

San Valentín y el impacto en los negocios: ¿cuánto vende el amor?

A pocos días de celebrar el Día de San Valentín, los negocios de todo el país están preparados para desplegar sus **estrategias de venta**. Restaurantes, hoteles, tiendas de flores, chocolates y accesorios esperan aprovechar la demanda creciente de regalos y cenas románticas.

Según el gerente de la Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines (Ahora Perú), **Freddy Gamarra**, se espera un aumento del **50 %** en las ventas en restaurantes y hoteles este febrero, en comparación con similar mes del año pasado.

“Con respecto a 2023, debemos recordar que los dos primeros meses fueron complicados por la convulsión social. Sin embargo, esperamos que este sea un mejor año. Si bien las personas están saliendo más, ya no lo hacen hasta tan tarde, en especial el público no joven”, comenta el representante de Ahora Perú.

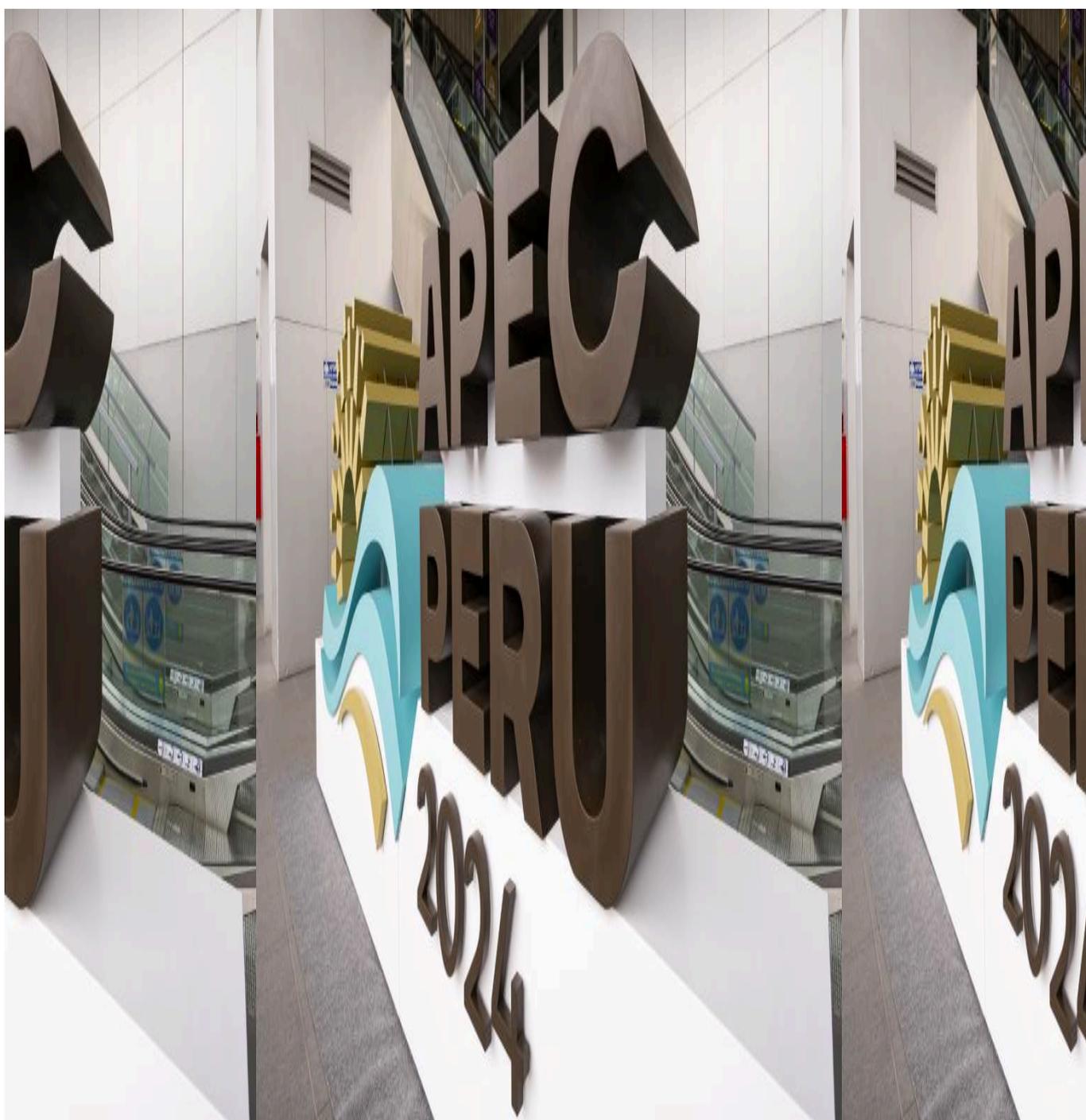
MIRA TAMBIÉN:



29 de octubre del 2024
[consejos](#)
[gastos en el hogar](#)
[tips](#)

10 formas efectivas de reducir los gastos en el hogar

[Leer más](#)



21 de octubre del 2024

[Iedep](#)

[APEC](#)

[Asia-Pacífico](#)

[China](#)

[Perú](#)

APEC: un motor de crecimiento para el Perú y la Región Asia-Pacífico

[Leer más](#)

En cuanto al gasto promedio en restaurantes durante San Valentín, Gamarra señala que se estima en **S/ 350**, aunque puede variar de acuerdo del tipo de bebidas que se consuman y del tipo de restaurante, de su ubicación y del público al que está dirigido.

