

**Millennials prefieren la tiendita de la esquina para comprar su súper durante la cuarentena**

* 33% de los millennials optaron por comprar en comercios locales y gastaron más de 334 mil pesos en seis meses.
* *El miércoles se posicionó como el día favorito para comprar la despensa, desplazando al fin de semana*

Cuando comenzó la cuarentena el 20 de marzo, los mexicanos tuvieron que adaptar sus hábitos de consumo y buscar opciones para comprar los víveres necesarios para quedarse en casa. Algunos corrieron a los supermercados por papel de baño y desinfectantes, pero al paso de los meses ese comportamiento ha evolucionado al grado de que los negocios locales le han dado la vuelta al comercio.

De acuerdo con un estudio realizado de marzo a agosto por la fintech [Bnext](http://bnext.io/), que ofrece tarjeta de débito y marketplace a sus 83 mil usuarios, los negocios locales se han convertido en los lugares preferidos para el 33% de los millennials para comprar su súper de entre las 13 alternativas más comunes, y han representado una derrama económica de más de 334 mil pesos.

“Si bien durante estos meses hemos observado cambios drásticos en los hábitos de compra de los mexicanos, también es cierto que el confinamiento y la preocupación por mantener las medidas de seguridad, han hecho que los jóvenes opten por recurrir a la tienda de la esquina, y así apoyar el comercio de su colonia y sentirse protegidos al no estar en contacto con muchas personas en un establecimiento”, explica Cristian Huertas, country manager de Bnext.

El estudio de la fintech también mostró que el e-commerce sigue sin posicionarse totalmente entre los Millennials como método para adquirir su súper, pues el 90% de las compras realizadas fueron en punto de venta, así que los jóvenes quieren seguir aplicando sus habilidades para elegir la mejor fruta, verdura y ver los productos directamente para elegir el antojo del día.

**Prefieren ir la tienda, pero gastan más en el supermercado**

Los comercios locales lograron obtener una tercera parte de las compras totales de los usuarios durante el confinamiento, superando a las tiendas de conveniencia y supermercados; ya que el segundo lugar se lo lleva OXXO con 18% de las compras realizadas y Walmart ocupa la tercera posición.

No obstante, los millennials gastaron más en el supermercado al tener un ticket promedio por visita de $326 pesos frente a los $175 pesos en el comercio local, y en último lugar se colocó la tienda de conveniencia con un gasto promedio de $54 pesos.

**Miércoles de súper en la tiendita**

Antes de la cuarentena era común ver los supermercados llenos los fines de semana y en quincena para surtir la despensa, sin embargo con la pandemia esa costumbre también se modificó y ahora el miércoles se transformó en el día preferido para hacer las compras.

El martes se posicionó como el segundo día de la semana más recurrente para hacer las compras en las tienditas y el sábado lo ocuparon en su mayoría los adultos mayores. De esta forma, los jóvenes se solidarizaron con la población de alto riesgo para dejarles libre los fines de semana para sus compras.

“Estamos convencidos de que esta tendencia de apoyar a los comercios locales continuará en el país, no sólo por la importancia que tiene respetar las medidas de seguridad, sino también para ayudar a acelerar la economía. Por ello, también nos emociona que cada vez más tenderos se sumen a la digitalización al aceptar pagos con tarjeta porque facilitan que más usuarios opten por comprar su súper con ellos y así ir a la tiendita de la esquina por toda la despensa se vuelva parte de la ‘nueva normalidad”, concluye Huertas.

**Acerca de Bnext**

Fundada en 2017 en España, Bnext es la mejor alternativa a la banca móvil y ofrece el primer marketplace de productos financieros tanto en España como en México, con productos de inversión, préstamo, seguros y también atención médica en línea. La aplicación ofrece una cuenta y una tarjeta sin cargos con la que se pueden hacer pagos y retiros, dentro o fuera del país, con devoluciones de las comisiones generadas por los bancos tradicionales, lo que permite a los usuarios tener el control de su dinero. Bnext se lanzó en México en 2020 y ya tiene 83,000 usuarios.