

PERSPECTIVAS DEL SECTOR PARA 2023: TARJETAS REGALO

En este post nos detendremos a analizar los datos sobre el sector de Tarjetas de regalos en Europa, resumiendo los puntos más interesantes del estudio de **Perspectivas del Sector para 2023: Merchandising, Tarjetas Regalo y Regalos para Eventos**, de La Fundación para la Investigación de Incentivos ([IRF](#)).



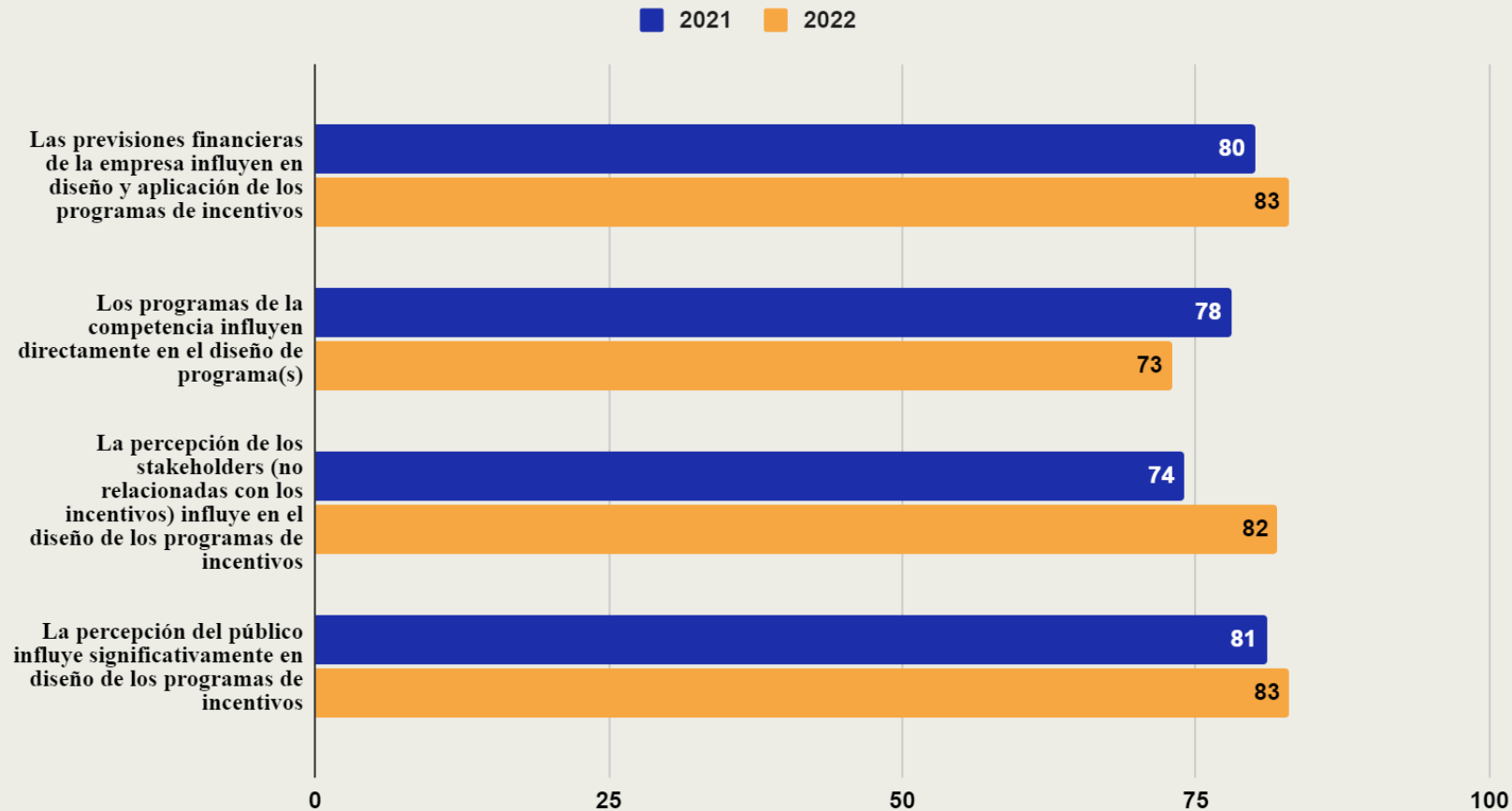
Para realizar este estudio se reclutaron 500 profesionales del sector por una empresa independiente de paneles de investigación y 43 encuestados adicionales de grupos y comunidades de incentivos para complementar a los panelistas del estudio, quedando distribuidos de la siguiente forma:

País	Total	Porcentaje
EEUU	187	34%
Alemania	58	11%
Reino Unido	54	10%
Canadá	52	10%
España	50	9%
Suecia	49	9%
Francia	47	9%
Italia	46	9%

Fuente: Industry Outlook for 2023: Merchandise, Gift Cards and Event Gifting. Incentive Research Foundation

Las consideraciones europeas son similares a las norteamericanas con previsiones financieras, percepciones públicas y de los stakeholders que representan más del 80% de los encuestados europeos.

