

NOTA DE PRENSA

La pandemia disparó un 500% las ventas de productos de parafarmacia y un 70% las de desinfectantes y lejías

- **El cambio de hábitos y las nuevas tendencias de los consumidores reflejan un comportamiento similar en los establecimientos de las cuatro provincias gallegas.**
- **Todas las secciones de frescos elevaron la demanda a doble dígito, en especial las de charcutería (auge del 33%), frutería (26%) y pescadería (20%).**
- **El primer alimento que figura en el ranking es el bacalao cuya demanda subió un 69%, seguido de congelados, aperitivos y golosinas (36%)**

El análisis detallado sobre la demanda de 50 familias de productos en los establecimientos de Grupo Cuevas repartidos por la geografía gallega, para conocer el impacto de la pandemia como generador de nuevos hábitos de consumo y cambios de tendencias, refleja en primer lugar grandes coincidencias en las cuatro provincias en el ranking de artículos con mayor crecimiento de ventas y también muy pocas variaciones en las cuatro o cinco únicas familias de productos en las que disminuyó la demanda, en comparación con el año anterior al de la irrupción de la covid-19.

En el total de las tiendas gallegas de la compañía, las gamas de parafarmacia se dispararon de media un 505%, con subidas equiparables en las cuatro provincias: del 481% en Ourense, del 516% en Pontevedra, del 518% en A Coruña y del 542% en Lugo. El siguiente grupo de artículos con mayor alza de demanda por el efecto de la covid-19 fue el de los desinfectantes y lejías, con un repunte del 70%. En el top 10 por crecimiento, el primer alimento que figura en el ranking es el bacalao, cuya demanda aumentó un 69,6%. Productos de limpieza, desinfección y protección ocupan las posiciones inmediatas por subida de las ventas en las distintas enseñas de Grupo Cuevas: insecticidas (56,1% de incremento), desechables (42,5%) y utensilios (38,9%).

El estudio interno de la compañía gallega identifica también como alimentos con mayor tirón en plena pandemia los congelados (+35,8%) y los aperitivos y golosinas (35,8%). En el noveno puesto aparece la primera sección de alimentos frescos, la charcutería envasada, que subió un 32,9%, ligeramente por encima de la repostería (31,7%), cafés e infusiones (31,1%) y platos elaborados y refrigerados (30,6%). Por su parte, bodega y bebidas ampliaron mercado por encima del 28% anual. Otras secciones de la gama de frescos, que en general ha salido muy reforzada por el cambio en los hábitos de consumo derivados de la pandemia, que presentaron buena evolución en 2020 coincidieron con las secciones de frutería, con un

crecimiento medio del 26,2%, de pescadería (19,9%) y de carnicería (16,9%). Destacó además el fuerte tirón de los productos estacionales de Navidad, que a pesar de las restricciones en las celebraciones entre no convivientes experimentaron un alza superior al 25%. También creció a buen ritmo la demanda de conservas (25,3%), huevos (24,8%), salsas y condimentos (22,9%), pastas y sopas o caldos (19%), panadería y bollería industrial (18,6%), arroces y legumbres (18,4%) y refrigerados (18,3%). La alimentación de mascotas subió un 15,1%.

Tanto en el ranking autonómico como en los provinciales, existe mucha similitud entre los alimentos y artículos que han registrado menos ventas en tiempos de pandemia que en ejercicios precedentes. Es el caso de calzado, productos dietéticos y bazar, al igual que los alimentos infantiles, que sufrieron un ligero retroceso medio del 2,7%, si bien en Lugo llegaron a caer el 13,8% y en A Coruña el 10,8%, en contraste con un aumento del 2,3% en Ourense. También perdieron peso gamas como cacaos y chocolates, cabello, corporal general, facial, oral y suavizantes.