

Frutas, verduras y carne: lo más demandado en la segunda etapa de la pandemia, según un estudio de Lola Market

Frente a las conservas, el papel higiénico, la harina y levadura del primer mes de confinamiento, los productos frescos empiezan a ganar posiciones en la lista de la compra de los españoles. La cesta media se estabiliza en torno a los 90 € frente a los 120 € del primer mes del estado de alarma y la compra es más organizada que al principio. A pesar de las medidas de seguridad, los supermercados siguen siendo un potencial foco de contagio a evitar por niños y mayores de 70 años

Los productos frescos van sustituyendo al papel higiénico, la levadura o la harina en esta segunda etapa de confinamiento, según Lola Market, la plataforma de compra online de alimentación líder en España.

En un análisis sobre la evolución de la cesta de la compra realizado entre los más de 60.000 pedidos registrados desde que comenzara el estado de alarma en España, al comienzo de la pandemia los productos más demandados por los usuarios fueron el papel higiénico y los productos en conserva, que aumentaron en un 120% por el miedo a lo desconocido ante una situación insólita para todos.

Primeras semanas de papel higiénico, cervezas y aperitivos

Tras unas primeras semanas en las que primaba el avituallamiento, se produjo un aumento considerable de los pedidos de harina, levadura y productos de repostería. Además el consumo de cervezas, vinos y licores creció un 70% derivado de la fase de aburrimiento tras varias semanas en casa, en la que los consumidores buscaban ocupar el tiempo libre con aperitivos, elaboración de dulces y postres caseros y copas durante el fin de semana.

Segunda etapa: incremento del fresco y estabilización de la cesta media

Durante la segunda etapa del confinamiento y con vistas al inicio de la desescalada, los españoles han aumentado el consumo de productos frescos como frutas, verduras, pollo y ternera.

Según el informe de Lola Market, la cesta media también se ha estabilizado en las últimas semanas, que ha pasado de 120 € en la primera etapa del confinamiento a los 90 €, un importe que se acerca más al anterior al estado de alarma.

Una nueva forma de hacer la compra

Los procesos de confinamiento y desconfinamiento por fases, así como los cambios producidos por la crisis del coronavirus, han modificado indudablemente los hábitos de consumo y la forma de hacer la compra de los españoles.

Según datos de Lola Market, la cesta de la compra es ahora más grande y organizada con el fin de acudir al supermercado lo menos posible y también ha cambiado la forma en la que los usuarios requieren la entrega, que son ahora mucho más flexibles al estar en casa con motivo de la generalización del teletrabajo.

Los super, focos de contagio a evitar por niños y mayores

A pesar de las medidas de seguridad, los supermercados siguen siendo un potencial foco de contagio a evitar por niños y mayores de 70 años así como por la población de riesgo, como embarazadas o enfermos crónicos.

Las plataformas de compra online de alimentación como Lola Market permiten evitar riesgos y aprovechar las horas en las que se pueda salir de casa para dedicarlo a actividades de ocio como pasear, hacer deporte y visitar a familiares en las regiones en las que la implantación de la fase 1 del Plan de desescalada ya lo permite.

Datos de contacto:

María Contenente
91 302 28 60

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Gastronomía](#) [Sociedad](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Ocio para niños](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>