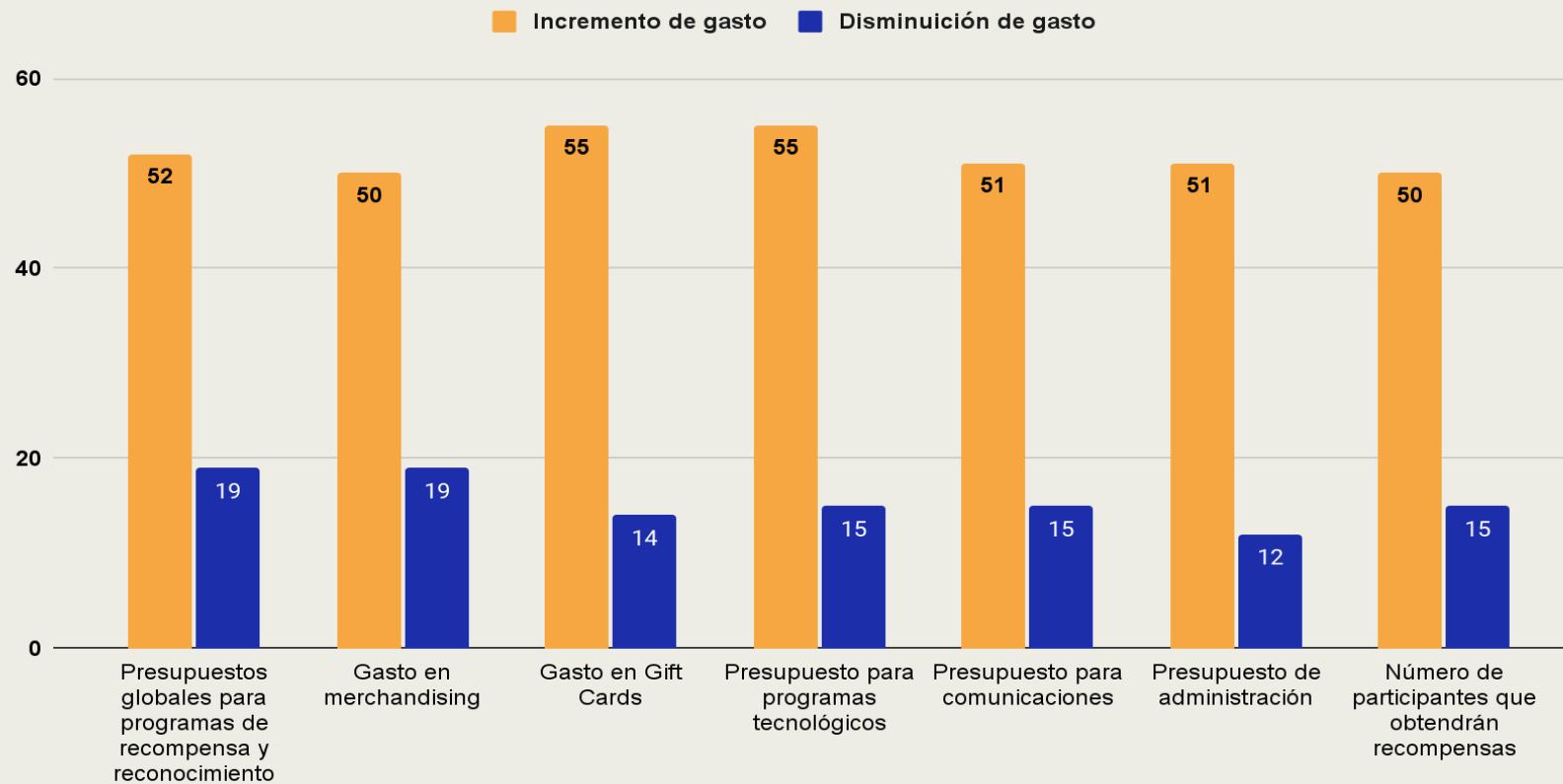
Consideraciones para programas no monetarios



Fuente: Industry Outlook for 2023: Merchandise, Gift Cards and Event Gifting. Incentive Research Foundation

En cuanto a las Perspectivas europeas de los presupuestos para recompensas podemos observar que más de la mitad (52%) de los europeos prevé un aumento global en sus presupuestos y reconocimiento, mientras que el 19% prevé una disminución. El gasto en tarjetas regalo y los presupuestos tecnológicos parecen tener los mayores aumentos netos para 2023 entre los europeos.

