

Día de las Madres 2023: mexicanos ahorran para regalos y comprarán más



Con el fin de conocer el **pulso del consumidor** en el marco del **Día de las Madres 2023**, el [Centro de Comercio Detallista de la Escuela de Negocios](#) del [Tec de Monterrey](#) realizó un estudio encabezado por las profesoras investigadoras **Margarita Orozco** y **María Lucila Osorio**.

Este estudio arroja que el **83 %** de las personas encuestadas **comprará regalos para más personas que el 2022**, que demuestra una recuperación tras la pandemia del COVID-19, y pese a la inflación; además, el **61 %** dijo que **ahorró** para la compra de regalos.

*"Este es el segundo estudio que realizamos en tiempos recientes. Se preocupa por tener a disposición de los detallistas **información confiable y actual**, de lo que está pasando en el mercado",* expresó Osorio.

*"Estos reportes se llaman el **pulso del consumidor**. Es un trabajo de meses. Se hicieron estudios previos hasta que refinamos el cuestionario y lo lanzamos en grande para asegurarnos de tener una **representatividad nacional**, y ahora compartimos el reporte",* agregó.

En [CONECTA](#) te presentamos **6 resultados** del estudio [Comportamiento de compra del día de Madres 2023](#).

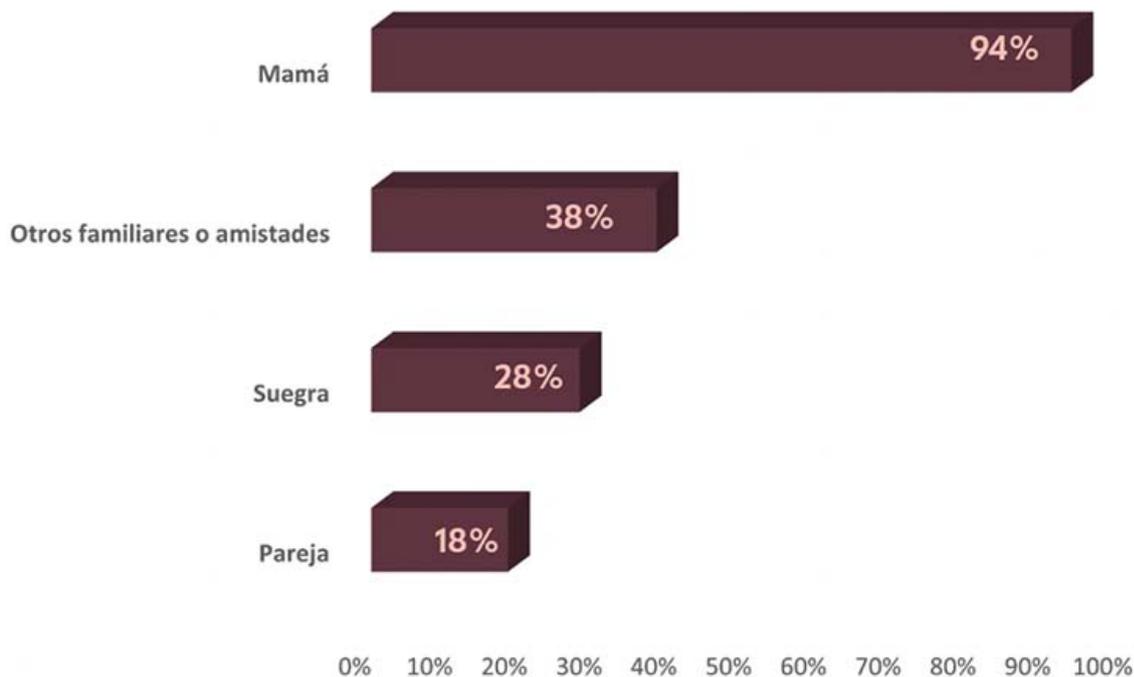


/> width="900" loading="lazy">

1. Se esperan más compras este año

El **83 %** de los encuestados expresó que en este año **comprará más obsequios** para más personas en relación con el 2022.

El **94 %** serán la propia madre la destinataria del regalo comprado, aunque también aparecen regalos a otras figuras maternas importantes como **abuelas, suegras y parejas**.



Gráfica 3. Destinatarias de compras de regalos para el Día de las Madres

Nota: Los porcentajes denotan la proporción de encuestados que pretenden comprar regalos a cada persona señalada. Base 312 participantes.

/> width="900" loading="lazy">

2. Ahorran para comprar el regalo

El **61 %** de las personas informó que realizó **un ahorro** para adquirir los obsequios, sin embargo, un **17 % expresó que utilizarán la tarjeta de crédito** aprovechando el diferimiento a meses sin intereses, en el que el 87% de la población entre 30 y 39 años prefiere esta opción.

