“El marketing emocional es clave para conectar con los clientes en la campaña de San Valentín”

Estamos a pocas semanas del Día de San Valentín, ¿cuáles son las expectativas comerciales para el sector retail?

El **Día de San Valentín**, celebrado cada **14 de febrero**, es una fecha clave para el sector **retail**. Este año proyectamos un **crecimiento del 6 %** en la facturación, superando las proyecciones iniciales del **5 %** y el desempeño del mismo periodo en el **2024**. Se estima una facturación promedio de **S/ 612 000 000** en esta campaña (**primera quincena del mes**), impulsando la venta total de **febrero**, que llegaría aproximadamente a los **S/ 1 600 millones**.

Este crecimiento se debe a tres factores principales: la **expansión de los centros comerciales** con una mayor oferta de productos y servicios, el **clima veraniego** que incentiva el consumo y la **diversificación de la campaña**, que ahora va más allá de las parejas y amigos, llegando a un **público más amplio**.

¿Cuánto representará el *e-commerce* en la venta total del retail en la referida campaña y cómo evoluciona este canal?

En el **Perú**, el **e-commerce** representa entre el **8 % y 10 %** de las ventas totales del **retail** y continúa creciendo año a año. Esto se debe a la **digitalización acelerada** de los comercios, la **confianza creciente** en las compras online, la mejora en las **plataformas de pago y logística**, y la consolidación de **estrategias omnicanal** que permiten una mejor experiencia de compra.

Para la campaña de **San Valentín** de este año, proyectamos que el **comercio electrónico** crezca entre **10 % y 15 %**, en comparación con la del **2024**. Este aumento responde a una mayor preferencia por las **compras online**, la **diversificación de categorías de productos** y la implementación de **estrategias de marketing personalizadas** basadas en **inteligencia artificial** y **análisis de datos**. Además, sectores como **entretenimiento, restaurantes y regalos de experiencia** tienen una **alta demanda** en plataformas digitales, impulsando aún más este crecimiento.

¿Cuáles son los productos más vendidos por *e-commerce* en San Valentín?

San Valentín es una fecha en la que los consumidores buscan regalos que transmitan **emociones** y creen **recuerdos**. En el **e-commerce**, los productos más vendidos incluyen **arreglos florales, joyas, chocolates, perfumes** y **accesorios tecnológicos** (relojes inteligentes, audífonos inalámbricos), además de **obsequios personalizados** como una **cena romántica, viaje de fin de semana** y actividades **culturales y de aventura**.

Este crecimiento en las **ventas online** refleja la **creciente preferencia** de los consumidores por la **comodidad** y **variedad** que ofrece el **e-commerce**.

¿Cuáles serán las tendencias y estrategias de venta para esta temporada?

Las tendencias clave para **San Valentín 2025** incluyen **experiencias memorables, personalización y omnicanalidad**. Las estrategias más efectivas serán apostar por el **marketing emocional** para conectar con los clientes a un nivel más profundo, creando **historias que perduren**.

Lo importante es aprovechar los **canales digitales** para interactuar con la audiencia y generar un **buzz** (ruido o expectativa) alrededor de la marca. También es clave **colaborar con otros negocios** para crear **experiencias únicas**.

También es importante desarrollar ediciones limitadas diseñadas específicamente para la temporada de San Valentín; así como ofrecer *cross-selling* y packs promocionales (combinación de productos para aumentar el ticket promedio). Además, es vital generar ventajas, ofrecer descuentos por tiempo limitado, así como alianzas entre marcas que produzcan una sinergia para el cliente y las marcas entre sí.

Además, para esta temporada se apreciarán muchas campañas con **influencers** para generar **expectativa y engagement**.

¡No solo vendas productos, vende emociones! Esta es una idea clave, ya que las **emociones** aumentan la **memoria de las experiencias positivas** de compra. No hay que olvidar que **San Valentín**, al igual que otras campañas del año, es una oportunidad para **fortalecer la relación con los clientes** y crear **recuerdos inolvidables**.

¿Cuánto se espera que sea el gasto promedio de compra en San Valentín?

El **gasto promedio por persona** se estima entre **S/ 200** y **S/ 280**, lo que representa un aumento respecto al año pasado, cuando osciló entre **S/ 190** y **S/ 250**. Este aumento, que va del **5,26 % al 12 %**, es significativo para los negocios **retail**, ya que refleja una mayor **predisposición al consumo** en esta campaña.

¿La expansión de los centros comerciales impulsará el tráfico de visitantes?

Sí, proyectamos un **aumento del 6 %** en el **flujo de visitantes** a los **centros comerciales** durante la campaña de **San Valentín**. Los negocios que recibirán más afluencia serán las **tiendas de regalos, joyería y perfumería**, así como los del rubro de **gastronomía**, incluyendo **restaurantes, cafeterías y bares**, donde parejas y grupos de amigos celebran esta fecha especial.

Otro sector clave es el de **entretenimiento**, con alta demanda en **cines, teatros y espectáculos**. También destaca el rubro

moda, con tiendas de **ropa y accesorios** para quienes buscan el atuendo perfecto para la ocasión.

¿San Valentín impulsará la contratación de personal en retail y centros comerciales?

Sí, la campaña de **San Valentín** dinamiza el empleo en el sector **retail**, especialmente en **Lima**, incrementando las oportunidades de contratación temporal en puestos como **repartidores, logística, vendedores, cajeros, operativos** y **personal de atención al cliente**. En **febrero del 2024**, las contrataciones crecieron un **0,5 %** en comparación con el **2023**. Este año, esperamos un **incremento mayor** debido al **crecimiento del consumo** y la apertura de nuevos **centros comerciales** Parque La Molina, Boulevard Puntamar en Punta Hermosa y KM 40 en Lurín.

LEE MÁS:

San Valentín 2025: 90 frases románticas para dedicarle al amor de tu vida

CONOCE NUESTRO TIKTOK:

@camaracomerciolima ¿Ya conociste el nuevo mall de Jefferson Farfán? □□□□□ #camaracomerciolima #viralperu #jeffersonfarfan #km40 #lurin ♬ Qué Pasaría… – Rauw Alejandro & Bad Bunny