

“Regalos personalizados y experiencias marcarán la campaña por el Día de la Madre”

¿Qué buscarán los consumidores en la campaña del Día de la Madre 2025?

Los consumidores peruanos buscarán una combinación de obsequios significativos y experiencias memorables. La tendencia apunta hacia productos personalizados, exclusivos y sostenibles, así como a experiencias compartidas. Ello mediante una compra fluida a través de canales físicos y digitales, reforzándose el enfoque omnicanal.

¿Superarán las ventas de la campaña de este año a la del 2024?

El **Ministerio de la Producción (Produce)** informó que las ventas por esta fecha en el 2024 alcanzaron los S/ 4 155 millones. Para la campaña de este año, proyectamos que podría alcanzar los S/ 4 400 millones, un crecimiento conservador de alrededor del 5 % comparado con la misma temporada del 2024, e incluso el incremento podría ser ligeramente superior.

¿Qué factores determinarán el desempeño económico de la campaña del Día de la Madre?

El dinamismo estará impulsado principalmente por tres elementos: primero, 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).

Lo segundo, es que las ventas dependerán del atractivo de las estrategias de marketing y las promociones que implementen las empresas para captar la atención y el presupuesto de los compradores. De igual manera, en tercer lugar, impactará la eficiencia logística y la capacidad de respuesta del sector para satisfacer la demanda a través de todos los canales, lo que generará un impulso en la contratación de personal temporal para atender el incremento en la actividad comercial.

La interacción de estos tres factores definirá el éxito económico de esta importante campaña comercial.

¿Cuál será el ticket promedio por persona en esta campaña?

Se espera que el ticket promedio se mantenga entre los S/ 250 y S/ 350, similar al comportamiento de la campaña del año pasado. La tendencia hacia la búsqueda de experiencia puede elevar ligeramente ese promedio, ya que obtenerla suele tener un valor más alto. Sin embargo, en el mercado habrá opciones para todo tipo de presupuesto, gracias a las estrategias de precios competitivos.

¿Qué tipos de regalos tendrán mayor demanda?

Los productos más solicitados seguirán siendo los relacionados con moda y accesorios, tales como ropa, calzado, carteras y joyería. También conservarán protagonismo los clásicos como flores y chocolates, especialmente en combinación con otros regalos.

Cobrará fuerza el interés por los 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, escapadas de fin de semana, talleres, y actividades de bienestar. Otros rubros destacados serán los de tecnología y belleza y cuidado personal, con dispositivos inteligentes, auriculares, cosméticos, perfumes y productos de *skincare*.

En resumen, la tendencia en regalos para el **Día de la Madre 2025** se inclina hacia experiencias, regalos personalizados, detalles sentimentales y productos que fomentan el bienestar, necesidad y el autocuidado de mamá. La cuestión es engréirlas.

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



¿Qué estrategias comerciales utilizarán las empresas para esta campaña?

Las empresas apostarán por precios competitivos para atraer y fidelizar a los clientes. A ello se sumará que algunas marcas aprovecharán a realizar alianzas estratégicas. Estas se centrarán en proporcionar valor a través de descuentos directos en una amplia gama de productos, y promociones innovadoras, la creación de combos atractivos que combinen regalos y experiencias.

Así también, se dará flexibilidad de cuotas sin intereses para obsequios de mayor valor, también ofertas exclusivas en sus canales online para impulsar la conveniencia.

Asimismo, los programas de fidelización jugarán un papel importante al recompensar la lealtad de los clientes, mientras que la calidad del servicio y una experiencia de compra memorable se consolidarán como elementos diferenciadores claves en un mercado exigente.

¿Cuál será el rol del pago en efectivo frente a los realizados por medios digitales?

Aunque el efectivo sigue siendo relevante, los pagos digitales ganan terreno por su practicidad, seguridad y beneficios adicionales como descuentos y acumulación de puntos.

Para esta campaña se espera que ambas opciones convivan, pero con un mayor protagonismo de los canales digitales. Las empresas deberán ofrecer diversas formas de pago para adaptarse a las preferencias de cada cliente.



LEA MAS:

Gremio Retail rechaza propuesta de restringir uso de motos en horarios específicos

Industria retail crecería 6,5 % en primer trimestre

Gremio Copecoh presenta plan estratégico 2025 para impulsar industria cosmética