

EL SUPERMERCADO DE PROXIMIDAD, CLAVE PARA LA POBLACIÓN ESPAÑOLA

La Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (Asedas) ha puesto de manifiesto la relación entre la importancia de la proximidad a la hora de acceder a la alimentación y los hábitos de consumo y vida saludables. España tiene una cuota de formato de proximidad (supermercados, autoservicios y comercio especializado) del 76%; un porcentaje superior a la media europea, que es de un 73%, según Nielsen. Esto significa que la disponibilidad de tiendas de alimentación cerca de los lugares donde vive la población es superior en nuestro país y es indicativo del equilibrio entre formatos existentes.

Asedas destaca que estas cifras influyen en la capacidad de elección del consumidor y en su acceso a una alimentación variada. La distribución con base alimentaria presenta en España una estructura que responde a estas recomendaciones. Permite un acceso a una alimentación variada a muy pocos metros de las viviendas y zonas de trabajo y, además, el equilibrio entre formatos garantiza la capacidad de elección del consumi-



dor, tanto en productos como en formatos, y un alto nivel de competitividad que fomenta precios asequibles.

El éxito del formato de proximidad -establecimientos de entre 400 m² o menos y hasta 2.500- tiene otras ventajas relacionadas con el acceso a una alimentación y a hábitos de vida saludables. Una de ellas es el hecho de que aproximadamente el 80% de los clientes acuda a pie a hacer la compra. Los factores que han influido en la creación de esta estructura son una mayor diversidad de empresas y formatos que en otros países de tamaño similar, una menor concentración y un mayor número de operadores.

“El dinamismo de la distribución alimentaria en España tiene un efecto directo sobre el consumidor. El hecho de que este tenga a su alcance varias opciones entre las que elegir fomenta su capacidad de optar a diferentes alternativas de productos variados y contribuye a poner a disposición de la población una alimentación saludable”, explica Ignacio García Magarzo, director general de Asedas.