



Los españoles y españolas quieren dedicar una hora menos a cocinar esta Navidad

- El 47% de la población española destinará menos presupuesto a las comidas y cenas navideñas de este año
- ALDI ha elaborado una encuesta a más de 800 personas para conocer los hábitos de consumo de los españoles y españolas durante la Navidad

Sant Cugat del Vallès, 19 de noviembre de 2019- Los españoles y las españolas querrían dedicar menos tiempo a preparar las comidas y cenas de Navidad. De hecho, **el 62% desearía dedicar hasta una hora menos a preparar sus platos**. Así lo revela el informe elaborado por ALDI sobre los hábitos y preferencias de los españoles y españolas en las comidas y cenas de Navidad.

El factor tiempo es un aspecto determinante en la preparación de las comidas navideñas y es que según se desprende del informe, **los españoles y españolas dedican más tiempo del deseado a preparar las comidas y cenas de Navidad**. En ese sentido, el 57% afirma que le dedica entre dos horas y media a más de cinco horas. Por otro lado, en cuanto al tiempo que les gustaría emplear a preparar estas comidas, un 75% asegura que desearía dedicar menos de dos horas y media, como máximo. Y es que, de hecho, **a los españoles y españolas les gustaría emplear 1 hora menos de lo que dedican a preparar sus comidas navideñas**: de media, destinan 173 minutos -cerca de 3 horas- en preparar las comidas navideñas, mientras que el tiempo que les gustaría dedicar es 112 minutos -cerca de 2 horas.

Por otro lado, **un 65% de los españoles y las españolas afirman que actualmente destinan más presupuesto del que les gustaría** a la preparación de las comidas y cenas navideñas. Además, el 47% de la población asegura que este año reducirá el gasto a la hora de comprar los productos para preparar sus platos navideños.

En cuanto a los motivos determinantes en la compra de los productos, los españoles y españolas destacan la **relación calidad-precio** como el factor más valorado. Los datos recogidos por la compañía revelan que el 64% de los encuestados lo considera un aspecto clave en la compra del producto. Asimismo, el segundo y tercer factor que determinan la compra de los productos es que sean de **calidad**, 63%, y que sean **especiales y distintos a los que se consumen diariamente**, 61%.

Ante la preferencia de organizar o ser invitado en las cenas o comidas de Navidad, el 46% de la población española asegura que en la mayoría de las celebraciones prefieren organizar ellos mismos las comidas en lugar de ser invitados. Sin embargo, estas preferencias varían, sobre todo, en función de las fechas. Destacan la noche de Reyes y la cena del día de Navidad, en los que 70% y el 68% de la población prefiere celebrarlas en su casa. Además, a medida que incrementa la edad, también aumenta la voluntad de



organizar las celebraciones en casa con familiares y amigos en detrimento a ser invitado. En este sentido, el 50% de los mayores de 50 años afirman ejercer de anfitriones en Nochebuena, Navidad, Nochevieja y Año Nuevo.

Los productos gourmet

Un **57%** de la población afirma que les gusta ofrecer productos gourmet en las cenas y comidas navideñas. Por ello, la carne, el marisco y los dulces son los platos favoritos de la población española en Navidad. El estudio, que identifica las principales tendencias de consumo, revela que el 70% de la población española apuesta por la carne como producto estrella en sus platos navideños. El 61% se decanta por los mariscos y un 38% considera que los postres y los dulces son imprescindibles en la mesa.

Estas conclusiones son resultado de una encuesta realizada por ALDI a más de 800 personas españolas y se enmarca en la presentación de **Special de ALDI, la marca de productos gourmet de la compañía**. Esta gama de productos cuenta en la actualidad con más de 150 referencias que incluyen desde frescos, congelados, postres y alimentación seca.

Sobre ALDI

ALDI es una de las cadenas de alimentación y supermercados más importantes del mundo. Su origen es alemán y pertenece al grupo ALDI Nord, que cuenta con casi 5.000 tiendas distribuidas en 9 países. La entrada de ALDI en el mercado español se produjo en 2002 y actualmente cuenta con más de 300 establecimientos y más de 4.000 trabajadores en España. ALDI se concentra en lo que es esencial: la comodidad y funcionalidad de sus establecimientos, la elevada autoexigencia a la hora de seleccionar los mejores productos y la cualificación de sus colaboradores. Uno de los valores de ALDI es la calidad de sus productos, que obtiene comprando a los mejores proveedores locales, estatales e internacionales, y ofreciendo sus marcas propias, como El Mercado de ALDI, el Horno de ALDI, Special de ALDI, Esselt de ALDI, Milsani, GutBio, Biocura, Mildeen, entre otras.

Para más información: www.aldi.es

Contacto para medios de comunicación:

Jordi Montaña Cabacés - 932 172 217 - jmontana@llorentycuenca.com

Paula Serra - 932 172 217 - pserra@llorentycuenca.com