Promociones y tendencias

Respecto a las promociones, los **hoteles** ofrecen alojamientos con cenas o cocteles de bienvenida, mientras que los **restaurantes** optan por regalos como flores o chocolates para las parejas. Además, el servicio de *delivery* se vuelve una opción para consentir a los seres queridos.

En relación con las estrategias de ventas en el sector de restaurantes y hoteles, el gerente de Ahora Perú indica que es fundamental la comunicación del negocio y su visibilidad en las **redes sociales**.

El **comercio de flores** también experimenta un aumento en las ventas durante San Valentín. Así, según el director ejecutivo del Grupo Grameco, operador de Rosatel, Javier Pardo, se prevé un crecimiento del 5 % respecto a la campaña de 2023.

Las rosas y los tulipanes son los productos más solicitados, y el ticket promedio de compra oscila entre **S/ 170** en tiendas físicas y **S/ 205** para pedidos por delivery.

Los negocios de **chocolates y accesorios** también se dinamizan en esta fecha. **José Cabanillas**, director comercial de Renzo Costa, firma fabricante de billeteras de cuero y chocolates, estima un incremento del **6 %** en las ventas respecto a la campaña de 2023.

Los monederos, billeteras, correas, morrales y carteras son los productos más demandados –todos acompañados del pack de chocolates por San Valentín–, con precios que van desde los **S/ 129 hasta S/ 349**.

En cuanto a las estrategias comerciales, el ejecutivo de **Renzo Costa** comentó que es importante implementar el desarrollo de productos exclusivos o ediciones limitadas diseñadas específicamente para la temporada de San Valentín, como cajas de chocolates con formas de corazón, mensajes románticos o sabores especiales.

“Es importante utilizar el marketing emocional para conectar con los clientes en un nivel personal, destacando el significado emocional del regalo de chocolates en San Valentín y cómo puede expresar amor y afecto. Además, crear experiencias de compra especiales para esta fecha, es importante para los negocios, como tener decoraciones temáticas en la tienda y música romántica”, considera Cabanillas.

Ventas digitales

El **comercio electrónico** se dinamiza con las campañas comerciales, y San Valentín no es la excepción. En ese sentido, el líder del Centro de Transformación Digital de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), **Jaime Montenegro**, proyecta

que las ventas online crecerán **10 %** en el mes del amor y la amistad con respecto a febrero de 2023.

“Este incremento se ve impulsado por la expansión tecnológica de las empresas y la creciente confianza del consumidor en las compras en línea. Además, se debe considerar que el público más involucrado en una fecha como la de San Valentín, es de jóvenes y adultos jóvenes, para quienes existen mayores niveles de preferencia por las compras online”, precisa el especialista.

En cuanto al ticket promedio de compras vía e-commerce para San Valentín, Montenegro revela que se estima un monto entre los **S/ 170 y S/ 210**.

“Para la campaña de San Valentín en el mercado de comercio electrónico peruano, las categorías de mayor demanda suelen estar alineadas con la naturaleza sentimental y personal de la celebración. Tradicionalmente, los regalos más populares incluyen arreglos florales, joyas, chocolates gourmet y dulces, perfumes, tarjetas y experiencias personalizadas como cenas o actividades especiales para crear recuerdos duraderos”, detalla.

Montenegro añade que estas categorías se ven potenciadas por la conveniencia de la compra online, la variedad de opciones disponibles y la posibilidad de personalización y entrega a domicilio, lo que las hace particularmente atractivas para los consumidores que buscan regalos especiales para sus seres queridos.

Con respecto a las estrategias comerciales, el experto de la CCL indica que las empresas deberían enfocarse en estrategias de venta online adaptadas a sus capacidades digitales.

“Esto implica optimizar la experiencia de usuario en dispositivos móviles, aprovechar las redes sociales y el

contenido de valor para construir una comunidad leal, personalizar la experiencia de compra y ofrecer un servicio al cliente excepcional”, explica.

Además de ello, Montenegro resalta que el **email marketing segmentado**, promociones especiales para fechas como San Valentín, opciones de pago seguras y variadas y una logística de entrega eficiente son elementos clave para impulsar las ventas y mejorar la satisfacción del cliente.

Retail y centros comerciales

Los centros comerciales del país esperan que sus ventas crezcan hasta en **5 %** durante la semana de celebración de San Valentín (entre el 11 y el 17 de febrero), versus similar periodo de 2023, llegando a facturar un promedio de **S/ 580 millones**, según estimación del Gremio de Retail y Distribución de la CCL.

Los productos con mayor demanda en los centros comerciales son las **flores, chocolates y accesorios**, Además, se activan otros negocios como restaurantes y entretenimiento. Se estima que el ticket promedio de compra en los malls para esta campaña oscilará entre **S/ 190 y S/ 250**, montos mayores a los de la campaña de 2023 (entre S/ 100 y S/ 150).

Así, se estima que gracias a San Valentín las ventas de los centros comerciales en febrero ascenderán a unos **S/ 1 500 millones**, cifra que representa el **8 %** de lo que mueven anualmente los centros comerciales.

Como puede verse, San Valentín no solo es una celebración del amor, sino también una oportunidad para impulsar los negocios en diversos sectores. ¡Prepárese para una temporada llena de romance y oportunidades comerciales!

LEER MÁS:

Frases cortas por San Valentín para dedicar a los clientes de tu negocio este 14 de febrero