**Las apps de supermercado buscan dominar en 2022**

* *Las apps de delivery tuvieron un crecimiento significativo durante la pandemia y son una tendencia global que permanecerá en los próximos años a pesar del regreso a la normalidad*
* *De acuerdo con la AMVO, hacer el super online ocupa el tercer puesto entre los productos y servicios de mayor interés para los mexicanos*

**Ciudad de México, 11 de enero de 2021.-** Con un nuevo año, las personas se plantean nuevos propósitos y cambios de hábitos para sacar más provecho a su estilo de vida y ser más productivos. Hacer el súper suele ser una actividad que a muchos no les gusta y les quita tiempo. Sin embargo, con la digitalización de muchas cadenas de supermercados y el surgimiento de nuevas plataformas que permiten hacer esto desde el celular o una computadora, todo se ha vuelto más sencillo, incluso las compras pueden llegar en minutos.

De acuerdo con cifras de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), el 83% de los usuarios de internet en México utilizan una app de delivery y el 60% de ellos piden artículos de supermercado. Frente a esta tendencia global, 2022 representa una oportunidad para hacer el súper de forma diferente, permitiendo a los consumidores enfocarse en tareas más importantes, además de ahorrar tiempo y dinero.

Es innegable que hasta ahora, el supermercado físico se mantiene por encima del online, pues de cada diez compras, siete se realizan en una tienda física y tres a través de aplicaciones o páginas web[[1]](#footnote-0). Sin embargo, el mundo se mueve a gran velocidad y en su Estudio de Venta Online 2021, la AMVO ubica en tercer lugar al supermercado dentro de los productos y servicios de mayor interés para comprar en línea. Lo anterior demuestra que las costumbres y hábitos se han transformado de acuerdo a las necesidades de los consumidores, buscando siempre aquello que les brinde mayores beneficios.

**Merqueo**, el primer supermercado 100% digital de Latinoamérica busca ​​democratizar el acceso a las compras en línea, pues según datos de Statista, se estima que en 2022 habrá 34.4 millones de usuarios de aplicaciones de entregas a domicilio en el país. La oferta de la aplicación tecnológica radica en brindar a sus usuarios la oportunidad hacer el súper de manera rápida, con una gran variedad de productos y con precios bajos a través de sus diferentes modalidades de servicio como entregas programadas con “Súper”, “Express”, ideal para órdenes más pequeñas con entregas desde 45 minutos y “Ultra” con la que buscan llevar artículos en menos de 30 minutos o gratis.

Esta es una tendencia que se normalizará con el tiempo a medida que los usuarios lo adopten, ya que una de las preocupaciones de los escépticos del súper en línea, es el ahorro que se puede hacer al comprar dentro de una plataforma. Muchos piensan que comprar el súper en una aplicación es más caro, pero lo cierto es que los precios suelen ser más accesibles, sin mencionar que se puede acceder a cupones de descuento o programas de lealtad que otorgan recompensas, así como promociones y beneficios con algunas instituciones financieras. Además, para aquellos que no confían sus datos bancarios a cualquier aplicación por temas de seguridad, Merqueo ofrece la opción de pagar en efectivo o tarjeta a contraentrega.

Por otro lado, algunos compradores también expresan preocupación en materia de disponibilidad, muchos se sienten más seguros haciendo la compra física porque tienen la sensación de que es más óptimo, sin embargo, las aplicaciones se encargan de que siempre haya productos disponibles para todo tipo de necesidades, y la falta de inventario no es un problema para Merqueo, que cuenta con sus propios almacenes y un gran inventario. Estas *dark stores* están distribuidas estratégicamente para responder a los pedidos de miles de personas en más de 20 localidades de la Ciudad de México y Estado de México con una red de distribución propia.

Además de dar en el blanco para calmar esas preocupaciones, las plataformas de entrega a domicilio cuentan con otros beneficios como: evitar hacer largas filas para pagar, reducir los tiempos de traslado, ahorro en gasolina y optimización del tiempo. Debido a ello, las personas pueden dedicar ese tiempo a realizar actividades que los hagan más felices o productivos. Con más de 20 categorías de productos y más de 40 tiendas especializadas dentro del Marketplace, Merqueo invita a los mexicanos a comenzar el año ahorrando con precios competitivos, sin mencionar que, por la actual pandemia, es una forma de cuidar su salud y la de quienes los rodean.

**Acerca de Merqueo**

Merqueo está en proceso de construir la red logística de dark stores más grande de Latinoamérica para llevar el súper hasta la puerta del consumidor más rápido y a un precio justo. Su catálogo comprende más de 10,000 productos incluyendo frutas y vegetales frescos, productos importados, licores, artículos para el hogar, productos de cuidado personal y más. Actualmente, la compañía opera en México, Colombia y Brasil.

Con clientes en 26 países, idb Invest brinda soluciones financieras innovadoras y asesoría para satisfacer las necesidades de sus clientes en una amplia variedad de industrias.

Contacto de prensa

Sergio Vega Castillo - PR Manager

[savega@merqueo.com](mailto:savega@merqueo.com)

Marilu Camacho - Senior Account Executive

[marilu@qprw.co](mailto:marilu@qprw.co)

1. Según datos de in-Store Media en conjunto con la agencia de investigación IPSOS [↑](#footnote-ref-0)