AECOC: El consumidor comprará esta Navidad menos frutas y hortalizas

El ahorro marcará la compra de productos frescos en la próxima campaña de Navidad. Así lo muestran los datos del informe 'El comprador de productos frescos', elaborado por AECOC Shopperview en colaboración con Patatas Meléndez a través de su iniciativa Meléndez X Frescos, que indica que dos de cada tres consumidores tienen previsto adelantar sus compras de productos frescos para aprovechar ofertas y mejores precios.

El informe completo se presentará el próximo martes 15 de noviembre en la jornada profesional 'Perspectivas en Productos Frescos 2023', que se celebrará en las instalaciones de AECOC en Madrid.

El estudio también muestra que los consumidores tienen intención de comprar menos volumen de productos para ahorrar. Sin embargo, no renunciarán a la compra de productos premium para Navidad. En la categoría de frutas y hortalizas, el porcentaje de consumidores que tiene previsto reducir su volumen de compra es del 25% y del 21% respectivamente. En cambio, el 25% quiere tener productos de calidad superior en su mesa de Navidad.

"En el contexto actual, el precio está ganando peso en las decisiones de compra y eso influirá también en el consumo durante la Navidad. Sin embargo, el consumidor valora las fiestas como fechas especiales y no renuncia a la compra de productos de calidad superior a los del resto del año", explica la responsable de estudios de AECOC Shopperview, Marta Munné.

El estudio de AECOC Shopperview evidencia el auge de la conveniencia como factor determinante en la decisión de compra, también en la Navidad. Así, el 35% de los consumidores afirma que piensa comprar productos ya elaborados para no tener que cocinar en las próximas fiestas navideñas.