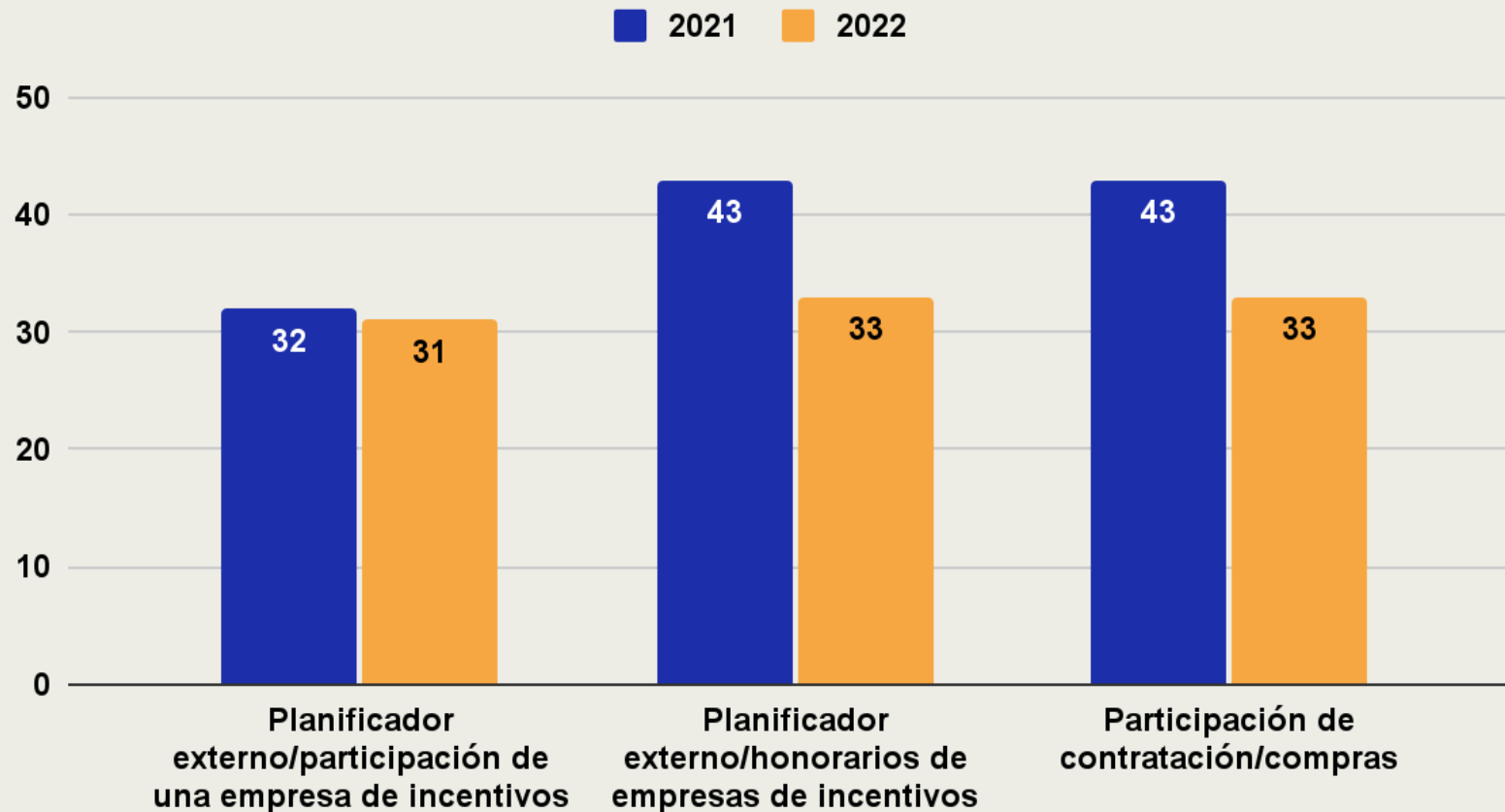
Perspectivas de los presupuestos para recompensas



Fuente: Industry Outlook for 2023: Merchandise, Gift Cards and Event Gifting. Incentive Research Foundation

En comparación con Norteamérica, los europeos son menos propensos a trabajar con empresas de incentivos, agencias de marcas de merchandising.

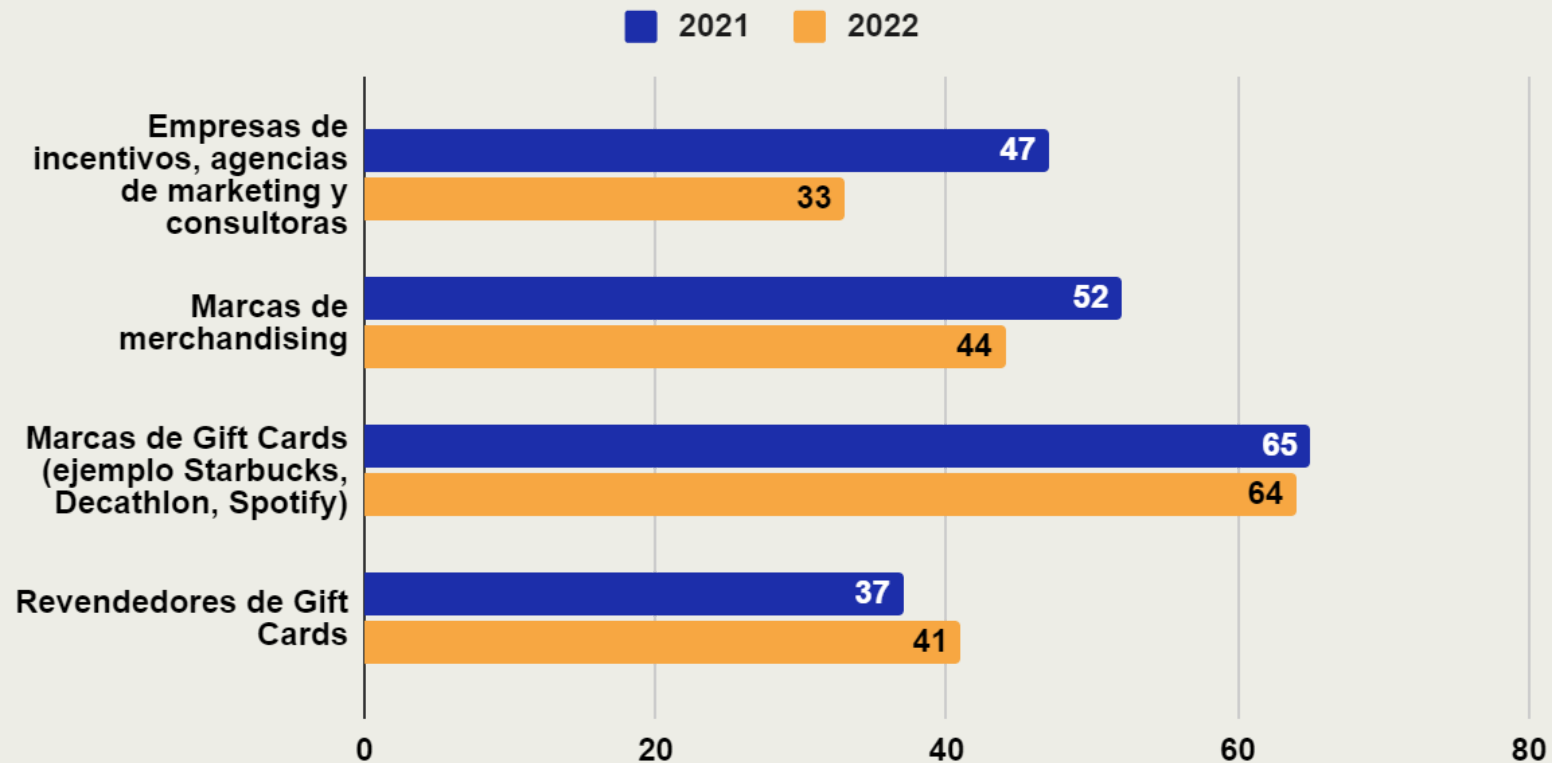
Perspectivas de los socios de recompensas



