



El comprador de frutas y hortalizas

-
2ª edición

En colaboración con:

meléndez
PATATAS

MELÉNDEZ X FRESCOS

AECOC SHOPPERVIEW

¿En qué
podemos
ayudarte?



Estudios de Shopper



Barómetros/webinar



Presentación a tu equipo de trabajo



Presentación a comité de dirección, comité comercial



Servicios de asesoría de aterrizaje de resultados

Sesión ad-hoc para tu empresa con el fin de transformar los datos de nuestras investigaciones en insights y planes de acción para tu negocio.



Jornadas ad-hoc

Participación de ShopperView en jornadas que organice tu organización (convenciones, reuniones de ventas...)

Webinar gracias a la participación de:

meléndez.
PATATAS

MELÉNDEZ X FRESCOS

“Como líder en el sector de la patata fresca, en Patatas Meléndez, nos esforzamos para que todo lo que hacemos dé respuesta a una pregunta que siempre nos hacemos: ¿Qué puede hacer Meléndez POR la sociedad, POR el producto y POR el sector?”

Así es como nace MELÉNDEZ X. Una iniciativa con la única intención de servir como efecto multiplicador en todas las acciones que emprendemos.

En este caso como patrocinadores de un estudio de vital importancia para entender al consumidor, **MELÉNDEZ X FRESCOS.**”

Objetivo del estudio

Conocer el **comportamiento del shopper** en las compras de frutas y hortalizas y qué **impacto** está teniendo la **inflación** en sus hábitos



Metodología

EL TARGET

- Hombres y mujeres de 20-70 años
- Compradores y consumidores de frutas y hortalizas
- Ámbito: España

LA MUESTRA

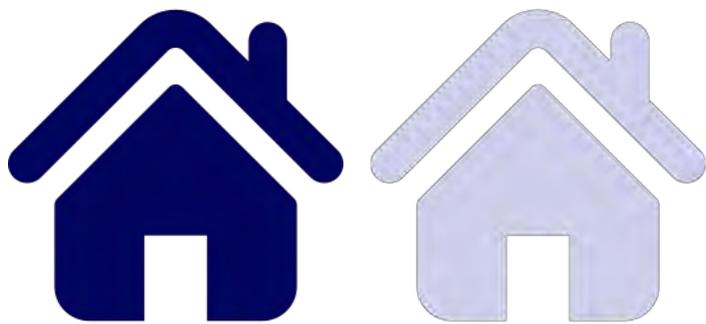
- n=1.002 entrevistas online con un cuestionario estructurado de 15 minutos

