



## **Octubre es el verdadero mes del pan de muerto: ventas crecen 83%, revela Rappi**

- *La segunda quincena de octubre las ventas de pan de muerto en Rappi crecieron 83%.*
- *Culiacán, Ciudad de México, Hermosillo y Durango son las ciudades donde más se vende pan de muerto en la plataforma.*
- *El ticket promedio de los pedidos con pan de muerto aumentó 13% año contra año.*

**Ciudad de México, 27 de octubre de 2026.** – El pan de muerto es una de las tradiciones gastronómicas más queridas de México y su temporada empieza mucho antes de que se monte la ofrenda. La **Radiografía del Pan de Muerto de Rappi** revela que la demanda por este tradicional producto se activa desde octubre y se acelera durante la segunda quincena de ese mes. Entre la semana del 13 al 19 y del 20 al 26 de octubre, se registró un **crecimiento de 83% en ventas de pan de muerto en la plataforma**, según datos de Rappi.

Rappi analizó cómo compraron este producto los usuarios en México durante la temporada de Día de Muertos en 2025, en comparación con 2024, los indicadores muestran que entre la semana del 13 al 19 y la del 20 al 26 de octubre, los pedidos aumentaron 67%, mientras el número de piezas vendidas aumentó cerca de 60%.

*“Lo interesante no es solo que el pan de muerto se esté comprando antes, sino que la temporada se está extendiendo. Lo que antes era una compra concentrada en uno o dos días hoy se convierte en varias semanas de consumo y esto cambia la composición de los pedidos y hace que la curva de consumo sea mayor”,* señaló José Luis Montalvo, director de Restaurantes en Rappi México.

La Radiografía del Pan de Muerto de Rappi también muestra que el pan de muerto funciona como detonador de compras más completas. El ticket promedio de los pedidos que lo incluyeron creció 13% en comparación con el año anterior, y el 1 y 2 de noviembre ese incremento fue por encima del 30%. De hecho, el pan representa menos de una quinta parte del valor del pedido: el resto del carrito se completa con otros productos para la merienda, la reunión familiar o la ofrenda.

*“Cuando alguien pide pan de muerto, rara vez pide solo eso. Aprovecha para resolver todo lo que necesita para la temporada, y por eso en los días clave el carrito crece casi un tercio. Los carritos diversos reflejan cómo los usuarios ven en Rappi un sitio en el que convergen múltiples ofertas que les ayudan a resolver no solo un antojo de temporada si no compras completas o bien, todo lo que*



*necesitan para una celebración, como la ofrenda de Día de Muertos”, agregó Montalvo.*

## **El norte manda en la tradición**

En términos de regiones, **Culiacán encabeza el ranking** de ciudades donde más se vende pan de muerto en Rappi, seguida de la **Ciudad de México, Hermosillo y Durango**; es decir, tres de las cuatro ciudades líderes están en el norte del país. Durango destaca como la ciudad con más piezas por pedido, casi tres, mientras que en la Ciudad de México el gasto por pieza es más del doble que en las ciudades del norte del ranking, lo que sugiere una preferencia por panes de mayor valor.

*“El pan de muerto es una tradición que cada año se vive con más anticipación y que hoy convive con más opciones que nunca. En Rappi queremos que, esta temporada, cada usuario encuentre en un solo lugar su pan de siempre o uno nuevo por descubrir, destacando ofertas de socios locales y joyas gastronómicas que cada región tiene para ofrecer”,* concluyó el director de Rappi

Entre la oferta disponible, formatos y tamaños, también destacan algunos muy específicos.

Los usuarios se inclinan por lo clásico: el pan de muerto tradicional con azúcar es el protagonista, en distintas presentaciones: individual, en paquete de seis piezas y extra grande. En promedio, cada pedido incluye casi dos piezas, una señal de que el pan de muerto se compra para compartir.

La Radiografía del Pan de Muerto de Rappi nos permite una mirada a las tendencias de consumo alrededor de lo más tradicional de la gastronomía mexicana. Los hábitos de compra en la plataforma nos permiten entender las necesidades del consumidor, la evolución de la demanda y cómo hoy más que nunca Rappi gana relevancia entre los usuarios no solo por la inmediatez de su servicio si no por ser una súper app pues cada vez es más esa plataforma en la que puede encontrar todo lo necesario para su día a día y también para celebrar ocasiones especiales.

XXX

## **Sobre Rappi**

Fundada en 2015 y con más de 100 millones de descargas, Rappi es la primera SuperApp Latinoamericana presente en 9 países y más de 400 ciudades de la región. Rappi brinda una experiencia que permite a los usuarios ordenar una gran variedad de bienes y servicios. Adicional a los envíos tradicionales, los usuarios también pueden tener entregas en menos de 10 minutos. En México Rappi está presente en 115 ciudades.



El Canal de WhatsApp de Rappi es la nueva forma de recibir descuentos exclusivos y contenido divertido. Disponible en 11 ciudades de México, ofrece ofertas personalizadas. Unirse es gratis y fácil, haz [click aquí](#) y activa las notificaciones.

Síguenos en:

Instagram: [@rappimx](#)

TikTok: [@rappi.mx](#)

Facebook: [@rappimexico](#)

X: [@rappimexico](#)

LinkedIn: [@rappi](#)

#### Contacto prensa

another  
[rappi@another.co](mailto:rappi@another.co)

Rappi  
[press@rappi.com](mailto:press@rappi.com)