



Compra online

Consumo y Covid-19: así ha cambiado la demanda de bienes y servicios

El coronavirus se deja notar en nuestros hábitos, y eso se refleja en compras y ocio. Estos son algunos consejos para mantener un consumo responsable.

BLUEMEDIA STUDIO CONTENIDO DE MARCA

23.04.2020 - 06:00h

Actualizado: 29.10.2020 - 12:42h



De carros de la compra llenos de papel higiénico en las primeras semanas a demanda sin precedentes de harina, levadura, encurtidos y cerveza: la adquisición de productos en supermercados es **uno de los primeros indicadores del cambio de tendencia de consumo** en tiempos de pandemia.

"Cuando empezó el confinamiento, hubo una estampida provocada por el pánico", afirma **Elena Daprá**, psicóloga clínica y miembro del Colegio de Psicología de Madrid. Explica que el hecho de que se agotase el papel higiénico fue debido a varios factores: "Por un lado se considera, por mucha gente, un bien principal. Por otro lado, **se da un efecto de imitación**: como hay mucha demanda, y por tanto escasea, la mente asume de forma inconsciente que debe ser algo muy importante".

Una vez pasada esa fase de pánico generalizado, las prioridades cambian. Sin embargo, matiza la profesional, "no nos hemos relajado: seguimos con un nivel de activación basal bastante alto. **El cuerpo necesita, de alguna forma, relajar la ansiedad**: como muchas veces eso se hace yéndose 'de cañas', representamos eso en el propio domicilio, tanto solos como acompañados. Es algo que culturalmente se asocia a un momento de relax". De ahí que la cerveza y las aceitunas sean productos muy demandados en las últimas semanas.

A pesar de que son más las empresas que sufren dificultades, sobre todo de [liquidez](#), que las que prosperan en estos tiempos, lo cierto es que hay ciertos segmentos con cifras positivas. **La lista de beneficiados está encabezada por fabricantes de productos de higiene** como el desinfectante de manos: así, grandes productores como Procter & Gamble o Johnson & Johnson han visto subir los números gracias a un aumento de la demanda, tal y como han explicado en sendos comunicados internacionales.

¿Y en la vertiente digital?

En la segunda semana de confinamiento, **la compra online aumentó en un 73,7%**, según un estudio de la consultora Nielsen. Gigantes del e-commerce, como [Amazon](#), han reforzado sus servicios frente al aluvión de pedidos de estos días.

Ante la compra como posible canalizador de la ansiedad, Elena Daprà aporta algunos consejos: "En primer lugar, **es importante no comprar si te encuentras alicaído**", apunta. "Si vives con alguien, comenta lo que quieres comprar, para que esa persona te haga preguntarte si realmente lo necesitas. También es útil reservar un dinero mensual concreto y esforzarse en no gastar de más", enumera la profesional. "Hay que respirar hondo y pedir ayuda a un psicólogo si la situación se descontrola". Además, teniendo en cuenta el contexto actual, comprar solo lo necesario pasa a ser una cuestión de responsabilidad social.

Por otro lado, las compañías de entretenimiento en streaming se han convertido en una opción recurrente en los hogares. **Netflix, Amazon Prime Video y HBO han alcanzado grandes picos de audiencia** y consumo durante estos días, y las previsiones sobre su uso han hecho que sus acciones suban varios puntos. En el caso de Netflix, la plataforma ha afirmado que, para garantizar su servicio y no colapsar las conexiones, se ha visto obligada a recortar la calidad de sus vídeos como medida excepcional.

De un modo similar crecen las horas que pasamos en redes sociales, tanto para informarnos como para entretenernos: **España lidera el uso de estas aplicaciones, según Comscore, con un aumento de uso del 55%**. Como líderes se colocan Instagram, Twitter, Facebook y un nuevo agente cada vez más presente, TikTok, que rompe la barrera de la generación Z y se cuelga en smartphones de edades cada vez más diversas.

En este sentido, es recomendable no abusar del uso de pantallas, algo no del todo fácil durante estos días. "Hay que vigilar que no sean demasiadas horas de exposición: si paso la mitad del día en redes sociales, hay un problema", apunta Daprà. "Es importante no abandonar ninguna otra tarea: **hay que intentar fijar rutinas y cumplirlas**, y el uso de las redes debe estar limitado a un tiempo determinado", subraya. Y es que los momentos presenciales en familia, si se pasa el confinamiento en el mismo hogar, son esenciales. "Se debe pensar en usar las redes con un objetivo concreto, y no como método de evasión", aconseja. Además, **el confinamiento puede convertirse en el mejor momento para descubrir nuevas aficiones** como la cocina (el aumento del consumo de levadura apunta a una tendencia en este sentido) o las vertientes artísticas, como la pintura o la escritura.

Comprar solo lo necesario, limitar el tiempo de uso de pantallas y **pasar tiempo con los nuestros si compartimos vivienda** son pasos útiles para que la cuarentena no afecte a nuestros hábitos a pesar del confinamiento.