FECHAS DE CAMPO

- Edición 1: octubre 2022
- Edición 2: abril-mayo 2023

La economía de los hogares en un contexto de crisis económica

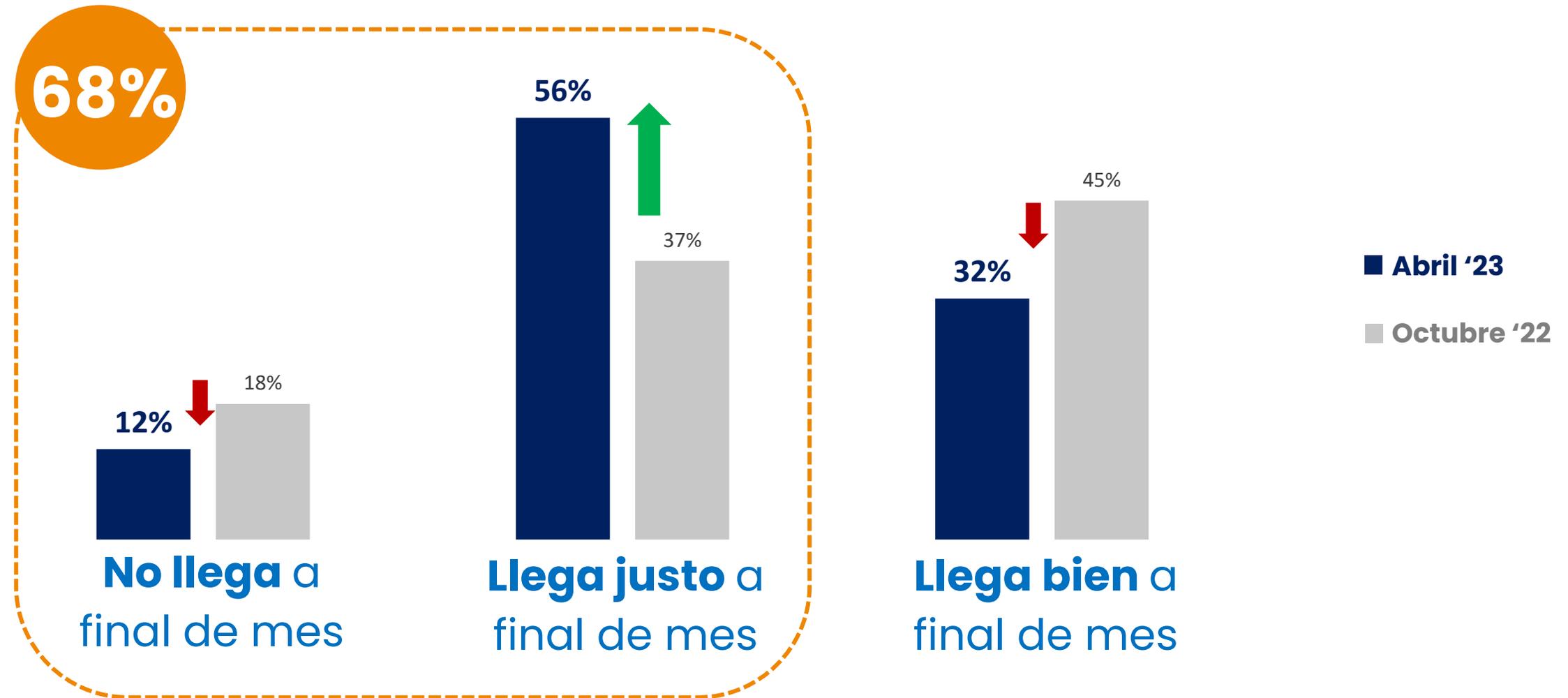




LA MITAD de los hogares ha visto empeorada su situación económica



Aumenta un 50% los que ahora llegan justos a final de mes



Mientras los precios sigan al alza, el consumidor...



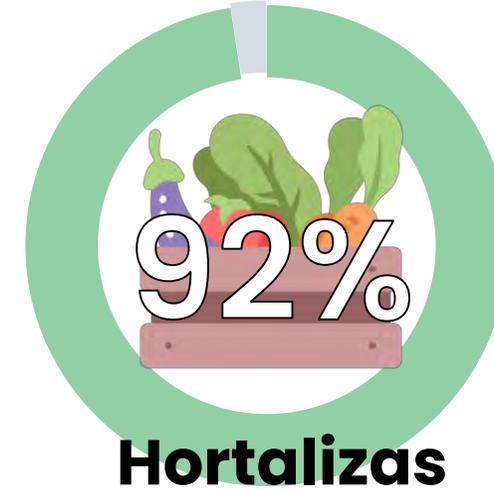
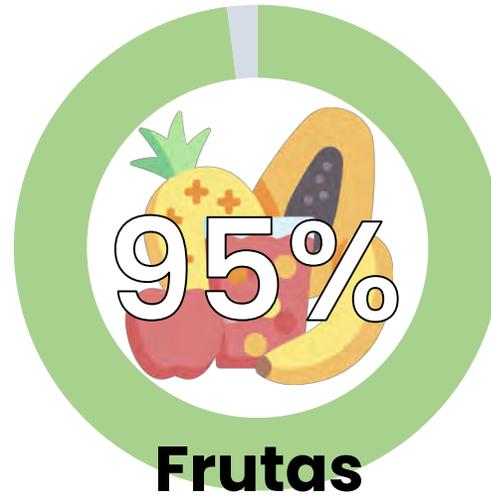
- Optará por una cesta más básica
- Comprará más productos de MDD
- Cambiará de establecimiento
- Reducirá consumo fuera del hogar
- Pospondrá gastos más elevados

El comprador de frutas y hortalizas en un entorno inflacionista





En la cesta de todos los hogares españoles hay frutas y hortalizas.



