

A medida que la movilidad continúa aumentando en EE.UU., las ventas de productos frescos cayeron en la mayoría de las áreas en marzo en comparación con los peaks del año pasado en el comercio minorista de comestibles; aunque la demanda se mantuvo por delante de la línea de base prepandémica de 2019.

La notable excepción a esta tendencia decreciente son las berries, ya que además de ser las más vendidas, lograron fuertes aumentos de ventas tanto en comparación con los niveles prepandémicos de 2019, con un aumento de más del 28% como interanual con un aumento de más del 9%.

Ni los viajes totales a la tienda ni el tamaño de la canasta pudieron igualar los peaks del año pasado. Las ventas del departamento de frutas y verduras durante las cuatro semanas que terminaron el 28 de marzo disminuyeron un 7,6% interanual.

Sin embargo, en comparación con 2019, las ventas de productos frescos al por menor aumentaron un 11%, según señaló un informe conjunto de 210 Analytics, PMA e IRI.

"Sabíamos que el panorama año tras año cambiaría radicalmente en marzo al enfrentar los peaks pandémicos tempranos de 2020", dijo Joe Watson, vicepresidente de Membresía y Compromiso de Produce Marketing Association.

"Pero si bien el panorama de hace un año siempre es importante, es tan importante entender la demanda actual en relación con la normalidad prepandémica, ya que el país comienza a abrirse un poco más cada día".

Las ventas de productos frescos se mantuvieron sin cambios en USD 5.4 mil millones desde febrero de 2021, una disminución de USD 435 millones año con año, pero aumentaron USD 524 millones con respecto a la normalidad prepandémica de 2019.

Esto incluye un aumento de USD 242 millones en frutas y un aumento de USD 283 millones en verduras en comparación con la línea de base de 2019.

Watson explicó que los precios de las frutas y verduras frescas aumentaron entre un ocho y un nueve por ciento con respecto a los niveles de marzo de 2020.

Top 10 in weekly sales	Dollar sales increase over comparable period in 2019/2020									
	2019	Q1 '20	Q2 '20	Q3 '20	Q4 '20	Jan '21	Feb '21	Mar '21	Mar vs '19	Mar vs '20
Fresh fruit	-0.2%	+5.3%	+10.6%	+9.5%	+8.7%	+8.7%	+7.4%	\$2.5B	+10.6%	-3.9%
Berries	+4.4%	+11.0%	+15.3%	+14.3%	+16.2%	+12.9%	+8.7%	\$644M	+28.6%	+9.2%
Apples	+0.0%	+2.2%	+3.1%	-0.1%	+1.9%	+5.1%	+5.1%	\$327M	+1.2%	-13.3%
Bananas	-0.9%	+5.6%	+6.2%	+0.5%	+1.9%	+4.3%	+2.9%	\$259M	+5.1%	-8.9%
Grapes	-3.1%	+1.9%	-1.1%	-0.3%	-0.1%	+4.0%	-4.3%	\$238M	-3.4%	-10.0%
Avocados	+6.8%	+6.6%	+14.6%	+2.2%	+6.1%	+2.5%	+5.3%	\$192M	+8.1%	-10.3%
Mandarins	-5.8%	+7.2%	+7.5%	+13.5%	+15.7%	+3.7%	+12.1%	\$185M	-0.9%	-16.0%
Melons	+1.0%	+4.0%	+2.6%	+14.4%	+18.7%	+6.5%	+12.1%	\$138M	+10.7%	+11.8%
Oranges	-9.6%	+8.6%	+65.4%	+40.0%	+23.5%	+20.2%	+16.0%	\$103M	+8.3%	-25.4%
Pineapples	+0.1%	-5.8%	+7.2%	+15.6%	+14.5%	+13.5%	+14.6%	\$67M	+4.9%	+11.8%
Lemons	-6.5%	+1.8%	+35.9%	+30.2%	+21.5%	+25.5%	+24.3%	\$65M	+16.0%	-10.3%

Source: Source: IRI Integrated Fresh, Total U.S., MULO, % change vs. YA

Siete de las 10 frutas más vendidas perdieron terreno frente a las tremendas ventas de 2020. Sin embargo, las berries, los melones y las piñas aumentaron las ventas en comparación con las primeras semanas de la pandemia.

"En frutas, la alineación de los 10 principales medidos en ventas en dólares es bastante típica", dijo Watson. "Las berries son las intocables número uno, casi duplicando las ventas de las manzanas número dos".

## Vegetales

A excepción de las ensaladas envasadas y los pepinos, todas las verduras frescas experimentaron una disminución año tras año, sin embargo, en comparación con la normal pre-pandémica de 2019, todas las verduras aumentaron con la ganancia más alta del 26% para las ensaladas envasadas.

Top 10 in weekly sales	Dollar sales increase over comparable period in 2019/2020									
	2019	Q1 '20	Q2 '20	Q3 '20	Q4 '20	Jan '21	Feb '21	Mar '21	Mar vs '19	Mar vs '20
Fresh vegetables	+3.9%	+8.4%	+20.7%	+15.1%	+14.8%	+12.6%	+12.8%	\$2.7B	+11.7%	-11.1%
Tomatoes	+0.3%	+12.7%	+24.7%	+17.8%	+17.6%	+8.8%	+12.1%	\$307M	+15.9%	-9.6%
Package salad	+12.2%	+13.0%	+11.6%	+14.0%	+21.7%	+16.5%	+11.5%	\$250M	+26.0%	+8.4%
Potatoes	+1.5%	+19.4%	+36.8%	+16.6%	+12.1%	+16.1%	+15.6%	\$249M	+11.7%	-31.9%
Lettuce	+6.3%	+3.5%	+14.2%	+8.0%	+23.2%	+14.1%	+13.6%	\$196M	+7.3%	-1.4%
Peppers	+4.2%	+5.5%	+28.0%	+22.1%	+21.7%	+17.1%	+21.0%	\$193M	+17.6%	-4.2%
Onions	+6.0%	+11.5%	+23.4%	+11.9%	+11.2%	+14.2%	+15.4%	\$177M	+9.1%	-23.1%
Carrots	-1.6%	+6.4%	+12.1%	+6.5%	+4.6%	+2.4%	+6.2%	\$107M	+0.4%	-21.4%
Mushrooms	+0.6%	+8.1%	+31.2%	+23.0%	+17.5%	+16.2%	+13.8%	\$105M	+15.0%	-6.3%
Cucumbers	+3.1%	+10.2%	+21.4%	+18.9%	+21.8%	+14.2%	+12.3%	\$100M	+21.7%	+1.9%
Broccoli	+7.3%	+4.8%	+18.5%	+13.4%	+11.3%	+11.1%	+10.0%	\$89M	+7.8%	-10.2%

Source: Source: IRI Integrated Fresh, Total U.S., MULO, % change vs. YA

"La enorme fortaleza de las verduras en 2020 significa que estamos viendo muchas bajas en

comparación con los niveles de hace un año", dijo Watson.

De cara al futuro, la demanda reprimida del país por comer en restaurantes se está traduciendo en un 40% que espera salir a cenar con la misma frecuencia o más a menudo que antes de la pandemia, indicó la encuesta.

"Comprender dónde se encuentra el equilibrio entre el gasto doméstico y el gasto fuera de casa en relación con la pre-pandemia ayudará a nuestra industria con el pronóstico de la demanda", dijo Watson.