



Crecen 28% las ventas en el ecommerce durante el primer San Valentín de la “nueva normalidad”

- *La venta de obsequios a través del canal físico cayó este año un 30%, lo que reafirma que las celebraciones se irán tornando un poco más hacia lo digital.*
- *Los millennials (25 a 34 años) son los que más se han adaptado para celebrar el amor de forma digital, seguidos por centennials o Gen Z (18 a 24 años).*

Ciudad de México, 16 de febrero del 2021.- A casi un año de haber llegado, los efectos de la pandemia no han parado de cambiar muchas cosas en nuestro estilo de vida, una de ellas, la forma en cómo celebramos las fechas más importantes del calendario, y este Día de San Valentín no ha sido la excepción.

“Con el cierre y las limitaciones de aforo en lugares como restaurantes, cines o parques de diversiones, las personas han acudido a nuevas alternativas, principalmente digitales, para no dejar de expresar su cariño: servicios de delivery para la cena o el envío de flores y regalos a través de apps, serán imprescindibles a partir de ahora en Día del Amor y la Amistad”, comenta al respecto Cristian Huertas, **Country Manager de [Bnext](#), marketplace digital de servicios financieros.**

A consecuencia de estos cambios, datos de Bnext, basados en una investigación realizada en el comportamiento de sus usuarios, muestran que **la compra de obsequios de San Valentín a través del ecommerce ha aumentado un 28%**, mientras que las compras en tiendas físicas cayeron este 30%, lo que reafirma que nuestras celebraciones se irán tornando más hacia lo digital.

Los gastos también han incrementado, cifras del marketplace financiero revelan que **las mujeres son las que más dinero han desembolsado este año para sorprender a su ‘media naranja’ con un ticket promedio de \$424 pesos**, a diferencia del ticket de \$226 pesos en 2020. Por su parte, el gasto promedio de los hombres en este 2021 fue de \$408 pesos, el cual también fue superior al de los \$210 del pasado San Valentín.

Los cambios se han dado en todos los niveles demográficos y en este sentido, **las personas de 25 a 34 años son las que han mostrado mayor adaptabilidad para celebrar el amor y la amistad de forma digital**, seguidos por los mexicanos de 18 a 24 años y los de 35 a 44 años.

La planeación, más importante que nunca

Otro de los hábitos que parece haber cambiado la pandemia, es la manera en la que las personas organizan sus compras a través del ecommerce, pues ante una alta demanda de envíos para esa fecha, o el temor de ya no encontrar sus regalos, algunos se han anticipado a realizar sus compras.

Acorde a los datos de Bnext, de la semana del 8 al 14 de febrero del 2021, el martes 9 fue el día en que se registró la mayor cantidad de compras de San Valentín a través del ecommerce con 69%, en comparación con el jueves 13 de febrero, día con mayor actividad del 2020, donde las compras apenas representaron el 24%. Asimismo, las cifras también destacan que en este 2021, **poco más de la mitad (53%) de las compras del día 14 de febrero fueron a través del canal digital.**

Indudablemente, han sido muchas cosas las que ha venido a cambiar la pandemia, sin embargo, tal parece que nada ha podido quitar nuestras ganas de demostrar lo mucho que queremos a nuestra pareja o amigos, las cuales empezarán a ser “más digitales” a partir de este 2021.

Acerca de Bnext

Fundada en 2017 en España, Bnext es un Marketplace de servicios financieros que ofrece diversos servicios asociados a una tarjeta virtual o física Mastercard con la cual es más sencillo realizar pagos, transferencias y acceder a beneficios como seguros de autos, inversiones y préstamos en una sola plataforma. En conjunto con las mejores fintech y el respaldo de CACAO Paycard, Bnext ofrece a sus clientes una cuenta completamente gratuita que no requiere de gastos de apertura, mantenimiento o cancelación. Bnext se lanzó en México en 2020 y ya cuenta con más de 150,000 usuarios.