

Fecha: 22-02-2026
Medio: Las Últimas Noticias
Supl.: Las Últimas Noticias
Tipo: Noticia general
Título: "Hermano, cálmense": supermercado ya vende huevitos de Pascua

Pág.: 2
Cm2: 433,7
VPE: \$ 2.385.034

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: ☐ No Definida

Imagen fue compartida en X y provocó rechazo por lo anticipado de la fecha

"Hermano, cálmense": supermercado ya vende huevitos de Pascua

Experta en marketing explica por qué se ofrece este tipo de productos con tanta antelación.

MARÍA EUGENIA SALINAS

En un Unimarc de Puente Alto decidieron poner a la venta huevitos de chocolate y fue tal el impacto que provocó en una usuaria de ese supermercado, que decidió tomarles una foto y subirla a su cuenta de Twitter (@exMamaGamer).

Junto a la imagen, la joven escribió: "Hermano, cálmense", pidiendo bajar un poco el ritmo, considerando que Pascua de Resurrección se celebra el 5 de abril.

El posteo se llenó de corazones y comentarios, muchos de ellos con reclamos por lo anticipado de la aparición del producto. Varios incluso aprovecharon de reclamar que cada vez los huevitos son más chicos y más caros.

Soa millennial (@Soy_millennial) contestó "yo recién comprando un bloqueador para ir a la playa, todavía no compro ni un cuaderno y salen con esto? Ni un respeto igual".

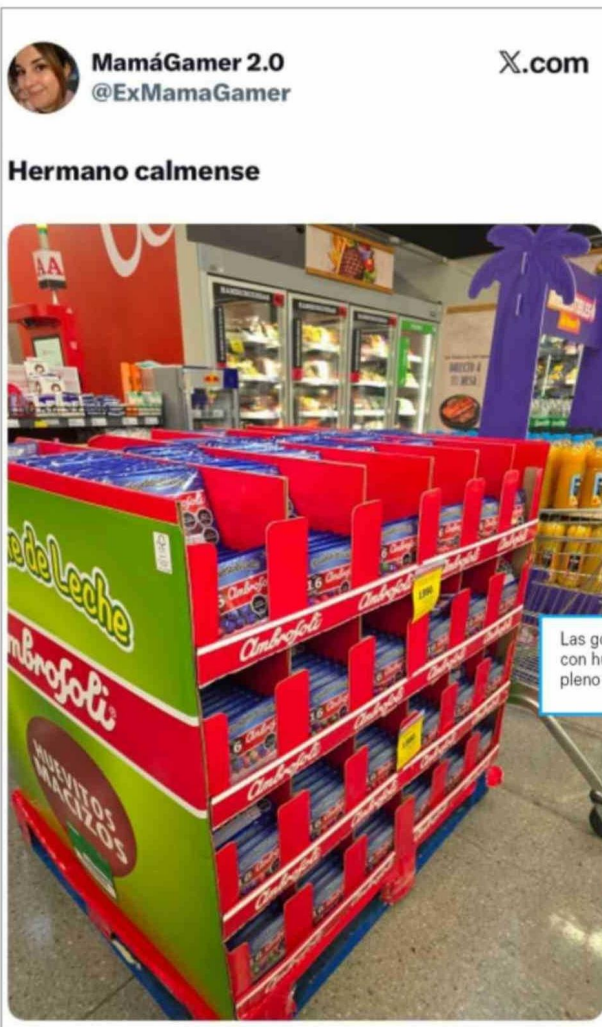
A Karen (@Negri_03) tampoco le agradó la iniciativa: "Se pasaron!! Cómo vas a comprar huevos casi dos meses antes??? Te creo uniformes!!! Alguien debería hacer un estudio psicológico del daño mental que nos ocasionan adelantándose las temporadas."

Otros se lo tomaron más a la ligera y aseguraron que había que estar atentos porque el 18 ya se acerca.

@exMamaGamer cuenta que le dio "lata" ver lo huevitos. "Siento que vivimos tanto a destiempo, como que no tenemos capacidad de disfrute", comenta.

El timing

Al ver la imagen, Karin Usach, experta en marketing y estrategia, explica por qué las empresas deciden vender algunos productos con tanta antelación, pese a que -según plantea- esto genera molestia en algunas



CAPTURA DE IMAGEN

personas.

"En general, a la gente le molesta que se empiece con las cosas de Navidad en octubre, que se empiece con las cosas de colegio en enero y esto de Pascua de Resurrección ahora. Ocurre porque las empresas y los retailers quieren darle a la gente una ventana de tiempo más larga para hacer las compras, sobre todo pensando en aquellos compradores tempranos, que se organizan", platea Usach, quien posee un doctorado en Management y es consultora y directora de empresas.

"Personalmente creo que se hacen un flaco favor, no creo que las ventas sean tanto más en ese periodo, considerando lo que implica estar molestando a los clientes. Sería mucho mejor si el timing de estas exhibiciones u ofertas especiales estuviesen más en sintonía con lo que la gente percibe que es la época en que se está disfrutando de eso. Mi recomendación sería esperar un poco. Yo no empezaría con cosas de Pascua hasta marzo", dice.

¿Y por qué cree que las empresas igual lo hacen?

"Acá se trata de hacer una medida preventiva, porque en estos ítems que la gente sólo compra por un periodo limitado, si una persona compra una marca ya no tiene espacio para comprar otra marca, entonces quiero ser el primero que te lleno de stock, para que después no compres otra marca. Pero acá el tema es que encontrar un producto de manera tan temprana te arruina las vacaciones, y eso genera cierto rechazo a la marca".

Usach, en todo caso, aclara que "hay gente que sí va a comprar antes, porque tiende a ser mucho más planificada. Lo ideal sería llegar a un timing correcto, en el sentido que sepas cuándo la gente está empezando a pensar en comprar ese tipo de producto, ya sea de Navidad, para el colegio o Halloween. Si supieras cuándo la gente empieza a planificar esa compra, ese sería un buen momento para llegar a estar en los puntos de venta, sin molestar a tu potencial cliente y sí estando al principio, cuando está empezando a pensar en esa compra".