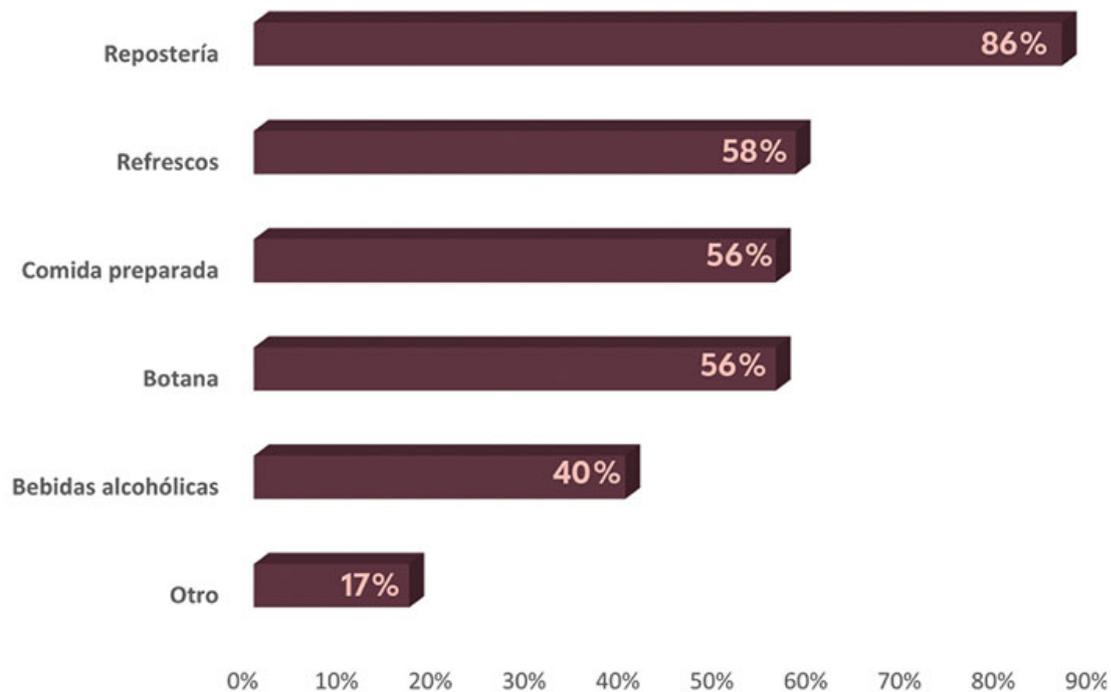
Según el estudio, el **6% de las personas encuestadas** realizó sus **compras con antelación** y lo hizo, principalmente, durante el mes de marzo.

3. ¿Cómo se festeja el Día de la Madre?

El **86 %** de las personas encuestadas aseguró que **festejará el Día de las Madres** mediante la compra de un regalo (73%), en un restaurante (43%) u organizando una comida o cena en casa (44%).

El estudio señala que la **comida familiar en casa** representa una oportunidad para los autoservicios y tiendas, ya que se comprarán bebidas, repostería, comida preparada, entre otros.

Además, el **74 % le gusta o le gusta mucho** este festejo; y **26 % dice estar más emocionado** que en años anteriores.



Gráfica 2. Categorías de compra para comida de celebración del Día de las Madres

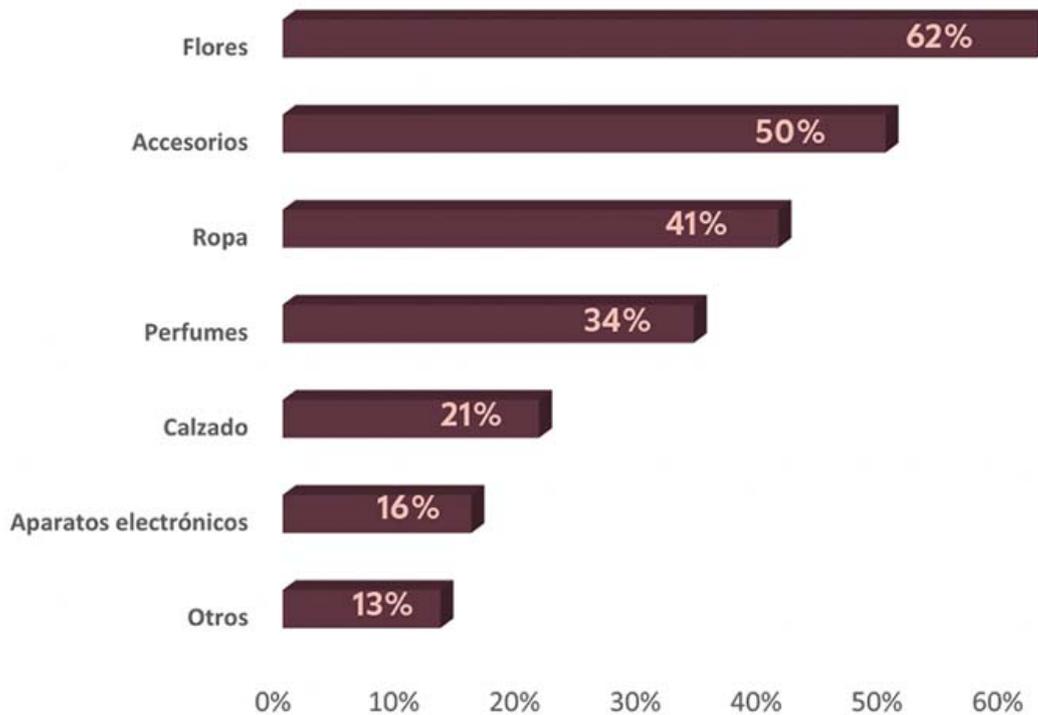
Nota: Los porcentajes denotan la proporción de encuestados que pretenden comprar productos dentro de cada categoría. Base 429 participantes.

