Publicado en México el 18/03/2021

#  [Audiencia Foodie: Sectores de alimentos y chocolate lovers los más relevantes para Semana Santa](http://www.notasdeprensa.es)

## El 55% de las personas cocinarán algo especial para celebrar esta fecha, según encuesta. y el 40% planea realizar búsqueda de huevos de pascua

 La Pascua está a la vuelta de la esquina. Aunque este año se celebrará en un entorno inusual, parecido en algunos casos a lo que se vivió en 2020 aunque quizá con menos restricciones, los consumidores siguen buscando la manera de mejorar esta celebración. Un reciente estudio de Adcolony presentado por Adsmovil para Latinoamérica revela los intereses de los consumidores para esta fecha: El 77% de la gente tiene previsto celebrar la Pascua este año. El 55% de las personas cocinarán una comida especial. El 40% de las personas menores de 30 años están planeando una búsqueda de huevos de Pascua. El canal online es el preferido para realizar las compras para estas celebraciones según el 62% de los encuestados. El 76% afirmó que utilizará el Smartphone para las compras online. “La categoría de gastronomía relacionada con la compra de alimentos y/o bebidas ha crecido mucho desde el año pasado producto del aislamiento preventivo. Las marcas dieron un giro a su comunicación hacia el “disfrute en casa” y la vertical de chocolates se ha reinventado hacia lo digital teniendo en cuenta estas nuevas necesidades. Entender qué quiere nuestro consumidor y en qué entornos se mueve es clave para que nuestro presupuesto en publicidad sea efectivo y nos ayude a convertir cada vez más”, afirma Alberto Pardo, CEO and Fundador de Adsmovil. Mobile Gaming se ha convertido en un entorno seguro y eficaz para entregar mensajes de marca que lleven a la acción, actualmente el 50% de la audiencia en Latinoamérica está jugando juegos móviles, el 65,4% de los jugadores móviles compran chocolate de forma regular y el 52% de los jugadores móviles están comprando alimentos congelados y guarniciones de manera regular. Estar atento a fechas especiales y momentos en el calendario de marketing de los países ofrecen oportunidades para conectar con sus clientes y acercarles experiencias que permitan comunicar los mensajes de marca de forma efectiva e impulsar la compra de sus productos. Estrategias que incluyan publicidad en juegos móviles y herramientas como shoppable ads, ayudarán a incrementar la conversión. “Trabajar en pequeñas campañas que nos permitan prueba y error, es clave para conocer a nuestra audiencia, que se mueve en un entorno cada vez más dinámico. Entender sus necesidades y qué consumen no solo en término de productos y/o servicios sino contenidos, nos permitirá estar con el mensaje adecuado en el lugar correcto”, concluye el vocero. Sobre AdsmovilAdsmovil es la compañía pionera y líder en innovación de soluciones de publicidad móvil en Latinoamérica y el mercado hispano de Estados Unidos. Fundada en 2009, es uno de los actores más premiados en la industria de la telefonía móvil, con oficinas en Argentina, Brasil, Colombia, México y Estados Unidos (Miami, Los Ángeles, Chicago y Nueva York). La empresa desarrolla campañas integradas, con un fuerte brazo Ad Tech, que permite la compra programática, la segmentación avanzada y la creación de audiencias específicas basadas en DATA. Los pilares de la compañía están basados en soluciones programáticas, así como componentes tecnológicos de geolocalización, atribución física y herramientas de segmentación mobile, ofreciendo a las marcas formatos de alto impacto y video instant play HD a través de su plataforma de DSP y un Mobile AdExchange (SSP). La compañía fue fundada por Alberto Pardo, actual CEO. Para más información visitar: www.adsmovil.com o @Adsmovil en Facebook, Twitter e Instagram.

**Datos de contacto:**

Geraldine Martell

Directora de Cuentas

+54911531428

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/audiencia-foodie-sectores-de-alimentos-y](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Telecomunicaciones Gastronomía Marketing Sociedad E-Commerce Consumo Dispositivos móviles Ciudad de México



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)