Día de la Madre: Campaña 2025 tendrá crecimiento de hasta doble dígito en ventas

La campaña por el **Día de la Madre 2025** se perfila como una las principales oportunidades comerciales del año, especialmente para sectores como el Comercio, Gastronomía, Turismo y otros servicios. Con una base de consumidores cada vez más exigentes y conscientes de sus decisiones de compra, las empresas se preparan para ofrecer productos y experiencias que no solo apelen a la calidad, sino también a la emoción de una fecha tan significativa.

El presidente del **Gremio de la Pequeña Empresa de la Cámara de Comercio de Lima (CCL)**, **Rodolfo Ojeda**, sostiene que esta campaña es la segunda más relevante del calendario comercial, siendo solo superada por la de Navidad.

"Muchos negocios ya están implementando promociones especiales, ventas en línea y atención personalizada, estrategias que serán cruciales para dinamizar las ventas", indica.

Según sus estimaciones, las ventas podrían crecer entre 8 % y 10 %, respecto a la misma temporada del 2024, impulsadas por la recuperación del consumo interno, el uso de plataformas digitales y el crecimiento de las billeteras electrónicas.

Sectores más beneficiados

Es importante destacar que diversos sectores se activan con fuerza durante esta campaña. Según Ojeda, los más beneficiados serán:

- **Moda y calzado**: ropa, carteras, zapatos y accesorios que mantienen una alta demanda.
- **Gastronomía**: restaurantes y servicios de delivery reportan aumentos significativos, ya que muchas familias prefieren compartir una comida especial.
- **Belleza y bienestar**: salones de belleza, spas y experiencias de cuidado personal son opciones populares como obsequios.
- **Florerías y pastelerías**: rubros tradicionales que experimentan gran movimiento en esta temporada.
- **Productos personalizados y artesanales:** regalos con valor emocional y hechos a mano siguen captando atención.

Electrodomésticos con fuerte

demanda

El **Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de la CCL**, también tiene altas expectativas. *«Esperamos una campaña potente. En los primeros meses del año hemos visto gran interés en electrodomésticos, lo cual proyectamos que se reflejará en las ventas de esta campaña»*, asegura **Carlos José Mujica**, integrante del referido Gremio.

Durante esta campaña, agrega que se proyecta un crecimiento para este sector de entre 3 % y 5 %, con respecto a la misma temporada del 2024, gracias a un mayor consumo interno y las facilidades de financiamiento.

"Actualmente, los consumidores investigan más antes de comprar y optan por productos con mejor diseño, mayores prestaciones y colores llamativos, como los tonos pasteles, y se observa también un interés creciente por electrodomésticos menores, orientados a la mejora de la salud y la nutrición", detalla.

Mujica advierte que los precios de los artefactos eléctricos podrían verse afectados por la guerra comercial entre Estados Unidos y China, lo que podría encarecer insumos debido al impacto en la cadena de suministro.

Turismo: experiencias en lugar de objetos

Otra tendencia que gana terreno es regalar experiencias, al respecto, la presidenta del **Gremio de Turismo de la CCL, Marienela Mendoza**, afirma que las celebraciones por el **Día de la Madre** están motivando un mayor turismo interno, fortaleciendo vínculos familiares.

"Este tipo de celebraciones generan oportunidades para que

pequeños y medianos emprendimientos se beneficien del incremento en actividades turísticas”, comenta.

En ese sentido, Mendoza señala que muchas empresas del sector están respondiendo con propuestas innovadoras enfocadas en las madres, fortaleciendo el vínculo familiar y promoviendo un turismo consciente y sostenible.

“Esta tendencia impulsa a las empresas a innovar con propuestas interactivas y experiencias únicas, lo que a su vez incrementa la competitividad de los destinos”, explica.

LEA TAMBIÉN: CCL rinde homenaje a líderes del turismo y la gastronomía en Perú

Destinos favoritos para celebrar con mamá

De acuerdo con la información brindada por el **Gremio de Turismo de la CCL**, al ser una celebración que se concentra en el fin de semana, muchas familias buscan experiencias en destinos cercanos y con buena gastronomía. Entre ellos destacan:

– Lunahuaná: por su naturaleza, clima cálido y excelente comida.

– Churín: que es ideal para la relajación en sus aguas termales.

– Antioquía: pueblo colorido que ofrece turismo vivencial y actividades al aire libre.

– En el caso de la búsqueda de viajes algo más largos, destacan:

– Huaral: por su atractivo por la Huaca Rupac y su famoso chancho al palo.

– Huacho: por sus playas, humedales y sitios arqueológicos bien acondicionados para el turismo.

– Paracas e Ica: por su naturaleza y aventura. En Paracas se puede visitar la reserva natural y las Islas Ballestas; asimismo Ica, ofrece actividades en las dunas, visitas a viñedos y la Laguna de Huacachina.

Como puede verse, con un consumidor más informado y emocionalmente conectado con esta celebración, la próxima Campaña del Día de la Madre se presenta como una oportunidad estratégica para impulsar las ventas, innovar en la oferta de productos y fortalecer la relación entre las marcas y las familias peruanas. La clave está en combinar calidad, emoción y experiencias memorables.

LEA MÁS:

Los Gremios de la CCL impulsan la competitividad empresarial

CCL: sector turismo cuenta con una cartera de proyectos estimada en US$1 260 millones

CCL rinde homenaje a 90 empresas con más de 50 años de afiliación