Día de la Madre 2024: ¿Cuánto gastan realmente los peruanos en el regalo para mamá?

El Día de la Madre, celebrado cada segundo domingo de mayo, es una de las campañas comerciales más representativas del año. Es por ello que las pequeñas y medianas empresas (pymes) ven con optimismo esta importante fecha, pues esperan un crecimiento en sus ventas de hasta **20 %**, respecto a la campaña del año pasado, así lo estimó el presidente del Gremio de la Pequeña Empresa de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Rodolfo Ojeda.

> *"Nuestras perspectivas son optimistas siendo los sectores comercio y servicios los que impulsarán la campaña, en un contexto de cierta estabilidad política y económica", comentó.*

En cuanto al gasto de regalos, Rodolfo Ojeda estimó un ticket promedio entre **S/ 150 y S/ 300.** No obstante, identifica otro grupo de peruanos con mayor poder adquisitivo cuyos gastos fluctuarían entre **S/ 500 y S/ 1 000.**

> *"Este último grupo está más relacionado con la adquisición de productos tecnológicos y viajes a destinos más cercanos", indicó.*

Precisamente, afirmó que, si bien en el Día de la Madre predomina la **venta de flores y chocolatería**, se observa un aumento en la preferencia de obsequiar tecnología como **teléfonos celulares** de gama media y tabletas.

En la lista también figuran **televisores y aparatos electrodomésticos, prendas de vestir y accesorios.** De igual manera, habrá una mayor actividad en el rubro de restaurantes,

salones de belleza, viajes, etc.

Énfasis en el uso de redes sociales

Este dinamismo esperado también responde al mayor uso de plataformas financieras digitales y redes sociales que, en los últimos años, se han convertido en herramienta clave para incrementar sus **ventas**, ya que ha generado "un espacio comunicacional valioso entre el cliente y la empresa".

Por ello, afirmó que las pymes pondrán para esta campaña un mayor énfasis en el empleo de **Instagram, TikTok, Facebook y WhatsApp**, ofreciendo de manera continua una serie de ofertas y promociones para distintos presupuestos.

> *"Si se compara con el año 2023, se estima que las ventas online de las pymes podrían aumentar entre 50 % y 60 %, siendo TikTok e Instagram los principales aliados para captar estas ventas, ya que estas plataformas llegan mayormente a un público joven (entre 18 y 34 años)", subrayó.*

Aumento de empleo temporal

Por ser una fecha significativa y de gran movimiento económico, Rodolfo Ojeda proyectó que las pymes contraten más personal, pero de manera temporal. Por ello, al ser una campaña donde se ofrecen bienes y servicios, se requerirá personal para atención al público, sobre todo para los puestos de impulsadores y promotores de venta, para negocios como peluquerías, restaurantes, comercialización de prendas de vestir, etc.

> *“Con estas buenas perspectivas para esta temporada, se estima que el empleo temporal por el Día de la Madre podría aumentar hasta en 10 %, respecto al año pasado”, anotó.*

LEER MÁS:

> *¿Qué prefieren las madres peruanas por el Día de la Madre?: no son joyas ni maquillaje*