

Los huevos, el papel de horno, el limón y el pollo entero, entre los productos de ALDI que más han incrementado sus ventas durante el covid-19

- La carne y el pescado fresco (39%), la fruta y verdura fresca (20%) y los congelados (34%), entre las categorías de producto con un consumo más disparado
- Los productos básicos destacan como los más vendidos durante este período
- En el marco de la crisis provocada por el covid-19, la cadena de supermercados ha mantenido su política de precios bajos. A partir de esta semana, la baguete supreme y la barra de cuarto se venderá a 0,35€ la unidad

Sant Cugat del Vallès, 20 de mayo de 2020-. Los huevos, el papel para horno, el limón a granel o el pollo entero son algunos de los productos que más han incrementado sus ventas en ALDI durante la crisis del covid-10. En concreto, **la cadena de supermercados ha detectado un aumento de ventas en su surtido de productos básicos**. En este sentido, destaca un incremento del 390% en las ventas de huevos de tamaño L respecto al año pasado, de un 184% en el limón a granel, un 123% en bolsas de naranjas de 4kg y una subida del 124% en el caso del pollo entero.

Asimismo, la lista de productos básicos que más se han disparado durante la situación de confinamiento la completan el filete de lomo familiar (160%), la picada de vacuno (154%), las bolsas de patatas de 3kg (141%), el lomo de bacalao (108%) y el filete de salmón salvaje (171%). Por su parte, el calabacín a granel (93%) y el brócoli (74%) han sido dos de las verduras que han registrado un mayor incremento de ventas; así como el atún claro (62%), el azúcar blanco (85%) y la harina (61%).

Por otro lado, desde ALDI también se ha observado un incremento notable en las ventas de otros productos como las palomitas de microondas (226%), el papel para horno (190%), el chocolate negro para repostería (173%), las pipas gigantes (114%) o regalices (109%).

Categoría de producto

En términos generales, la **carne y el pescado frescos** han incrementado sus ventas un 39%, siendo la categoría de producto que ha registrado el incremento más notable. La cadena de supermercados también ha detectado un aumento del 23% en ventas **de frutas y verduras frescas**; en concreto, la verdura fresca ha aumentado un 31% y la fruta fresca, un 17%.



Asimismo, destaca el consumo registrado en **productos congelados**, que ha superado el 34%. De hecho, dentro de esta categoría, ha aumentado la fruta y la verdura congelada un 51% y la carne y pescado congelado, un 53%.

Por su parte, los **huevos** han aumentado un 40%, así como los productos para el desayuno con un aumento del 14%. En concreto, **el café y cacao** se han comprado un 21% más. Por último, los **productos del hogar** han experimentado una subida ligera del 7% por parte de los consumidores de ALDI.

Precios bajos

En el marco de su compromiso por ofrecer productos de máxima calidad al mejor precio, ALDI ofrece a partir de esta semana la baguete supreme y la barra de cuarto a 0,35€. 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 16 de marzo al 12 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. En concreto, los precios del surtido de marca propia de ALDI subieron un 0,4% durante el mismo período.

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 y www.paralimpicos.es

Contacto para medios de comunicación:

Lidia Alcaide – 932 172 217 - aldi@llorenteycuenca.com

Paula Serra - 932 172 217 - aldi@llorenteycuenca.com