

La pandemia de Covid-19 sigue teniendo una gran influencia sobre cómo y dónde los consumidores gastan su dinero en frutas y verduras; y las ventas minoristas de productos frescos en octubre aumentaron un 7,5% interanual.

Los productos frescos generaron USD 4.86 mil millones en ventas durante un período de cuatro semanas en octubre, un adicional de USD 339 millones en ventas en comparación con el mismo período en 2019, según un informe conjunto de 210 Analytics, The Produce Marketing Association (PMA) e IRI.

Esto incluye USD 64 millones en ventas adicionales de frutas y USD 278 millones en ventas adicionales de verduras.

"Ocho meses después de la pandemia, el virus mantiene un firme control de cómo y dónde la gente gasta su dinero en alimentos. Las ventas diarias han regresado lentamente a la normalidad y las transacciones de los restaurantes se ubicaron dentro del 10% de los niveles del año anterior", dijo Presidenta de Analytics 210 Anne-Marie Roerink.

Muchos de los hábitos de compra de la pandemia habían comenzado a normalizarse en septiembre, pero un aumento en el número de casos de Covid-19 en octubre desafió una mayor recuperación de las ventas de restaurantes, en combinación con la capacidad de asientos al aire libre afectada por las temperaturas más frías en los estados del norte.

Joe Watson, vicepresidente de Membresía y Compromiso de la PMA dijo: "Todos recordamos los días en que miramos de cerca el decimal cuando estudiamos los porcentajes de crecimiento. Ver que las ventas de productos agrícolas han aumentado un 10% año tras año diez meses después de 2020 es muy revelador".

"El consumo en el hogar sigue siendo elevado durante las comidas, especialmente entre las familias con niños que están en la escuela online o las personas que trabajan desde casa. Nuestra oportunidad es ayudar a los consumidores con la planificación y preparación de las comidas durante las semanas normales y festivas en los próximos meses para ayudar a integrar productos frescos en las comidas".

En frutas, los berries siguen siendo dominantes en las ventas, pero también hay fuertes ventas de manzanas y uvas, según dijo Jonna Parker, líder del equipo de productos frescos en IRI.

"No todas las 10 áreas principales ganaron en ventas, de hecho las uvas, plátanos y duraznos perdieron algo de terreno en comparación con el año anterior. Pero, por otro lado,

los berries, los melones, las mandarinas y los limones siguen registrando ganancias de dos dígitos en octubre de 2020 en comparación con el mismo período en 2019", dijo.

El top 10 en ventas en el lado de las verduras incluyó ocho artículos que tuvieron aumentos de dos dígitos en comparación con el año anterior y ninguno que perdió terreno.

"La comparación de la fuerza de los 10 mejores jugadores en hortalizas con el rendimiento más mixto en frutas muestra por qué las hortalizas frescas han sido una potencia pandémica", dijo Watson.

"Los tomates, las patatas, la lechuga, los pimientos, las cebollas, los champiñones y más son ingredientes de la comida, principalmente en la cena y el almuerzo. Su fuerza continua subraya que los estadounidenses siguen comiendo más en casa".

"Al mismo tiempo, los tomates, los pimientos y los pepinos han hecho un excelente trabajo en la comercialización frente a la merienda y, claramente, eso está dando sus frutos en grandes ganancias de ventas año tras año".

Las ventas totales de productos frescos al por menor en septiembre aumentaron un 10,7% interanual.