



[Informe sobre la compra de alimentos para las celebraciones navideñas en España de ALDI](#)

## **Los españoles siguen confiando en el supermercado para sus compras de Navidad: la mitad acudirá más veces y cerca del 80% sumará más productos a su cesta**

- La buena relación calidad-precio, la variedad de productos, la experiencia de compra y la posibilidad de encontrar precios bajos, los principales motivos de las familias españolas para comprar alimentos en el supermercado esta Navidad
- Año tras año, el pescado y el marisco se posicionan como los platos estrella de las comidas y cenas navideñas, seguidos de los turrone, los dulces, la carne y el jamón
- Las ofertas y la anticipación en las compras serán las estrategias más empleadas por los españoles y las españolas para ajustarse al presupuesto este 2023
- Más de la mitad de los consumidores españoles no prevé reducir su presupuesto en alimentos esta Navidad a causa de factores externos

**Sant Cugat del Vallès, 22 de noviembre de 2023-** Las compras navideñas no alteran, por lo general, los hábitos de compra en el supermercado de los españoles y las españolas. Así se desprende del [Informe sobre la compra de alimentos para las celebraciones navideñas en España de ALDI 2023](#), un estudio cuantitativo realizado a una muestra de 1.300 consumidores. En concreto, **la mitad de los consumidores (51%) admite acudir en más ocasiones a su supermercado** en estas fechas, mientras que **cerca de un 80% afirma que suma más productos a su cesta** en cada uno de sus actos de compra.

Según el estudio, **el supermercado habitual es el lugar elegido para hacer las compras navideñas para el 49% de las familias españolas**. La buena relación calidad-precio es el principal motivo para decantarse por este tipo de establecimiento (61%), seguido de la variedad de productos que se encuentran en los lineales (45%), la experiencia de compra (29%) y la posibilidad de encontrar precios bajos (20%).

### **El pescado y el marisco siguen presidiendo los menús navideños en España**

Año tras año, **el pescado y el marisco se posicionan como las opciones preferidas de las comidas y cenas navideñas en los hogares españoles, según un 60% de las preferencias**. A corta distancia, les siguen los turrone (53%), los dulces (51%), la carne (47%) y el jamón (43%). Por el contrario, **el cochinillo, el pavo relleno, el besugo al horno o el lechazo o cordero asado, entre otros, son los platos típicos que han ido perdiendo el interés de los consumidores**, que prefieren opciones más económicas (29%), ligeras (22%) o prácticas a la hora de cocinar (12%).



Por otro lado, **los productos gourmet siguen ganando popularidad también este año** y, en línea a los mismos resultados de 2022, ya son propuestas que **ofrecen 2 de cada 3 anfitriones durante las comidas y cenas navideñas**. Asimismo, los platos preparados también han ido ganando terreno en la cocina por su practicidad, rapidez y por precio.

### **Mismo presupuesto que en 2022 para la compra de alimentos en Navidad**

Respecto a la previsión de gasto, el informe también señala que **el 67% de los hogares españoles tiene previsto destinar el mismo presupuesto que el año pasado a las compras navideñas de alimentos este 2023** y la mitad (50%) invertirá entre 100 y 300 euros a esta partida. En concreto, **más de la mitad de los consumidores (57%) no tiene previsto reducir su presupuesto a causa de factores externos**, como la inflación, y **asegura que el precio influye nada o no más de lo habitual en este tipo de productos (54%)**.

En este contexto, **las ofertas y la anticipación en las compras serán las estrategias más empleadas por los consumidores españoles para ajustarse al presupuesto**. Más de la mitad de los hogares (54%) buscarán más ofertas, el 41% anticipará sus compras, un 35% reducirá el consumo de determinados productos y un 26% irá menos a restaurantes.

### **Las tradiciones navideñas se mantienen, pero introduciendo cambios**

Mantenerse fieles a las tradiciones, pero introduciendo cambios en algunos de los hábitos en las comidas y cenas navideñas es otra de las principales conclusiones que arroja [el informe de este año](#). **6 de cada 10 hogares (61%) aseguran que han introducido cambios en sus celebraciones en los últimos 5 años**, principalmente haciendo encuentros familiares más reducidas (31%) o realizando menos celebraciones (13%). En la misma línea, **en un futuro más de la mitad de las familias (54%) cree que las tradiciones seguirán modificándose**.

Lo que no varía es la preferencia de las familias por la **Nochebuena**, que sigue siendo **la festividad más celebrada de estas fechas, con un 93% de los españoles y las españolas que la celebran**. Le siguen de cerca la Nochevieja (89%) y el Día de Navidad (81%). Además de ser la festividad preferida, **la Nochebuena es también la celebración donde las familias destinan más presupuesto: en concreto, un 70% de los consumidores destina entre 50 y 200 euros del total para estas fiestas**.

### **La marca gourmet de ALDI: Special**

Un año más, la cadena de supermercados ha lanzado sus productos gourmet Special. Se trata de una de las marcas propias de la compañía pensada para **ahorrar tiempo de preparación en las comidas y cenas navideñas, pero también dinero**, al tratarse de una gama de productos de calidad a un precio muy competitivo. El surtido incluye una **selección de más de 150 productos gourmet de alta calidad y fácil elaboración** que van desde marisco y pescado hasta carnes, charcutería, dulces y platos preparados. Además, **la compañía cuenta con otras marcas que refuerzan el surtido de productos estacionales como Flor de Navidad para dulces y turrónes**.

### **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 420 tiendas y cerca de 7.000 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 86.000 colaboradores y colaboradoras de Bélgica, Francia, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal y España.

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

**Contacto para medios de comunicación:**

Marta Santacreu - 932 172 217 - [aldi@llyc.global](mailto:aldi@llyc.global)

Clara López - 932 172 217 - [aldi@llyc.global](mailto:aldi@llyc.global)

Laura Morillo - 932 172 217 - [aldi@llyc.global](mailto:aldi@llyc.global)