedores locales, estatales e internacionales, y ofreciendo sus marcas propias, como El Mercado de ALDI, el Horno de ALDI, Special de ALDI, Esselt de ALDI, Milsani, GutBio, Biocura, Mildeen, entre otras.

Para más información: [www.aldi.es](http://www.aldi.es)

Contacto para medios de comunicación:

Lidia Alcaide - [aldi@llorenteycuenca.com](mailto:aldi@llorenteycuenca.com)

Paula Serra - [aldi@llorenteycuenca.com](mailto:aldi@llorenteycuenca.com)

**ALDI**

---