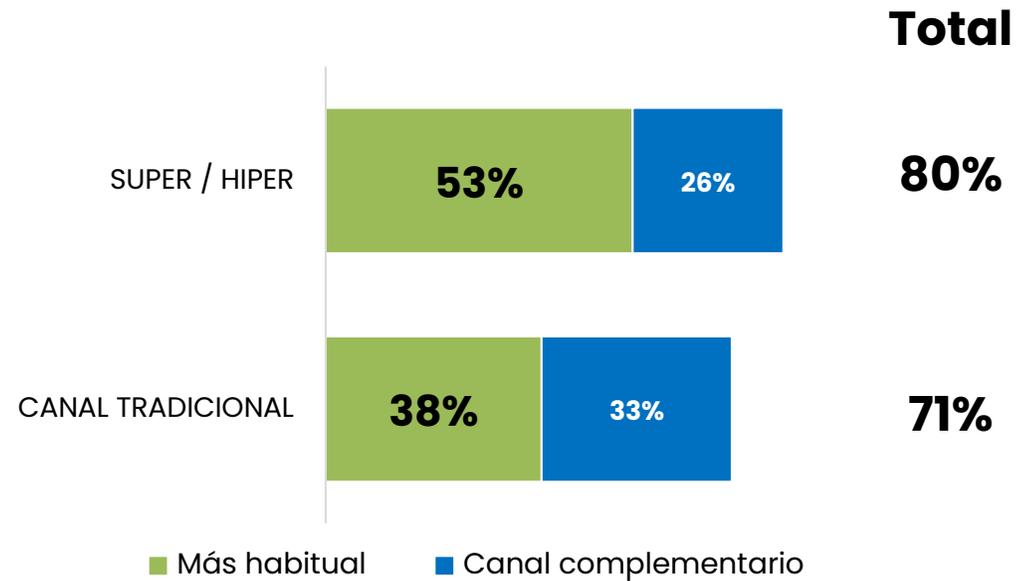
Compran frutas u hortalizas mínimo 1 vez a la semana



Frecuencia:

de media se compra **2 veces a la semana** tanto frutas como hortalizas.

Canal de compra principal:



La mitad de los shoppers tiene al **canal organizado** como su canal de compra habitual para la compra de frutas y hortalizas.

7 de cada 10 acuden al **canal tradicional** para sus compras, bien sea de forma habitual u ocasional.

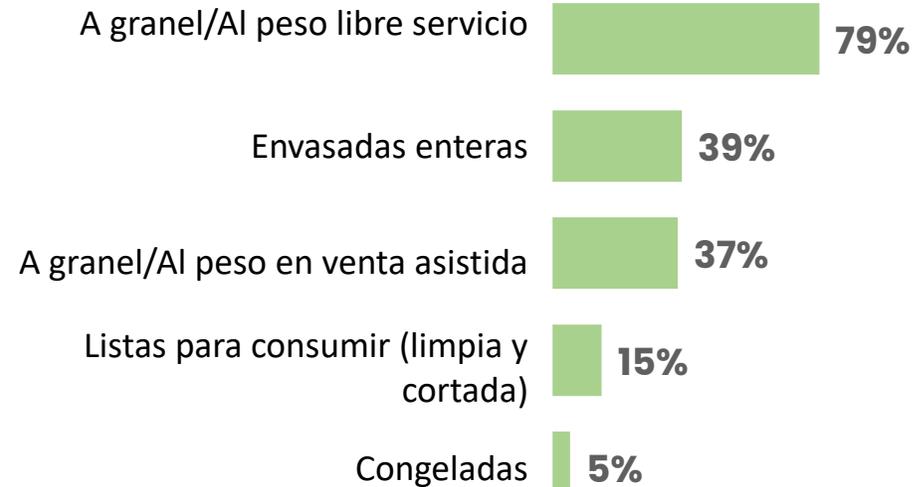
AECOC SHOPPERVIEW

Formato de compra:

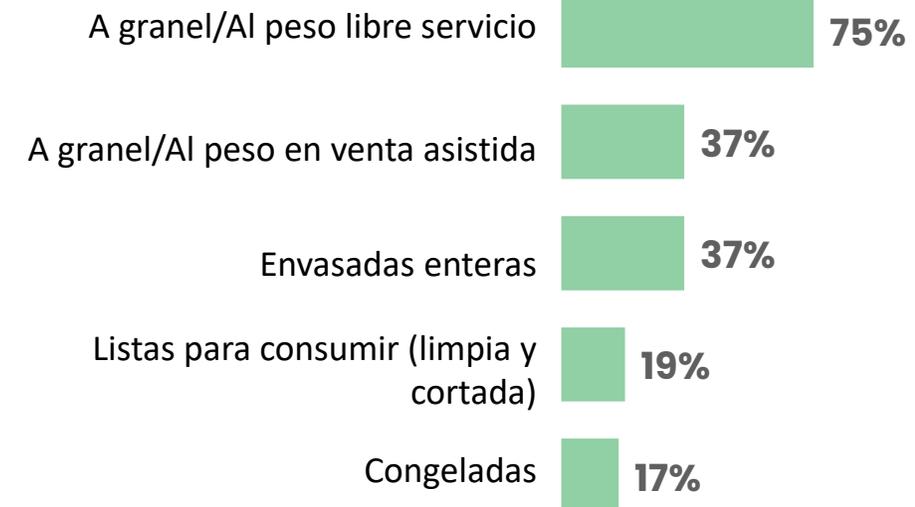
- 3 de cada 4 compran a **granel libre servicio**
- 4 de cada 10 compran **envasado**
- 1 de cada 5 compran en formato **listo para el consumo**



FRUTAS



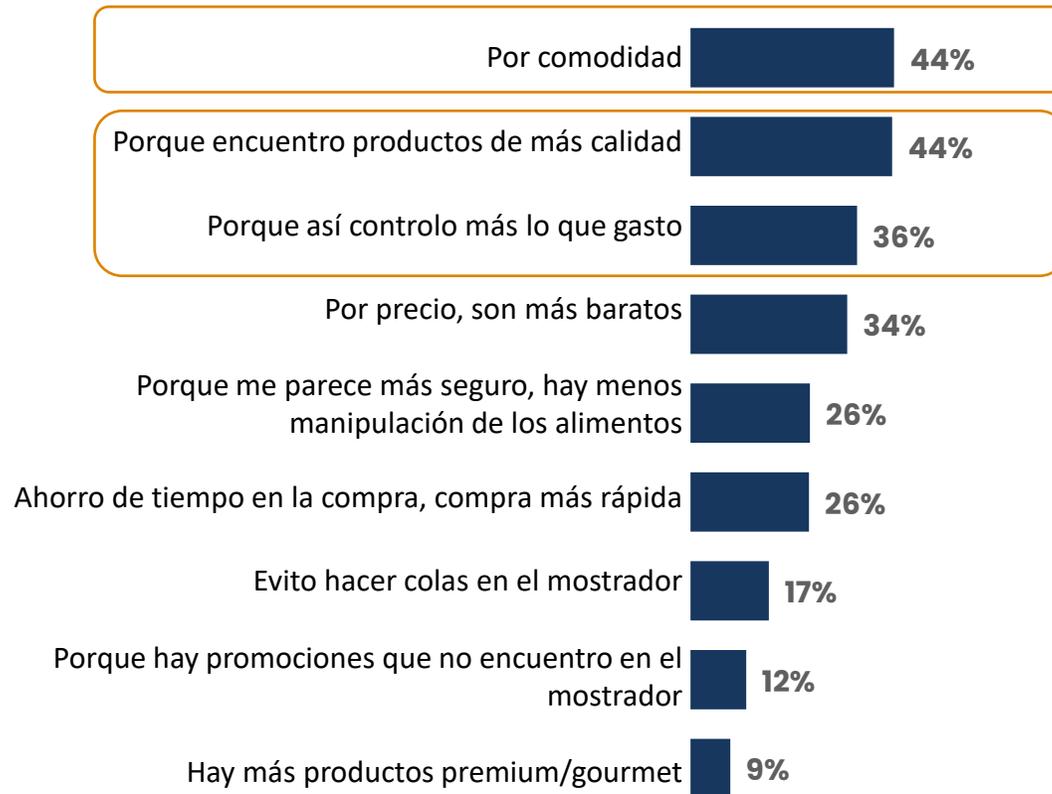
HORTALIZAS



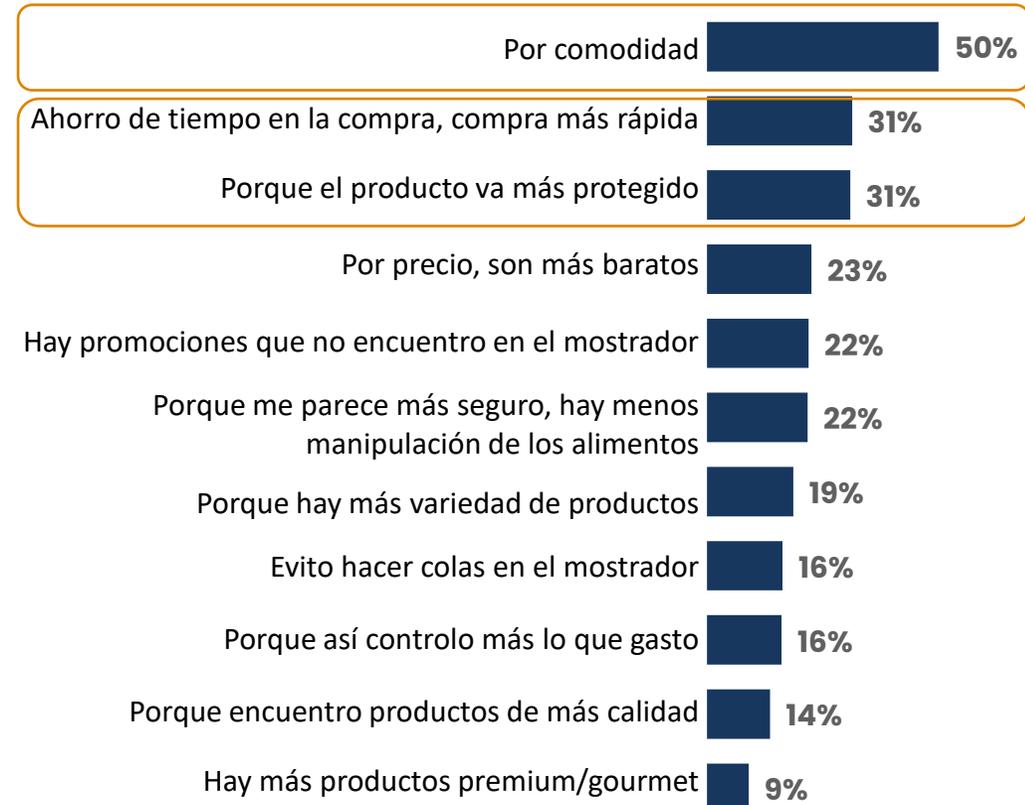
Motivos de compra según formato: GRANEL VS. ENVASADO

Calidad y control del gasto en libre servicio. Rapidez y protección del producto en envasados.

A GRANEL LIBRESERVICIO



ENVASADAS



Motivos de elección en la compra de frutas y hortalizas

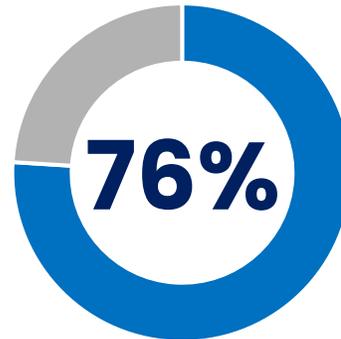
Que sea de temporada y tenga buen aspecto pasa por delante del precio en cuanto a la elección de las frutas y hortalizas.



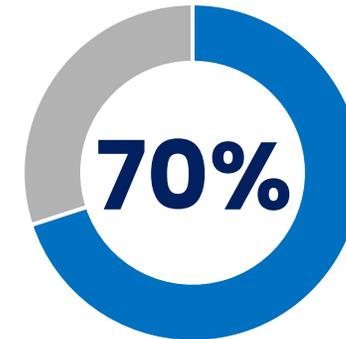
AECOC SHOPPERVIEW

Importancia del precio en las decisiones de compra

Consumidor exigente que busca la mejor relación calidad-precio



Ahora **se fija más** en el **precio** de las FyH que compra



Mira **más la calidad** de los productos que compra

50% nos dice que, aunque el precio es importante, seguirá fijándose más en la calidad de los productos que compra

AECOC SHOPPERVIEW

84% ↑ 79% oct. 2022

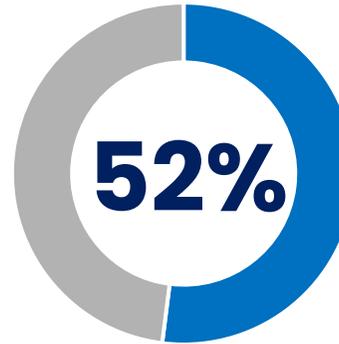
Ha cambiado sus hábitos de compra y consumo de frutas y hortalizas debido al aumento de precios



AECOC SHOPPERVIEW

Impacto de la inflación en la cesta de la compra

Un shopper más
promocionero



Busca más ofertas y
promociones



El aumento de precios también hace que 1 de cada 3...



Compre más a **granel (35%)**  **18% oct. 2022**

Compre **menos cantidad (34%)**

AECOC SHOPPERVIEW

Si los precios siguen al alza el consumidor seguirá cambiando sus hábitos y en los próximos meses...

46%

Dejará de comprar determinadas variedades de frutas y hortalizas si su precio aumenta y optará por una cesta más básica

40%

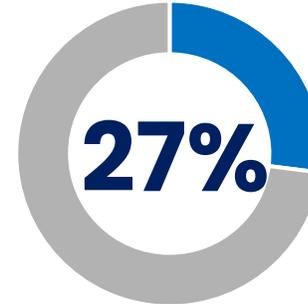
Comprará menos FyH para evitar el desperdicio de alimentos, se les estropean en casa y para controlar el gasto

AECOC SHOPPERVIEW



Impacto de la inflación en la cesta de la compra

Un shopper infiel al establecimiento



Cambia de establecimiento buscando mejores precios



63%

en los próximos meses comparará más el precio entre establecimientos para ahorrar

AECOC SHOPPERVIEW

Impacto de la rebaja del IVA

A 6 de cada 10 no les compensa esta rebaja y ha tenido que cambiar igualmente sus hábitos de compra

La rebaja del IVA...

- Me ha ayudado a poder comprar lo mismo que compraba antes
- Me permite poder comprar más o productos de mayor valor
- No compensa el aumento de precios y he tenido que cambiar mis hábitos

25%

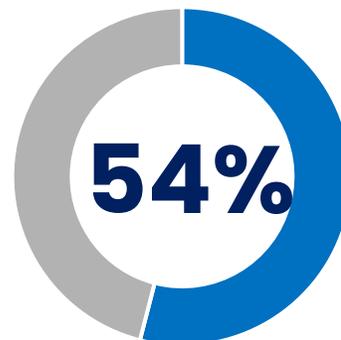
18%

57%

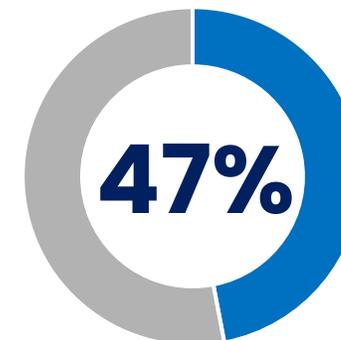
75% cree que los precios van a seguir aumentando en los próximos meses pese a la eliminación del IVA.

Más allá del precio

El consumidor está dispuesto a pagar más por...



Productos locales de pequeños agricultores de la zona



Productos con **calidad garantizada** y punto maduración óptimo

4 de cada 10 está dispuesto a pagar más por...

- Frutas y hortalizas de **origen nacional** o europeo
- Producción **ecológica**
- **Envases sostenibles**, respetuosos con el medio ambiente

AECOC SHOPPERVIEW

Hábitos de consumo

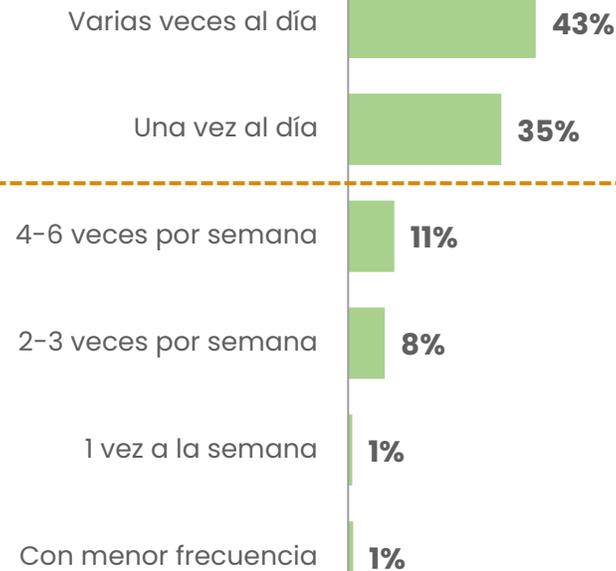
Frecuencia:

- Frutas: 8 de cada 10 consume frutas mínimo 1 vez/día. Un 43% lo hace varias veces al día
- Hortalizas: la mitad consume hortalizas mínimo 1 vez/día.