/> width="900" loading="lazy">

4. Las flores, el regalo más buscado

Las flores son el regalo preferido por los encuestados, pues el 62 %, dará dicho regalo de Día de las Madres, también destacan los accesorios, ropa, perfumes y calzado.

El estudio recomienda a los comercios minoristas el implementar **estrategias de promoción cruzada** con **productos florales**.



Gráfica 4. Categorías con mayor intención de compra para el 10 de Mayo

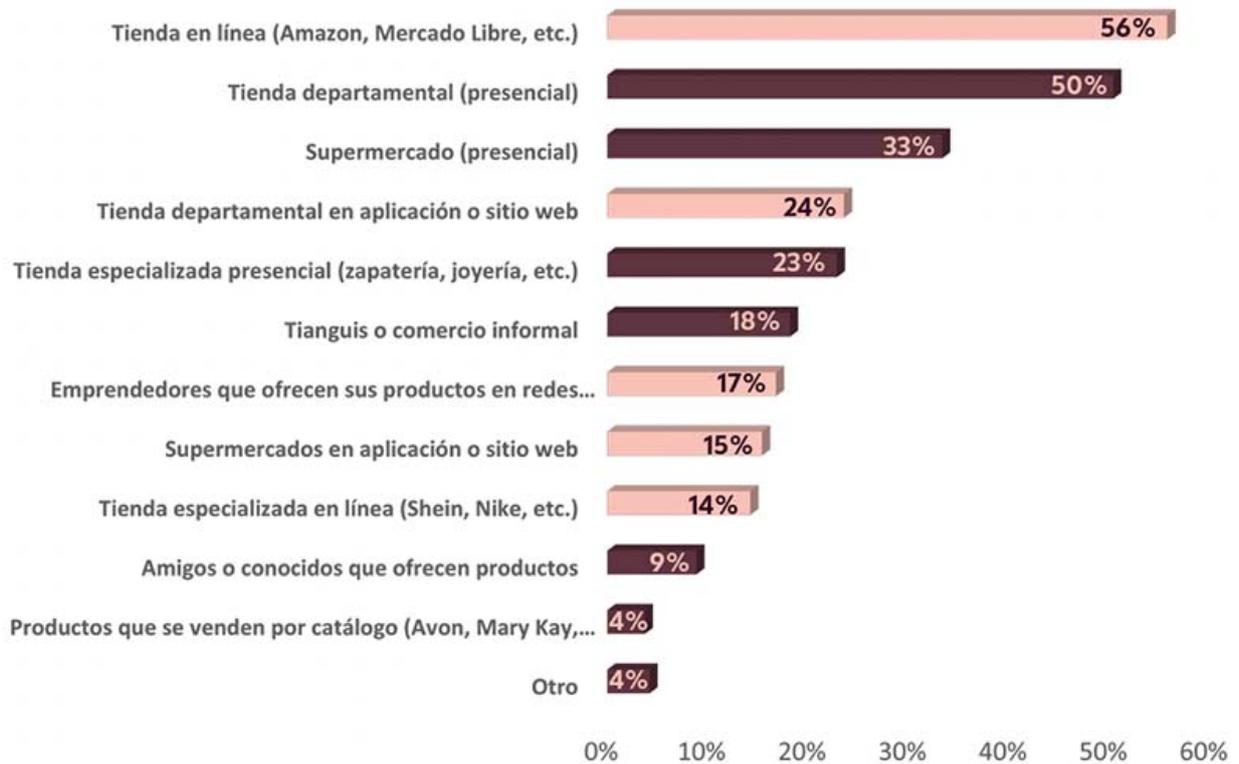
Nota: Los porcentajes denotan la proporción de encuestados que pretenden comprar cada categoría. Base 312 participantes.