Fuente: Industry Outlook for 2023: Merchandise, Gift Cards and Event Gifting. Incentive Research Foundation

Las asociaciones directas con empresas de incentivos y marcas de productos ha disminuido significativamente desde el año pasado.

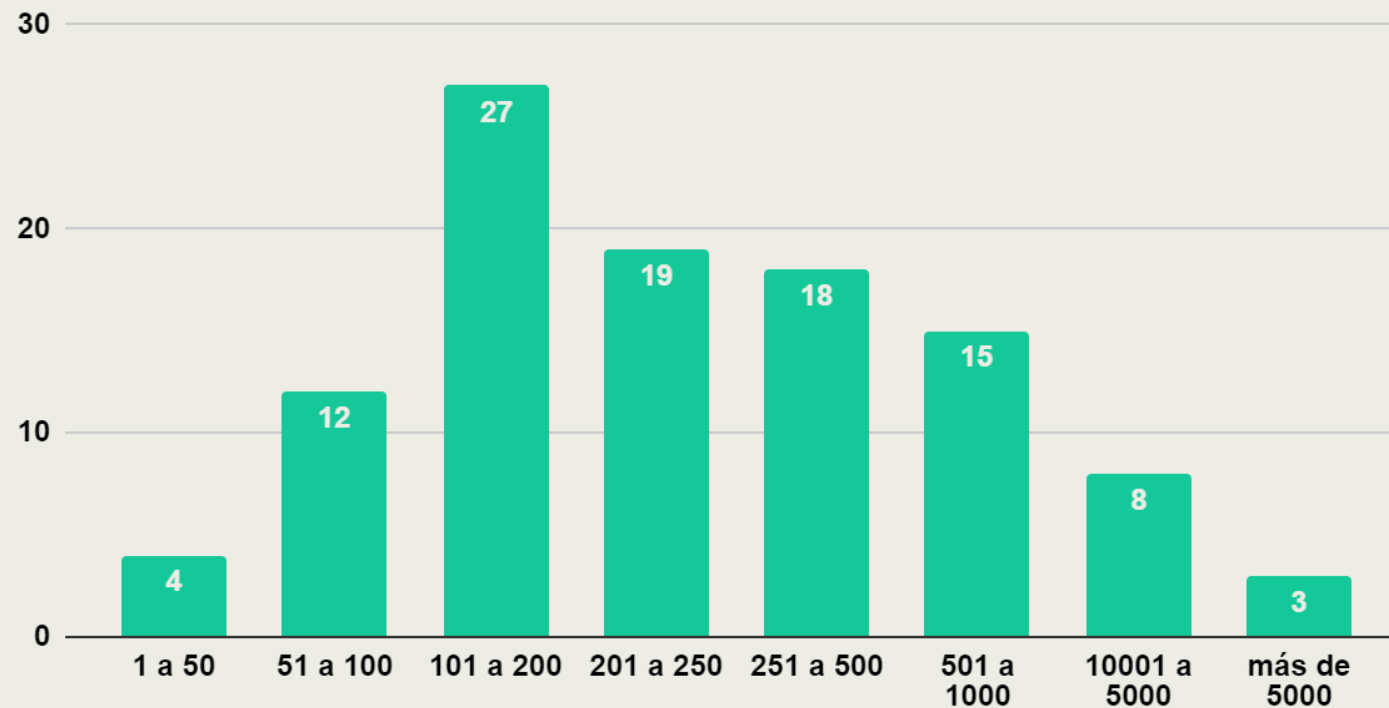
Trabajo con empresas de incentivos y agencias de marketing



Fuente: Industry Outlook for 2023: Merchandise, Gift Cards and Event Gifting. Incentive Research Foundation.

En cuanto al Gasto medio por persona en Europa y los programas de recompensa y reconocimiento no monetarios es de €650. En este gráfico el **57%** corresponde a las **Gift cards de €1 a €250**. El 43% restante gasta más de €250, frente al **58% de de los norteamericanos** que superan la media de 250 dólares por persona en **programas de recompensa y reconocimiento**.

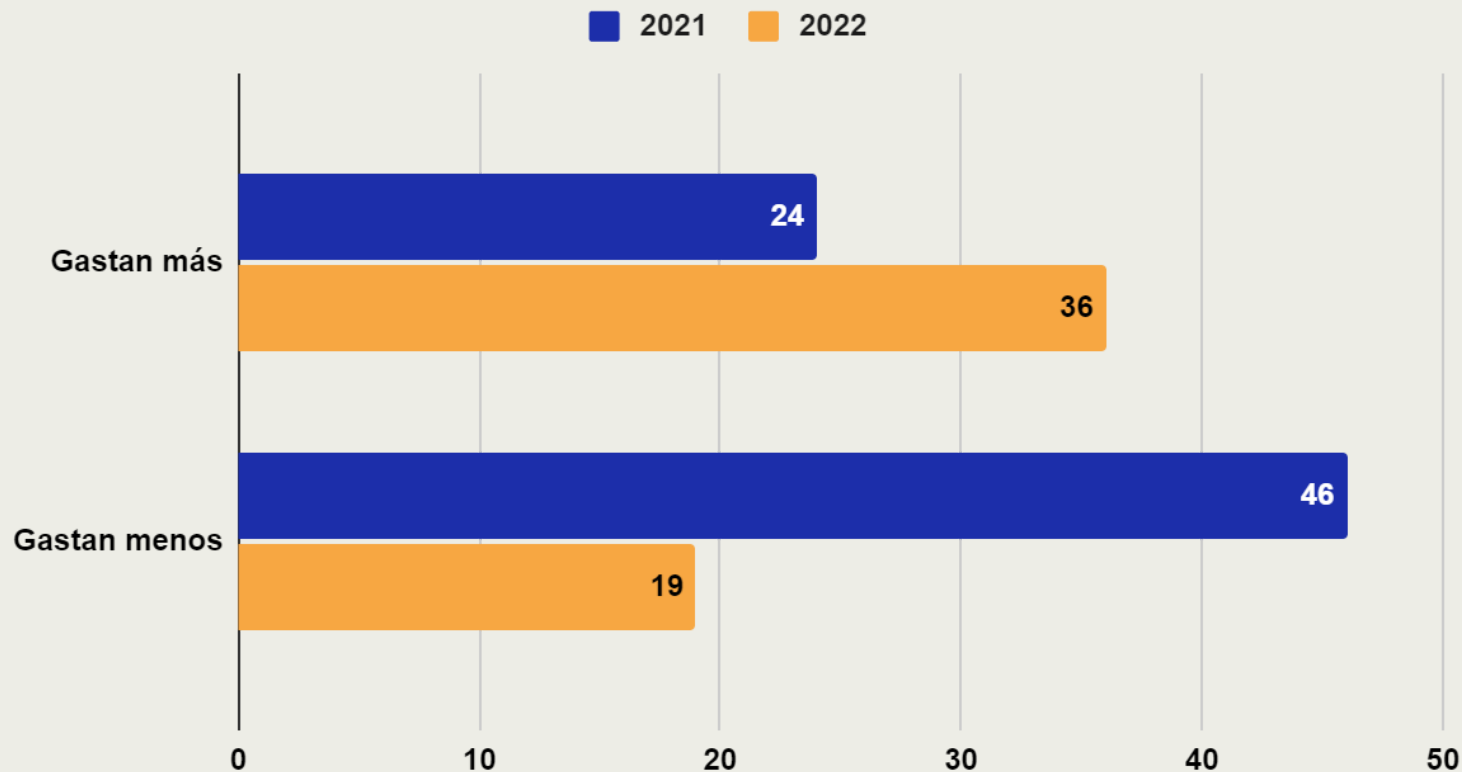
Gasto medio por persona - Programa de recompensas y reconocimiento no monetario



Fuente: Industry Outlook for 2023: Merchandise, Gift Cards and Event Gifting. Incentive Research Foundation

El gasto en tarjetas regalo ha repuntado en Europa, tras un descenso del uso de tarjetas regalo el año pasado, los que gastan más en tarjetas regalo superan a los que que gastan menos en un margen de (36% a 19%).

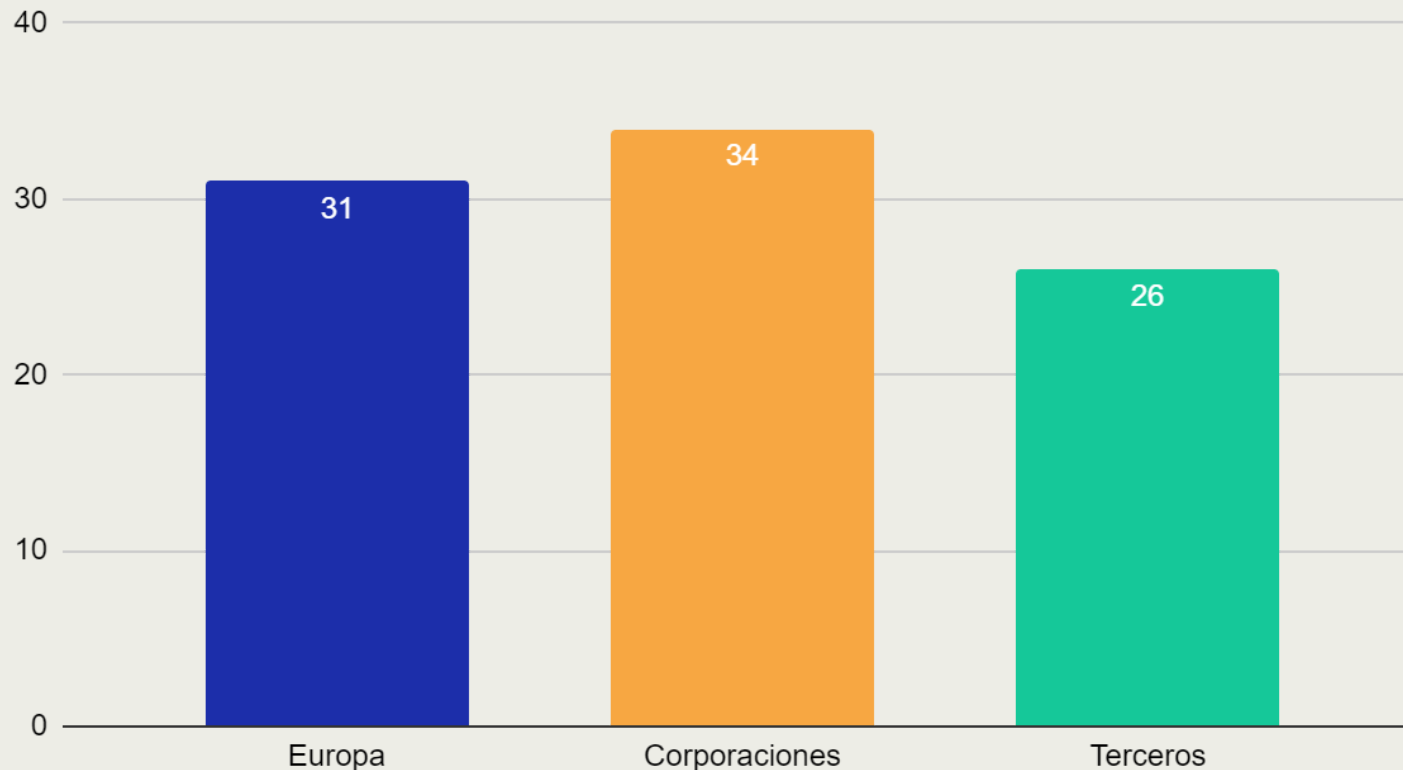
Porcentaje que gasta más o menos en tarjetas regalo.