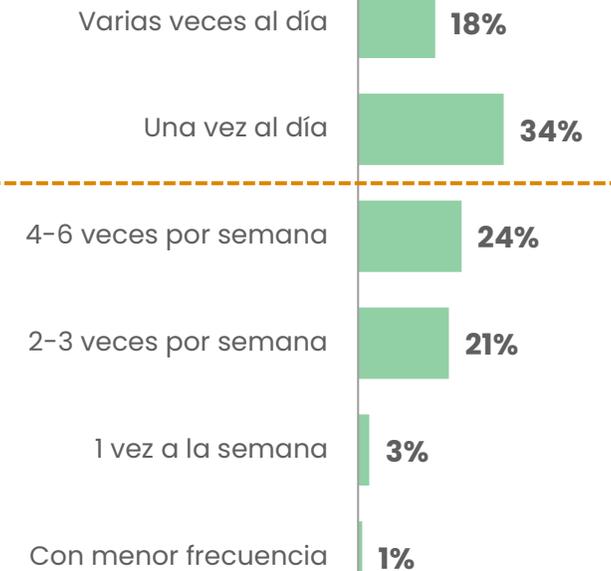
FRUTAS

79%



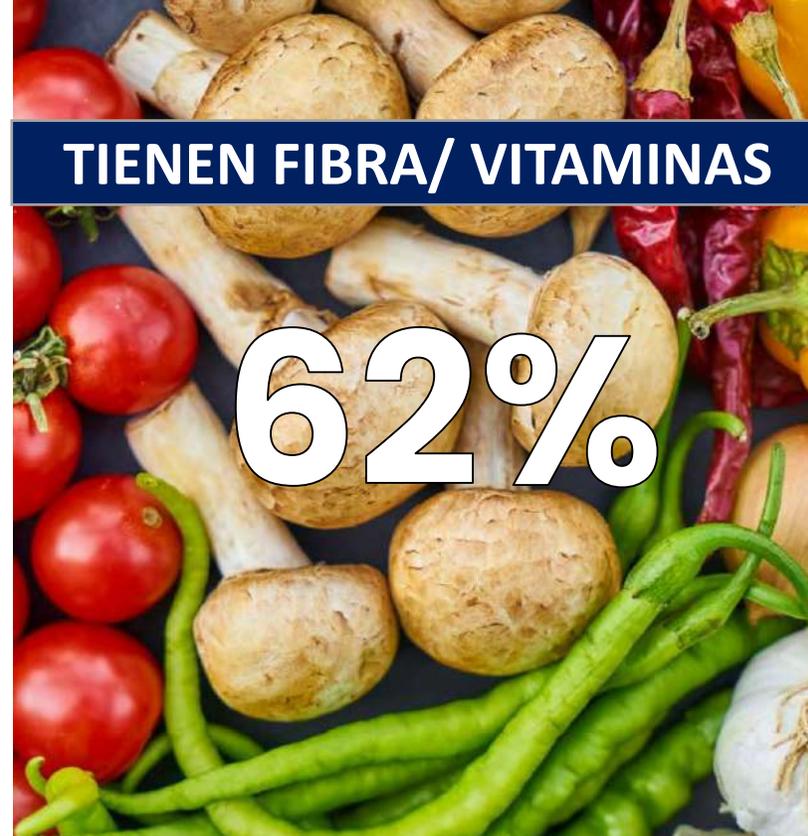
HORTALIZAS

51%



Motivos de consumo de frutas y hortalizas

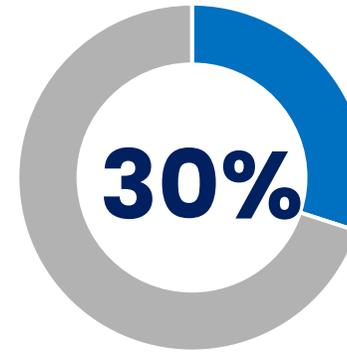
Salud, aporte de vitaminas/fibra y su buen sabor.



