



Los productos frescos representan el 43% del gasto anual en alimentación de los españoles

- Las frutas y verduras lideran el peso (63%) y gasto (35%) en frescos dentro de la cesta de la compra, con una inversión media de 726 euros al año
- La calidad-precio (72%), la calidad (50%) y el precio (49%) son los principales factores que se tienen en cuenta al comprar producto fresco
- Gracias a una oferta de productos frescos de calidad, responsable y al precio más bajo posible, ALDI ha aumentado cerca de un 50% las ventas de frescos en los últimos cuatro años

Madrid, 7 de mayo de 2024- Los productos frescos (frutas y verduras, carne, pescado y marisco, huevos, pan y charcutería) ya representan casi la mitad (43%) del gasto anual en alimentación de las familias españolas. Así lo indica la [sexta edición del Observatorio de Productos Frescos de ALDI en España](#). Este dato supone que, **en 2023, los consumidores invirtieron 4 de cada 10 euros de su cesta de la compra en productos de esta categoría.**

Durante el año pasado, los españoles y españolas mantuvieron el peso de los productos frescos en su compra anual, que **ocuparon el 34,5% de las cestas. Una cifra que se mantiene inalterable respecto a 2022 (34,4%)**. También se mantiene la frecuencia de compra y el gasto semanal. **Los hogares españoles compraron frescos 187 veces de promedio y cerca de la mitad de las familias (42%) destinaron entre 30 y 50 euros a esta categoría cada semana.**

Los consumidores compran frescos en el supermercado por la mejor relación calidad-precio

El consumidor español es cada vez más exigente y lo que más valora es la buena relación calidad-precio en el supermercado. De hecho, **la calidad de los frescos ya es el quinto factor más importante a la hora de elegir en qué supermercado ir a hacer tu compra semanal**, por detrás de la proximidad, el precio, las ofertas y promociones, y la posibilidad de hacer una compra completa. Además, casi todas las familias en España (97%) ya compran frescos en su supermercado habitual y 6 de cada 10 hogares lo hacen por su mejor relación calidad-precio.

En el momento de elegir el producto fresco que comprar, existen diferencias en función de la frecuencia de compra del consumidor, es decir, del número de ocasiones que compran productos frescos. **Aquellos que acuden diariamente a su supermercado a comprar producto fresco, dan más importancia a la calidad-precio, la calidad y el origen.**



Las frutas y verduras lideran el gasto y peso dentro de la cesta de frescos

En 2023, las frutas y verduras repiten como los frescos a los que más presencia (63%) y más gasto (35%) se dedica en la cesta de la compra. Los hogares españoles destinan 726 euros al año de media en la compra de frutas, verduras y hortalizas. En comparación, los consumidores invierten **el 27% de su presupuesto en carne fresca con un gasto de hasta 557 euros anuales.** Les siguen la charcutería (312 euros), el pescado y marisco frescos (291 euros), el pan fresco (128 euros) y los huevos (72 euros).

Año tras año, el precio también se mantiene relevante en la compra de frescos. **7 de cada 10 consumidores destaca la calidad- precio como el factor más relevante para comprar un producto frescos y cerca de la mitad de los consumidores (49%) tienen en cuenta el factor precio.** En concreto, el precio aumenta 5 puntos porcentuales más que en 2022. Además, **9 de cada 10 españoles afirman que el precio es determinante para la compra de frescos.** Por categorías, el pescado y el marisco son los productos a los que los españoles perciben destinar más dinero.

Más preocupación por el origen nacional, el cambio climático y el desperdicio de frescos

Los productos nacionales y de temporada van de la mano en la compra de productos frescos. Más de 6 de cada 10 familias españolas consideran la proximidad de los frescos un factor determinante en la decisión de compra. **Los datos muestran que el 77% de las personas que optan por frescos de origen nacional, prioriza que sean de temporada.** En total, casi todos los hogares en España consumen frescos de temporada y declaran hacerlo porque su sabor (57%) y su relación calidad-precio (49%) son mejores, y porque son más sostenibles (34%).

Los hogares se interesan por la sostenibilidad de los productos frescos, sobre todo cuando se compra con más frecuencia. **Existe una preocupación generalizada por el cambio climático que ha llevado a 1 de cada 3 españoles a modificar su compra.** Estos consumidores priorizan la compra de temporada (56%) y a granel o con menos plástico en los envases (51%). Asimismo, **el desperdicio de alimentos frescos ya es considerado como un problema real para 7 de cada 10 españoles.**

ALDI vendió un 6% más de productos frescos en 2023

ALDI ofrece cerca de 500 productos frescos en sus lineales, de los cuales un 40% corresponde a frutas y verduras. En 2023, la compañía vendió un 6% más de frescos gracias al esfuerzo por trasladar mejoras de precio al consumidor final. De hecho, la compañía a día de hoy es el supermercado con la fruta y verdura más barata. Además, **en los últimos cuatro años, la cadena de supermercados ha aumentado cerca de un 50% las ventas de estos productos.**

Los frescos son una **categoría estratégica para la compañía** y ejemplifican su responsabilidad por asegurar productos de calidad al precio más bajo posible siempre, manteniendo intacto su respeto por la cadena de valor. Por ello, ALDI trabaja con **más de 400 proveedores nacionales.**



Con ellos **revisa y negocia mensualmente los precios de acuerdo a las circunstancias del mercado**. Esto permite realizar ofertas competitivas respetando siempre la cadena de valor.

La compra de grandes volúmenes de producto con meses de anticipación también garantiza unos altos niveles de calidad a precios bajos, asegurando la responsabilidad con todos los eslabones de la cadena y garantizado la salida de producto al productor. **Este 2024, ALDI prevé adquirir cerca de 40.000 toneladas de fruta a proveedores españoles. En total, más del 65% de la fruta y más del 85% de la verdura en ALDI España son de origen nacional.**

El Observatorio de Frescos de ALDI 2024

La [sexta edición del Observatorio de frescos de ALDI](#) realiza una radiografía sobre el consumo de alimentos frescos en España durante 2023, con especial foco en las tendencias de consumo y gasto para esta categoría. Asimismo, el estudio profundiza en otros aspectos relevantes para el consumidor español, como el precio, la sostenibilidad, el origen nacional, la trazabilidad y la temporalidad de los productos frescos. Todos los datos y conclusiones de este análisis proceden de un estudio realizado por ALDI, con el soporte de Kantar Worldpanel, y una encuesta cuantitativa realizada por un panel externo a 3.254 personas. El Observatorio de frescos de ALDI se enmarca en el compromiso de la compañía con la categoría de frescos a través de su marca propia y bajo la que se ofrece un surtido de cerca de 500 productos al precio más bajo posible.

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 430 tiendas y más de 7.200 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, que representan el 86% de su surtido y cuyos estándares permiten mantener la mejor relación calidad – precio en sus productos.

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 ocho países europeos. La clave del éxito continuado de ALDI Nord Group son sus más de 91.000 trabajadores y trabajadoras de Bélgica, Francia, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal y España.

Para más información: www.aldi.es

Contacto para medios de comunicación:

Marta Santacreu – 932 172 217 - aldi@llyc.global

Clara López – 932 172 217 - aldi@llyc.global

Laura Morillo – 932 172 217 - aldi@llyc.global