

Análisis de un artículo periodístico

Para leer

1. Leé la siguiente noticia.

8 de julio de 2025

“Ya no existe más la gran compra de stockeo”: los nuevos hábitos de los argentinos según un reciente estudio nacional

“El supermercado sigue siendo el lugar por excelencia que eligen los argentinos, pero lo complementan con otros formatos”. El 93% de los argentinos continúa realizando sus compras presenciales en supermercados e hipermercados, pero lo hace en un contexto de búsqueda constante de ofertas y promociones. Incluso acude al mayorista, que antes era exclusivo para comercios y, ahora, está adaptado para el consumidor final, es decir, para aquellas personas que compran productos para sí mismos sin intención de revenderlos o utilizarlos para producir otros bienes”.

El principal motivo de este comportamiento es el precio. Las promociones como “dos por uno” o “el segundo al 50% o al 80%” siguen siendo las más efectivas. Una de las transformaciones más notables está en la frecuencia de compra. “Ya no existe más la gran compra de *stockeo* (compra en grandes cantidades para tener reserva de algunos productos). La gente concurre con mayor frecuencia al supermercado buscando promociones puntuales de lo que necesita”, aseguró.

En resumen, la compra se volvió más fragmentada, más flexible y sensible al precio. El supermercado físico sigue siendo el lugar donde se concentra la mayor cantidad de compras, pero el viaje del consumidor es cada vez más extenso, ya que recorren diferentes lugares en busca de mejores precios, ofertas y promociones.

Fuente: www.perfil.com, 8 de julio de 2025 (fragmento adaptado).



MÁS PROPUESTAS

Para analizar

1. ¿Cuál es la actividad económica de la que habla la noticia?

2. ¿Qué sucede con el consumo en los argentinos?

3. Cerca de donde vivís, ¿hay grandes centros comerciales? ¿Cómo se llaman?

4. ¿Fuiste alguna vez a un *shopping*? ¿Hay alguno cerca de tu casa?

5. Si fuiste alguna vez, explicá cómo son los *shoppings*. Y si nunca fuiste a uno, ¿cómo te lo imaginás?

Para pensar

1. ¿Qué otras formas para comprar conocen? ¿Cuáles utilizan en sus familias?

2. Supongan que tienen un comercio y que deben promocionar un producto. Puede ser un juguete, una golosina, ropa, etc. Armen un cartel que incluya dibujos, colores y frases llamativas para que muchas personas quieran comprar ese artículo.