

“Frutas y hortalizas: ¿Qué exige el consumidor?”



Felipe Medina es responsable de Cadena Alimentaria de Asedas

El supermercado de proximidad se sitúa a la cabeza en las preferencias de compras tanto en frutas frescas (42,2%), como en hortalizas frescas (40,1%) y en frutas y hortalizas transformadas (76,3%), según los datos del Informe del Consumo en Alimentación en España 2016. Los productos frescos, entre ellos las frutas y hortalizas, son una de las señas de identidad del supermercado de proximidad. Este segmento reúne las características que los consumidores aprecian de este modelo: variedad, calidad, sostenibilidad, seguridad alimentaria y precios competitivos muy cerca de sus casas.

Así pues, el supermercado es una plataforma ideal para estudiar los hábitos de consumo en frutas y hortalizas y trasladar la demanda a los productores. En líneas generales, las tendencias de consumo de frutas y hortalizas están influidas por el crecimiento de unidades familiares cada vez más pequeñas -el número de

hogares de una única persona alcanzará el 28,6 por ciento en 2031 y de dos personas, el 32,1 por ciento, según el INE (Instituto Nacional de Estadística)-, por lo que la demanda se orienta hacia el mono-consumo y la conveniencia.

En este sentido, la venta por piezas es la preferida por el consumidor. Esta práctica le permite adquirir solo la cantidad de producto que necesita y, desde el punto de vista de la distribución, ayuda a transmitir los valores de saludable y sostenible que se buscan, además de ser un elemento de lucha contra el desperdicio alimentario.

Dentro de las características demográficas que influyen en la compra de frutas y verduras, podemos decir que son las parejas jóvenes las que más tiran del consumo. Las familias con hijos pequeños buscan productos saludables, de calidad, fáciles de consumir y a buen precio. Junto a ellos, las generaciones jóvenes -Millennials, Generación Z- trasladan a las frutas su preocupación por la alimentación saludable.