Fuente: Industry Outlook for 2023: Merchandise, Gift Cards and Event Gifting. Incentive Research Foundation.

Al igual que ocurre con los artículos de regalo, los europeos prevén aumentar sus presupuestos para tarjetas regalo en 2023, aunque el aumento neto no será tan grande como en Norteamérica. La mitad prevé aumentar el gasto en tarjetas regalo, mientras que el 19% reducir el gasto en tarjetas regalo.

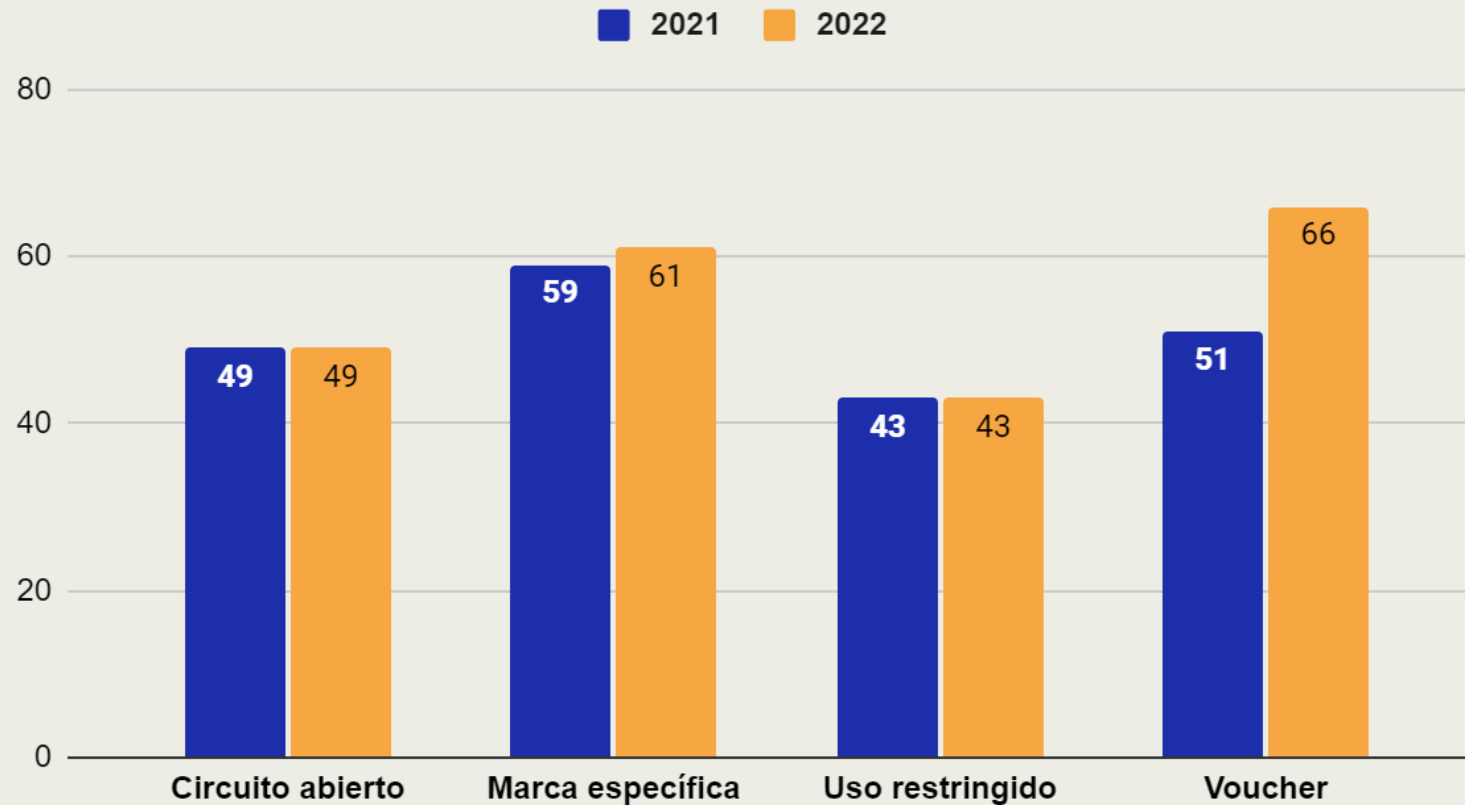
Aumentos netos para 2023



Fuente: Industry Outlook for 2023: Merchandise, Gift Cards and Event Gifting. Incentive Research Foundation.

En su mayor parte, los tipos de tarjetas regalo que los europeos utilizaron en 2022 no difirieron significativamente de los de 2021. La única excepción fueron los cheques regalo, que aumentaron del 51% al 66%. Los europeos eran mucho más propensos a utilizar vales de tarjetas regalos.

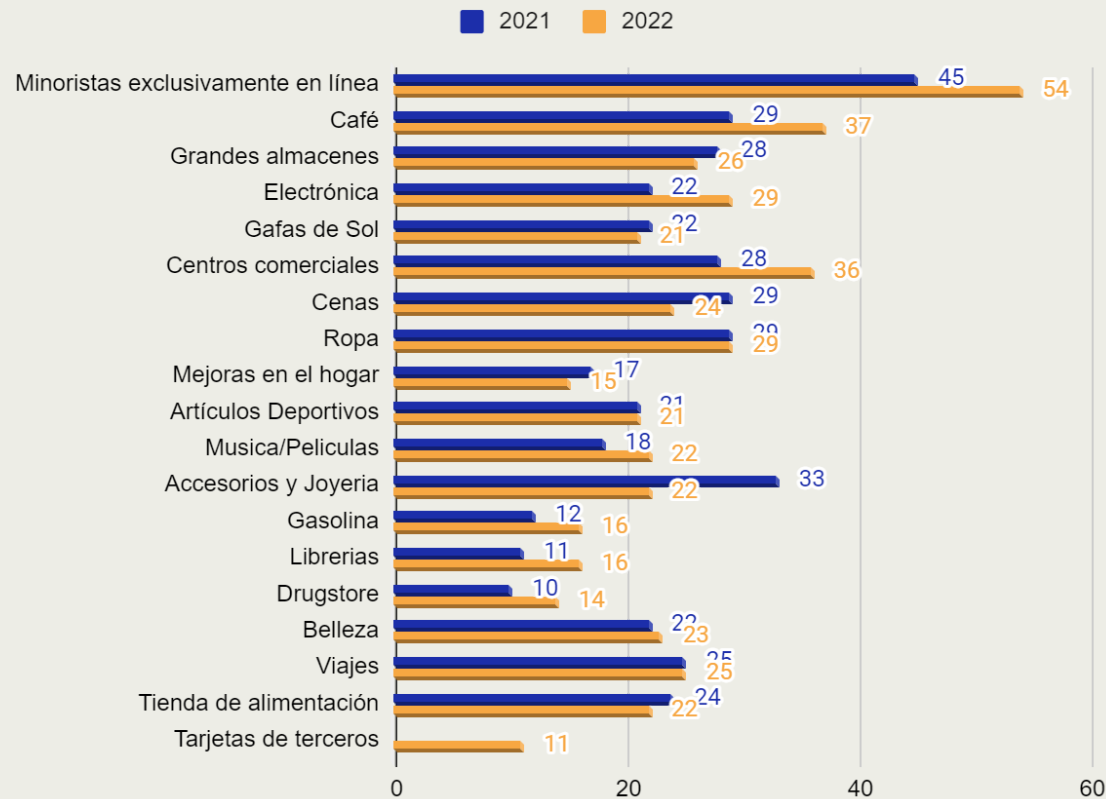
Tipo de tarjeta regalo europea



Fuente: Industry Outlook for 2023: Merchandise, Gift Cards and Event Gifting. Incentive Research Foundation

Al igual que en Norteamérica, las tarjetas de venta al por menor en línea registraron el mayor crecimiento en Europa, pasando del 45% al 54%. Las tarjetas regalo para café y las tarjetas de grandes almacenes también crecieron, situándose 2º y 3º como las categorías de tarjetas más frecuentes en Europa.

Tipos de comerciantes europeos por marca



Fuente: Industry Outlook for 2023: Merchandise, Gift Cards and Event Gifting. Incentive Research Foundation

El importe medio de las tarjetas regalo tanto para los norteamericanos como para los europeos es de 100 (dólares/euros). El porcentaje de los que media de 100 dólares o menos en tarjetas regalo es 55%, casi idéntico al 58% del año pasado y muy similar al porcentaje europeo del 58%.

