

## **Viejennials: los nuevos compradores online enamorados de lo tradicional**

**Esto es Comer, portal de comida a domicilio que recupera la tradición y beneficios de una buena alimentación, ha realizado una radiografía de los rasgos más característicos de esta generación**

Es evidente que España lleva décadas haciendo frente a un desafío demográfico importante, ya que, después de Japón, es la sociedad más envejecida del mundo. Durante el último año, los mayores de 50 o viejennials se han convertido en un nuevo nicho de mercado ya que tienen un mayor poder adquisitivo, más tiempo libre y son más fieles a las marcas que otros colectivos como los millennials. Y aunque los mayores de 60 son la generación que menos gasto destina a las compras online, desde 2017 sus compras en Internet han experimentado un incremento del 78%, de acuerdo con un Informe elaborado por Bankintercard.

Además, esta generación ha vivido una gran transformación digital que se ha visto impulsada, en gran parte, por la pandemia. La necesidad de seguir en contacto con amigos, familiares y, sobre todo, con sus nietos en la distancia ha provocado que se pongan manos a la obra con el mundo online. Tanto es así, que el INE destaca que el uso de Internet ha crecido en todos los grupos de edad respecto a 2019, pero que el mayor aumento se sitúa entre los colectivos de 54 a 64, llegando al 72,7%, y el de 65 a 74 años, que alcanza el 50,7%.

“Estamos ante una revolución. Las empresas enfocan sus acciones de marketing a un grupo que es prácticamente nativo digital y dejan olvidadas a generaciones de edades más avanzadas. Colectivos que han hecho del ámbito digital su aliado en los últimos años y que solo se diferencian de los millennials en la edad. Además, las marcas no podemos obviar que para 2050 va a haber más mayores que niños y adolescentes. Se han convertido en un target que demanda servicios que las compañías debemos ser capaces de satisfacer”, comenta Igor Negueruela, CEO y fundador de Esto es Comer.

Desde Esto es Comer, portal de comida a domicilio que recupera la tradición y beneficios de una buena alimentación, han realizado una radiografía de los rasgos más característicos de esta generación y la importancia tenerles presentes en la era digital:

Amantes de la comida casera. Son numerosas las razones por las cuales las empresas que pertenecen al sector alimentario están perdiendo una oportunidad de negocio no contando con los grupos más senior. La generación que más riesgos corría durante la crisis sanitaria fue el de los viejennials, que también tuvo que modificar su forma de hacer la compra con el fin de reducir su riesgo de contagios. De hecho, esta generación es la que mayor porcentaje de gasto online dedica a supermercados, un 2,2% frente al 1,8% de la Generación X y al 1,3% de los Millennials, según datos de Bankintercard.

La generación más saludable. El concepto de alimentación de los viejennials o Generación Silver dista mucho de las tendencias que han tomado terreno en los últimos años. Los mayores de 60 están acostumbrados a la comida casera y la cultura de cocinar en casa. De hecho, si alguien sabe de comer bien, son los mayores y los datos lo demuestran. En la actualidad, un 40% de la población tiene sobrepeso, según datos de ARCE, y es que desde 1975 la obesidad se ha triplicado. Las nuevas generaciones cada vez comen peor, menos alimentos naturales y más ultraprocesados y sus soluciones son las dietas en vez de marcarse rutinas alimentarias saludables y tomarlas como forma de vida.

Muchos viven solos. En España, 2.131.400 personas de 65 años o más, viven solas, lo que equivale al 43% del total de los hogares unipersonales y el 72% son mujeres. Tradicionalmente, ellas eran las encargadas de cocinar para toda la familia, pero una vez que los hijos dejan el hogar, hacer un cocido o un pescado al horno en ración individual y evitar el desperdicio de comida se hace complicado. Para este tipo de hogares, plataformas como Esto es Comer se han convertido en la solución idónea.

Para Negueruela “la importancia de una buena alimentación no solo toma valor en la etapa de la infancia y la juventud, sino que también es algo a tener en cuenta en las generaciones más longevas”.

**Datos de contacto:**

Redacción  
648183184

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing E-Commerce](#) [Restauración](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>