ANTEVENIO

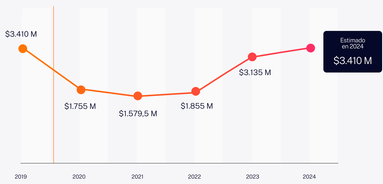
Las ventas para el Día de Reyes alcanzarán niveles **prepandemia en México**

En **Antevenio**, compañía perteneciente al grupo ISPD, hemos elaborado un estudio sobre las ventas en este día tan señalado del año. Un análisis que arroja datos sobre cómo ha evolucionado el mercado y el comportamiento de lxs consumidorxs.

Tendencia de ventas

Para este año, se prevé que por **Día de Reyes** se recuperen los niveles de venta antes del periodo de pandemia, alcanzando los **3,410 millones** de pesos frente a los **3,135 millones** del año pasado.

En 2023 las ventas por **Día de Reyes en Ciudad de México**, superaron un **69%** a las de **2022**, sin embargo quedaron un **8.1%** por debajo frente a las de **2019.**



Gasto destinado a los regalos de Día de Reyes

Gasto destinado a los regalos de Día de Reyes

Alrededor del **17,2%** destina entre **501** y **1.000** pesos mexicanos, mientras que únicamente el **4%** dice gastar más de **5.000.**

Omnicanalidad entre lo físico y lo digital

Resalta la **omnicanalidad** en esta temporada, con un **71%** de convivencia entre los canales **físicos** y **online.**

Principales motivadores para la compra online vs. física

64% Más promociones y descuentos

63% Ahorro de tiempo en traslado

62% Comparación de precios y variedad

38% Entrega de la compra rápida y fácil

35% Mejores facilidades de pago

Categorías de productos más consumidas

La categoría de **juguetes** sigue destacando con un **67%** de compra digital, seguida de **ropa y calzado (32%)**. Además, según datos de **La Concanaco**, la tradicional Rosca de Reyes es un producto muy consumido en estas fechas.

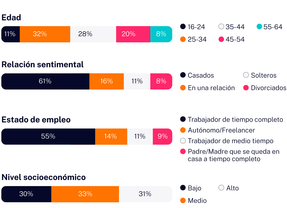
Perfil sociodemográfico y comportamiento de compra

Entre los intereses de la audiencia destacan el cine y la música, y el 81% valora pasar tiempo con su familia.:

Género:

48% Hombres

52% Mujeres



Y, ¿cómo encuentran a las marcas y dónde compran?

El 54% espera que las marcas sean socialmente responsables y destaca Facebook como la red favorita, con un 63% de personas que la usan más de una vez al día. Asimismo, destacan las compras con dos y tres semanas de anticipación aprovechando **El Buen Fin y la Navidad.**

Relaciones de marca:

Descubrimiento de marca:

Lugares de compra:

Sacar fruto a los datos de cara a las rebajas de invierno

Para conocer más en profundidad los intereses de tu audiencia y optimizar tus próximas campañas después de Día de Reyes, a continuación algunos consejos que te ayuden a posicionarte frente a la competencia:

1. Afina las características de tu audiencia con base a sus necesidades. Aprovecha nuestra herramienta **Antevenio Targeted Audience (ATA)**, está diseñada para llegar a audiencias precisas y maximizar el ROI.
2. Selecciona los canales y formatos que mejor te han funcionado y sigue combinándolos.
3. La colaboración con influencers sigue siendo una de las estrategias más eficaces para conectar con audiencias afines.
4. Busca un buen manejo de SEO para tu producto o servicio.
5. Revisa constantemente los KPIs para superar el objetivo de tus ventas.

Fuentes: Revista Forbes / Periódico El Economista / Statista / AMVO / Global Web Index

Email
amfernandez@antevenio.com

ANTEVENIO | ISPO

Web
www.antevenio.com