



Informe sobre la compra de alimentos para las celebraciones navideñas en España de ALDI

Pescado y marisco, los productos más consumidos por el 71% de las familias, en Navidad

- Las familias españolas aumentarán el presupuesto destinado a la compra de pescado y marisco, 7 puntos más que en el año anterior
- Las gambas, los langostinos y las cigalas son los productos estrella de la Navidad para un 24% de los hogares españoles, seguidos del jamón, el cordero y los quesos
- El 21% de los españoles y españolas tiene intención de reducir el consumo de determinados productos como los dulces, los turrones y la carne por motivos de salud

Sant Cugat del Vallès, 14 de diciembre de 2021-. Estas Navidades, el pescado y el marisco seguirán siendo los grandes protagonistas de las fiestas. De hecho, **serán los productos más consumidos por el 71% de las familias**, seguido de la carne (58%), el jamón y los dulces (ambos con un 47%), los turrones (46%), el vino (36%) y el queso (30%), según el [Informe sobre la compra de alimentos para las celebraciones navideñas en España de ALDI 2021](#).

Por edades, el pescado y el marisco se mantienen como los más consumidos por todos los grupos, excepto entre los jóvenes de entre 18 y 34 años, que se decantan por la carne. Por su parte, el vino y los turrones, destacan entre el grupo de más de 65 años como productos más consumidos.

Este estudio cuantitativo, realizado a una muestra de 1.500 consumidores, confirma que **las familias españolas aumentarán el presupuesto destinado a la compra de pescado y marisco**. En concreto, esta partida es la más importante para el 52% de las familias españolas, 7 puntos más que en el año anterior. En segundo lugar y a mucha distancia la carne (24%) y muy lejos, otras categorías como los dulces, la charcutería y el vino, con un 4-5%. Por su parte, los quesos, frutas y verduras, aperitivos y snacks o los productos preparados, se quedan solo con el 2% del gasto. Por edades se observa que, **cuanto mayor es el anfitrión, más gasta en pescado y marisco**, superando el 60% a partir de los 50 años.

El marisco sigue siendo el rey en Navidad

Las gambas, los langostinos y las cigalas son los productos estrella de la Navidad para un 24% de los hogares españoles. El jamón es también uno de los infalibles, con un 21%; seguido del cordero y el cabrito, con un 18%; los quesos, con un 15%; los caldos y consomés, con un 14%; y los turrones, con el 13%.



Por regiones, en Andalucía, el gran protagonista es el jamón, con un 33% de preferencias, seguido de los quesos, con un 27%. Estos dos productos son también los más típicos entre los valencianos, con un 23% y un 19%, respectivamente, aunque esta región destaca por encima del resto en el consumo de turrone (18%). Por el contrario, en Madrid el gran favorito es el cordero (33%), seguido del jamón (22%) y de los quesos (17%), mientras que en Cataluña los platos típicos son los caldos, consomés y sopas (27%) y los canelones (18%), seguidos de los canapés y entremeses (18%).

Cambios de hábitos: Navidades con menos dulces y carnes

Cada vez más son los consumidores que deciden cuidar su alimentación en Navidad. En concreto, el 21% de los españoles y españolas tiene intención de reducir el consumo de determinados productos como los dulces, con un 39%, los turrone y la carne, ambos con un 31% de consumidores que reducirán su consumo durante las fiestas. Los motivos detrás de este cambio de hábitos son principalmente la salud (54%), la falta de presupuesto (35%) y la necesidad de controlar el peso (32%).

Cada vez pasamos menos tiempo en la cocina

Estas navidades los españoles y españolas pasarán menos tiempo entre fogones. Concretamente se destinarán una media de 159 minutos a la preparación de los menús navideños, 6 minutos menos que en 2020 y 13 menos que hace dos años. No obstante, el objetivo sigue siendo reducir el tiempo en la cocina y aspiramos a cocinar menos de dos horas, un deseo que se mantiene inalterable en los últimos dos años.

Por regiones, los catalanes son los que más tiempo dedican a los preparativos de las cenas y comidas navideñas, con 170 minutos de media -11 minutos más que la media española-, seguidos de los andaluces (165 minutos), los madrileños (155 minutos) y los valencianos (137 minutos).

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 350 tiendas y cerca de 6.000 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, como El Mercado, El Horno, Special, La Tabla, Esselt, Milsani, GutBio, Biocura o Mildeen, entre otras.

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 nueve países europeos. La clave del éxito continuado de ALDI Nord Group son sus más de 77.000 colaboradores y colaboradoras de Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal y España.

Para más información: www.aldi.es



Contacto para medios de comunicación:

Cristina Vilà - 932 172 217 - aldi@llorentycuenca.com

Oriol Aguilar - 932 172 217 - aldi@llorentycuenca.com