Regalos personalizados y experiencias en el Día de la Madre elevarán ventas retail en 5 %

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) proyectó que la campaña del Día de la Madre elevará las ventas retail durante el mes de mayo a S/ 4 400 millones, representando un crecimiento moderado del 5 %, en comparación al mismo mes del año pasado.

"Este desempeño se verá impulsado por la creciente preferencia de los consumidores por regalos personalizados y experiencias únicas (reserva de cenas y viajes), así como productos que fomenten bienestar", sostuvo Leslie Passalacqua, presidenta del Gremio Retail de la CCL.

LEA TAMBIÉN: "Regalos personalizados y experiencias marcarán la campaña por el Día de la Madre"

Agregó que este dinamismo también estará estimulado por el entusiasmo del consumidor y su capacidad de gasto, que podría potenciarse si se aprueba la liberación de fondos de la **AFP** y Compensación por Tiempo de Servicio (CTS).

Leslie Passalacqua añadió que el éxito de esta campaña dependerá del atractivo de las estrategias de marketing y las promociones que decidan implementar las empresas retail, así como la eficiencia logística y la capacidad de respuesta del sector para satisfacer la demanda a través de los distintos canales.

“Todo ello generará un impulso en la contratación de personal temporal para atender el incremento en la actividad comercial, el cual definirá el éxito de esta importante campaña comercial”, subrayó.

Gasto por persona

En cuanto al gasto por persona, el gremio empresarial estimó que el ticket promedio se mantendrá entre los S/ 250 y S/ 350, similar al año pasado.

No obstante, explicó que la tendencia por las experiencias únicas podría elevar ligeramente ese promedio, ya que suelen tener un valor más alto. *“En esta campaña, habrá opciones para*

todo tipo de presupuesto, gracias a las estrategias y precios competitivos de las marcas”, afirmó.

Regalos con mayor demanda

Leslie Passalacqua sostuvo que los productos más solicitados para esta campaña seguirán siendo los relacionados con moda y accesorios, tales como ropa, calzado, carteras y joyería. También tendrán protagonismo los regalos clásicos como flores y chocolates, especialmente en combinación con otros obsequios.

Así también, cobrará fuerza el interés por pequeños electrodomésticos vinculados a la salud y la nutrición, así como dispositivos para facilitar las tareas del hogar.

En el plano gastronómico, se privilegiarán experiencias como cenas en restaurantes, paseos y actividades de bienestar. Otros rubros destacados serán tecnología y belleza y cuidado personal, con dispositivos inteligentes, auriculares, cosméticos, perfumes y *skincare.*

LEA MÁS:

Depósito de la CTS: obligaciones del empleador y derechos del trabajador

CTS y el seguro de desempleo: EL Perú necesita un sistema de protección real

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