América del Norte USD 1 - USD 100 → 55%

Europa €1-€100 → 58%

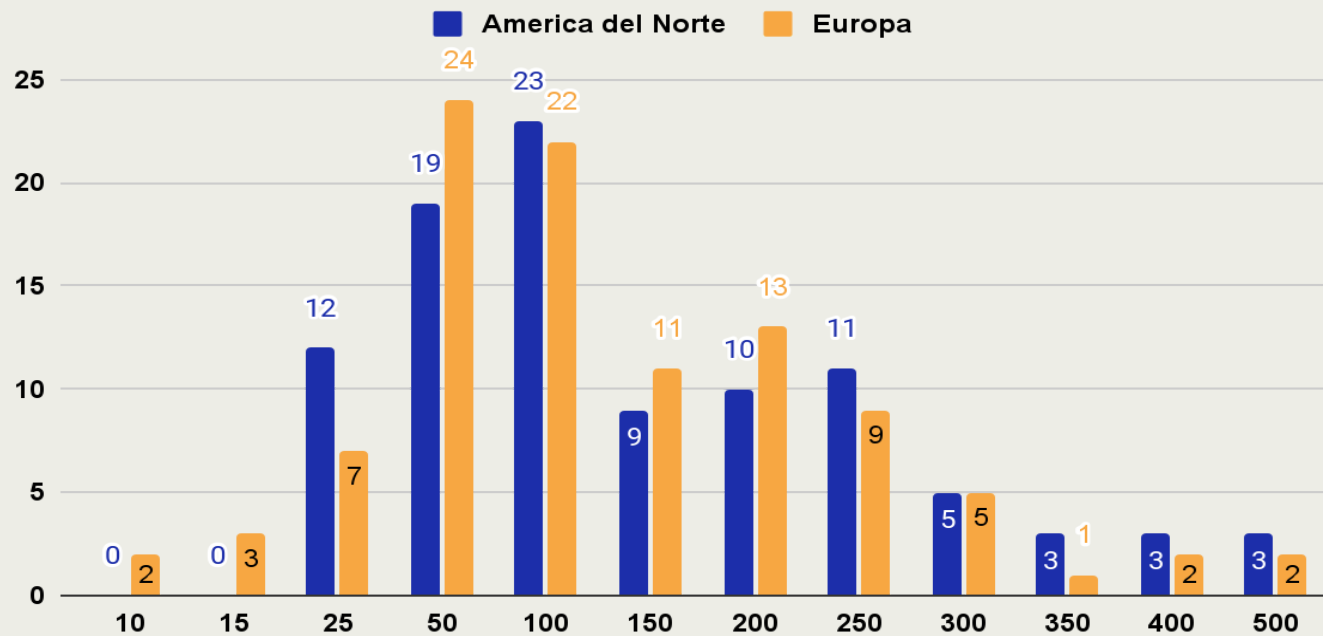
América del Norte Mediana USD 100

Mediana europea €100

Media norteamericana: USD 153

Media europea €134

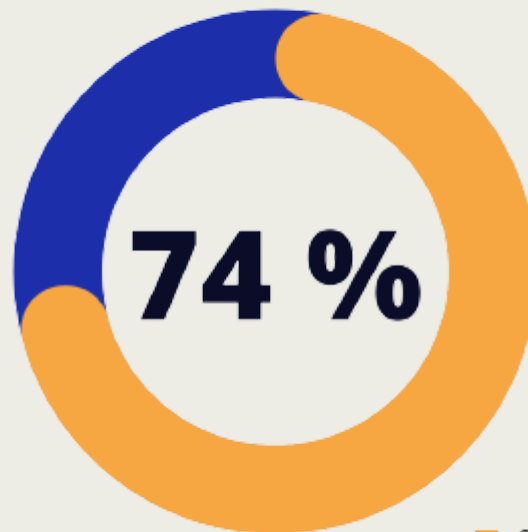
Valor medio de la tarjeta regalo



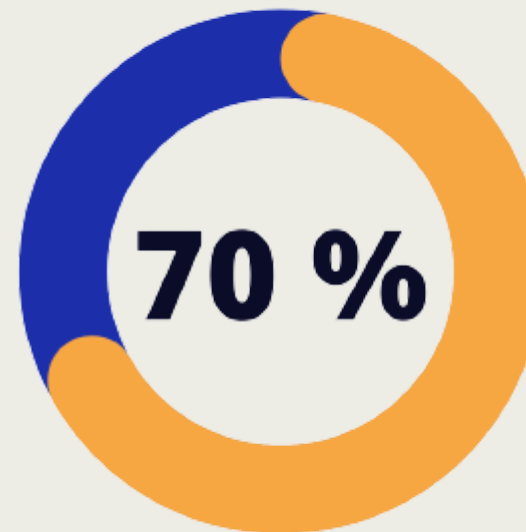
Fuente: Industry Outlook for 2023: Merchandise, Gift Cards and Event Gifting. Incentive Research Foundation

El aprovisionamiento local de tarjetas regalo en Norteamérica aumentó del 65% en 2021 al 74%. En 2020, el porcentaje fue del 61%, mientras que en los dos años anteriores fue del 69%, todos ellos dentro del error de muestreo. En 2022 fue el primer año en que el porcentaje superó el 70%. Este porcentaje de europeos obtuvieron sus tarjetas regalo del comercio minorista. Aunque este porcentaje sigue siendo alto, ha bajado bastante con respecto al estudio de 2021, en el que el 82% de los europeos compraban sus propias tarjetas regalo. adquirirían sus propias tarjetas regalo.

América del Norte



Europa



■ Si
■ No / No estoy seguro

Fuente: Industry Outlook for 2023: Merchandise, Gift Cards and Event Gifting. Incentive Research Foundation

En conclusión, más de la mitad (**52%**) de los europeos prevén un **aumento** global en sus **presupuestos para recompensas e incentivos en 2023**, mientras que el 19% prevé una disminución. El **gasto en tarjetas regalo** y los presupuestos tecnológicos parecen tener los **mayores aumentos netos**. Además, se prevé que la participación de socios o terceros seguirá creciendo en 2023. El **gasto medio por persona** en Europa en programas de recompensa y reconocimiento no monetarios es de **€650** y el **57% corresponde a las Gift cards** de €1 a €250. Los europeos son menos propensos a trabajar con empresas de incentivos y marcas de productos en comparación con Norteamérica.

¿ESTÁ BUSCANDO UNA FORMA EFICAZ DE MEJORAR LA LEALTAD DE SUS CLIENTES, EMPLEADOS Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN?

Con **Roiward**, nuestra **plataforma digital B2B** le permite crear campañas de marketing de incentivos de valor personalizadas para alcanzar sus objetivos con solo unos clics. Puedes seleccionar el presupuesto que desees para tus programas de incentivos desde **tarjetas regalos, productos físicos y viajes**, todo integrado en la misma plataforma. Además, nuestra plataforma te permite **personalizar la experiencia** de recompensa para cada individuo y **recuperar la inversión de los incentivos no canjeados**. Contamos con un catálogo de **+ 700 marcas** para lanzar campañas en **+8 países** y si quieres automatizar todo, puedes hacerlo a través de nuestra API.

Con **Roiward** tu obtienes ROI, ellos recompensas.