AECOC SHOPPERVIEW

Hábitos de consumo

A pesar del aumento de precios, algunos consumidores sí han aumentado su consumo



Consume ahora más frutas y hortalizas que hace 2 años

↑ 20-34 años

- 📌 Los que NO CONSUMEN más es porque:
- Consideran que ya consumen suficiente
 - Por precio, consideran que son caras

Notoriedad de marca

48% Prefiere comprar productos de una marca conocida

Frutas: de media se conocen 7,5 marcas y se compran 4,2

Hortalizas: de media se conocen 2,8 marcas y se compran 1,7

TOP5 CONOCIMIENTO DE MARCA

FRUTAS



HORTALIZAS



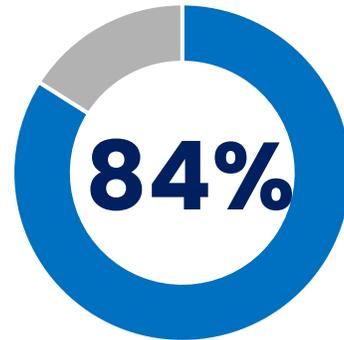
Qué se les pide a las marcas



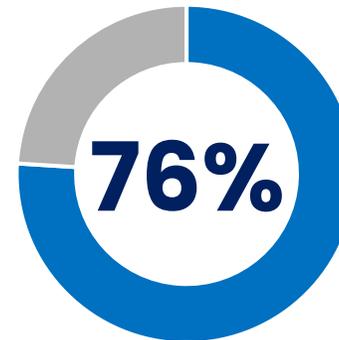
7 de cada 10...

- Prefieren marcas que les informen de **dónde y cómo se ha cultivado**
- Buscan marcas que apuestan por la **SOSTENIBILIDAD**

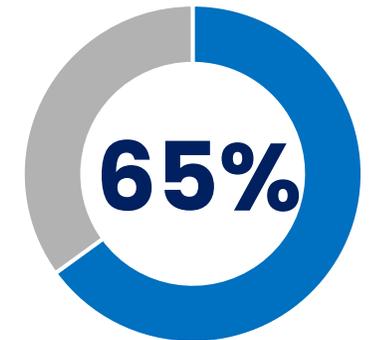
Sostenibilidad en la compra



Planifica más las compras para evitar el desperdicio de alimentos.



Prefiere productos cultivados en España aunque sean más caros



Prefiere envases de cartón o bioplástico en vez de plástico

AECOC SHOPPERVIEW

Qué se les pide a las marcas



6 de cada 10...

- Les gustaría encontrar **catas de producto** en el punto de venta
- Les gustaría encontrar **recetas** e ideas originales
- Cree que las marcas deberían hacer **más publicidad** para darse a conocer
- Deberían ofrecer **mayor variedad** de productos



AECOC SHOPPERVIEW

Retos para el sector en este 2023



EXIGENTE

El consumidor no quiere renunciar a la calidad a pesar de los precios altos

1r

2n

ORIGEN

76% prefiere productos cultivados en España aunque sean más caros

PRODUCTO

Potenciar en el PdV productos de temporada cuidando mucho la presentación y el aspecto

3r

4t

MARCA

Todavía hay mucho camino por recorrer en cuanto a notoriedad. 48% prefiere comprar FyH de marcas conocidas

INFLACIÓN

Comprador más promotor que compra a granel para controlar el gasto e incluso ha reducido el tamaño de las cestas o cambia de establecimiento buscando mejores precios

5t





**¡Muchas
Gracias!**

Carlota Usatorre

Responsable de desarrollo
comercial de ShopperView

 cusatorre@aecoc.es

 616 43 93 97

AECOC SHOPPERVIEW

Los materiales contenidos en las páginas de este informe incluyendo el texto, diseño, presentación, logotipos, iconos, imágenes, fotografías y cualquier otro elemento gráfico son propiedad de la Asociación Española de Codificación Comercial ("AECOC"). AECOC se reserva el derecho de modificar alguno o todos los elementos del informe.

© [Enero, 2023] AECOC. Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser utilizada, reproducida, distribuida, comunicada públicamente o alterada, en su totalidad o en parte, sin el permiso escrito de AECOC.