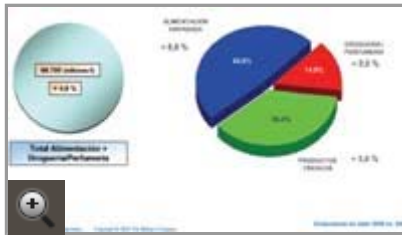


# La recesión lleva a los españoles a comprar productos de máxima necesidad

Publicado Expansión.com, el 18-02-2009 , por Calixto Rivero

Los consumidores optan por menos productos de belleza y por reducir el número de copas. Sin embargo, aumentan el gasto en alimentos de marca blanca y en los productos de higiene más asequible.



*El gasto en productos de consumo básico para el 2008 ha sido de 66.700 millones de euros | Fuente: Nielsen*

Los consumidores españoles afrontan la recesión prescindiendo de los gastos más abultados y optando por bienes de primera necesidad y por las marcas blancas. Esto es lo que se desprende del informe de Nielsen publicado hoy y que repasa cuál fue la evolución de los precios y del consumo en España durante el pasado año.

El estudio señala que los españoles gastaron 66.700 millones de euros en productos de consumo básicos para el hogar, un 4,6% más que en el año. Este aumento se explica casi en su totalidad por el aumento de los precios, "dado que el volumen de ventas se mantuvo estable o incluso disminuyó en algunos casos, como en Droguería y perfumería".

Asimismo, según Nielsen, los grandes perjudicados han sido los pequeños comercios tradicionales –tanto de alimentación como de droguería-. El balance del año 2008 muestra que "se redujeron en un 1% los pequeños comercios tradicionales y los supermercados de menos de 100 metros cuadrados". Actualmente hay 35.697 comercios tradicionales de alimentación frente a los 40.505 del año 2004.

Por diferentes tipos de producto de gran consumo, los españoles han optado por reducir el número de bebidas alcohólicas que consumen en los bares y en los diferentes establecimientos de hostelería, sobre todo las de alta graduación.

## Bares y discotecas

Asimismo, en el año en el que comenzó la recesión el número de discotecas y bares de copa disminuyó un 2%. Es significativo que también cayó el volumen de ventas en productos de belleza en un 2,3%, a pesar de haber aumentado significativamente en los últimos años. El encargado de presentar el informe señaló que la gente está optando en el ámbito de la droguería cada vez más por "las pastillas y por dobles rollos", formatos que facilitan un mayor ahorro.

Nielsen remarca que los electrodomésticos sufren mucho más claramente la crisis, "al tratarse de productos cuya compra en muchos casos puede aplazarse a tiempos mejores". Este mercado facturó en 2008 7.449 millones de euros, un 15% menos que el año anterior, debido a que en muchos hogares posiblemente se opta por prolongar la vida de los aparatos antes de sustituirlos.

## Los juguetes notan la crisis

Incluso el mercado de los juguetes se ha visto dañado por la crisis. Las familias de figuras de acción y muñecas –que podrían considerarse los más asequibles del sector- y los productos dirigidos al público infantil escolar fueron los únicos que dinamizaron el mercado. En cambio, las ventas de peluches cayeron un 7,7%, de los vehículos y pistas un 7,8% y de los juegos y construcciones un 7%.