/> width="900" loading="lazy">

5. Más compras en línea que presencial

El **56 %** de las personas encuestadas externaron que **comprarán en tiendas en línea los regalos para mamá**, mientras que el **50 %** en tiendas departamentales de manera presencial.

Cabe destacar que el **20 %** contempla la adquisición de obsequios en el **comercio informal, como tianguis o bazares**.



Gráfica 5. Canales preferidos para realizar compras para el Día de las Madres

Nota: Los porcentajes denotan la proporción de encuestados que pretende utilizar cada uno de los canales. Base 439 participantes.

/> width="900" loading="lazy">

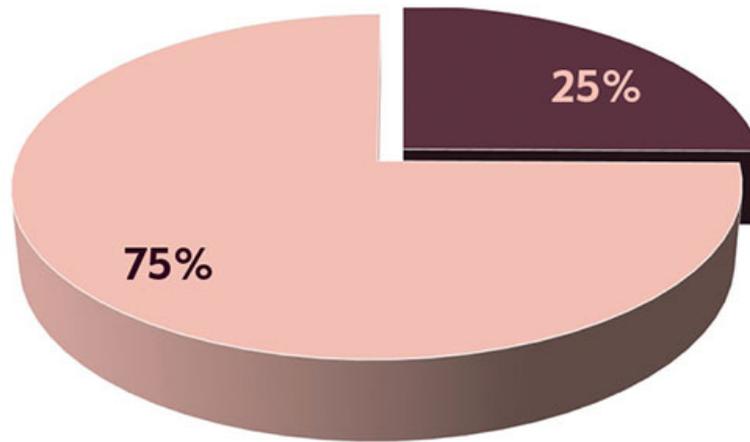
6. Compras en línea vs compras presenciales

Según el estudio, al preguntar si realizarán en línea al menos una parte de sus compras para el Día de las Madres, el **75 %** de las personas encuestadas respondió que sí.

Las razones para optar o no por los canales digitales van desde el ahorro de tiempo, comodidad, hasta variedad, ofertas o precios más bajos.

En personas entre los 30 y 39 años, la tendencia de comprar en línea es a través de plataformas como **Amazon y Mercado Libre**.

Las **razones por no comprar en línea** se deben principalmente a entrega fuera de tiempo, no poder evaluar de forma tangible el producto, desconfianza, entre las principales razones.



■ No piensa comprar en línea ■ Piensa comprar en línea

Gráfica 6. Intención de compra en línea

Nota: Los porcentajes denotan la proporción de encuestados que realizará al menos una parte de sus compras en línea. Base 439 participantes.

/> width="900" loading="lazy">

Método del estudio

Este reporte fue generado a partir de un sondeo, en el que su muestra fue aleatoria a través de un **cuestionario anónimo distribuido en línea** durante la última semana de **marzo del 2023**.

Se analizaron **502 respuestas representativas** de la población mexicana adulta en términos de edad, género y zona geográfica, perteneciente a los **niveles socioeconómicos C- en adelante**, de acuerdo al censo de 2020.

El nivel socioeconómico C- tiene un ingreso promedio mensual de **\$19 mil 900 pesos**. Representa al **14 %** de la población mexicana.

“(Este estudio) se preocupa por tener a disposición de los detallistas información confiable y actual”.- Margarita Orozco

El impacto del 10 de Mayo en la economía mexicana

El impacto económico del Día de las Madres es significativo para la economía mexicana, ya que genera empleos temporales y aumenta el movimiento del mercado interno.

Según datos de la [Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo](#) (Concanaco Servytur) en el 2022, la **derrama económica** por esta fecha fue de **\$62 mil 400 millones de pesos**.

Acerca del Centro de Comercio Detallista

Lucila Osorio habló sobre la misión del **Centro de Comercio Detallista** del Tec de Monterrey.

*“Es una entidad que su misión es **promover el comercio detallista en nuestro país y en Latinoamérica**, nuestra audiencia principal al ser una institución educativa, pues son nuestros estudiantes, y contribuimos a la industria del comercio detallista a través de preparar al mejor talento.*

*“Tenemos también otra audiencia que son nuestros profesores, entonces el Centro contribuye a la **capacitación y desarrollo de los profesores**, que son los que están preparando a este talento”,* explicó.

Finalmente, comentó que el **Centro de Comercio Detallista** espera ser una guía para la industria al brindarles información y análisis sobre cómo se mueve el mercado y lo que el consumidor busca.

LEE TAMBIÉN: