

# Los caprichos ganan terreno en la cesta de la compra durante el estado de alarma

Por **Jose M. Gómez** - 20/04/2020



Chocolates, bebidas alcohólicas y *snacks* ganan la partida a los alimentos no perecederos en la cesta de la compra de los españoles

Hace poco más de un mes, cuando el **Coronavirus** llegó a España como si de una horda de Atila el Huno se tratase, la población **se lanzó a los supermercados de forma masiva**. Al igual que en cualquier película apocalíptica, de los comercios salían carros **repletos de productos de limpieza, conservas, legumbres y papel higiénico**. Tras un mes de confinamiento, la adaptación a esta nueva situación se refleja en nuestra actitud frente al carrito, **más enfocada ahora a darnos caprichos que a llenar la despensa**. Con el paso de las semanas, han crecido exponencialmente la venta de productos como la cerveza, el vino, la bollería o los *snacks*. Igualmente, siguen haciendo su agosto frutas y verduras, al haber mas tiempo para cocinar, y no faltan los productos de limpieza, nuestra mejor arma contra el Covid-19.

## Controlamos más el gasto y nos pasamos a los productos básicos

Este cambio, sin embargo, **no se ha producido de la noche a la mañana**. Tal y como explica a este medio el secretario general técnico de la **Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA)**, **Álvaro González**, “el consumo ha evolucionado durante las distintas semanas del estado de alarma”. Así, las primeras semanas fueron de “picos excesivos de demanda **motivados por el miedo y la incertidumbre** del consumidor”. Entonces, nuestra atención se centraba en **productos no perecederos** como “legumbres, pasta, conservas, sopa, y productos de higiene” detalla.



## La Fundación Cajasol retoma su actividad cultural en Córdoba con la muestra 'Obra Gráfica'

¡Ahora en Portada!

Posteriormente, **una vez superado el pánico inicial**, “pasamos a una segunda semana en la que decreció este consumo”. Más tarde, ya en las últimas semanas, la situación se ha normalizado, con lo que predomina la compra de **productos básicos con tickets de compra moderados**.

**Pero, ¿de qué productos se trata?** Para dar respuesta a esta pregunta contactamos con la cadena de supermercados cordobesa **Comercial Piedra Trujillo**. “Por tercera semana consecutiva **sube considerablemente la demanda de productos frescos** frente a los envasados” explica **Olba Alba**, directora de Marketing y Comunicación de la cadena. Del mismo modo, Alba destaca la venta de **productos de limpieza e higiene**. “Ahora hay un especial interés en los hogares por limpiar y desinfectar” detalla.

Ya nos hemos acostumbrado a estar en casa, **ya hemos creado nuevas rutinas** y, en muchas de ellas, está la de tomar **una cerveza fresquita y picotear**. Un momento de relax que ha supuesto un crecimiento del 45 por ciento de este tipo de productos. Lo mismo sucede con los **frutos secos, el vino, y el chocolate y sus derivados**. “Estas son otras categorías que han crecido mucho, por encima del 30 por ciento” apunta Alba.

## Dime que compras durante el estado de alarma y te diré en qué te entretienes

Así es. La responsable de marketing apunta a **nuevas actividades de ocio** que se reflejan, por supuesto, en la cesta de la compra. Ya es conocida **la afición repentina de todos y todas por la repostería**, con una venta de **harina** y levadura que se mantiene al alza desde el inicio de la crisis.

Lo que no era tan común, quizás porque urge más cada día, es el atrevimiento de muchos y muchas para arreglar su look y, más concretamente, **su pelo**. Si, es cierto que los hombres lo tienen fácil: a falta de poder acudir a la peluquería, **bueno es un rapado completo**. Pero el caso de las mujeres es más complejo. Aun así, muchas optan en las últimas semanas por echarle valor y **trasladar a su hogar el salón de belleza**. Tanto es así que, según apunta Alba, categorías como **la coloración del pelo** “han crecido un 80 por ciento” en la, ya evolucionada, cesta de la compra.

Comparte esta noticia:



☺