

# Flores, confitería y joyería: los comercios ganadores del Día de la Madre 2025

**DATO.** Según Transbank, el horario de mayor actividad para las florerías se concentró entre las 12:00 y 14:00 horas del 11 de mayo.

## Redacción

**D**urante el Día de la Madre 2025, los arreglos florales lideraron las ventas con un notable crecimiento, seguidos por confiterías (+141%) y joyerías (+51%), según reveló Transbank. El análisis de la compañía referente en la industria de medios de pago, que compara la semana festiva del 5 al 11 de mayo con la semana anterior del 28 de abril al 4 de mayo, reveló un notable dinamismo en el comercio nacional, con un incremento del 10% en las ventas totales y un 14% en el número de transacciones durante la semana analizada.

“El comportamiento del consumidor durante el Día de la Madre 2025 refleja una clara preferencia por los regalos tradicionales, con un repunte significativo en rubros emblemáticos como los arreglos florales, confiterías y joyerías. Los datos nos muestran que el sábado 10 de mayo fue el día clave, con peaks de compra en florerías donde el monto total de ventas



REGALAR FLORES ES UNA TRADICIÓN QUE SE ARRASTRA POR AÑOS Y AÑOS.

aumentó hasta seis veces en comparación a las de días previos, mientras en joyerías las transacciones aumentaron un 120%”, afirmó Andrés Figueroa, Gerente de la División de Negocios y Productos de Transbank.

### FLORES: REGALO FAVORITO

Así, los datos evidencian que las flores se consolidaron como el regalo favorito, disparando sus transacciones en un 182% y

sus ventas en un 230% en comparación con la semana anterior. El análisis también mostró que el horario de mayor actividad para este tipo de tiendas se concentró entre las 12:00 y las 14:00 horas del domingo 11 de mayo, evidenciando un patrón de compra de último momento para este tipo de regalo.

Las confiterías y bomboneerías también experimentaron un notable crecimiento, con un

aumento de 73% en transacciones y 141% en ventas, ubicándose como la segunda opción más popular para celebrar a las madres. Por su parte, las joyerías y relojerías completaron el podio de los rubros más destacados, con incrementos de 42% en transacciones y 51% en ventas al analizar la semana festiva con la anterior.

A pesar del auge del e-commerce en los últimos años, el

análisis demostró una clara preferencia por la experiencia de compra física. El canal presencial concentró el 94% de todas las transacciones durante la semana de esta celebración, creciendo un 16% respecto a la semana previa. “Este comportamiento sugiere que, para fechas especiales como el Día de la Madre, los consumidores valoran la experiencia tangible de seleccionar personalmente sus regalos. Sin embargo, es importante destacar los casos de éxito digital en rubros específicos como florerías y confiterías, que lograron crecimientos superiores al 200% en sus plataformas no presenciales”, explicó el ejecutivo.

### DÉBITO

En cuanto a los medios de pago utilizados durante esta fecha, el análisis destacó que el débito se mantiene como la opción dominante, concentrando el 76% del total de transacciones, incluyendo prepago. Las tarjetas de crédito, en tanto, registraron el mayor crecimiento transac-

cional (18%), aumentando su participación del 21% al 22%.

### DÍAS PARA REALIZAR COMPRAS

Respecto a los días favoritos para realizar las compras, el sábado 10 de mayo se consolidó como el día de mayor actividad comercial para casi todos los rubros analizados. Durante ese día, las confiterías y joyerías registraron su mayor afluencia entre las 12:00 y las 14:00 horas, mientras que el retail y las pastelerías concentraron su peak de ventas por la tarde, entre las 17:00 y las 19:00 horas.

“Considerando que el canal presencial concentra la gran mayoría de las transacciones, recomendamos a joyerías y confiterías reforzar su atención sobre todo alrededor del mediodía del sábado, y al retail y pastelerías prepararse para el peak de la tarde de ese día. Contar con soluciones de pago simples y confiables es clave para que cada comercio logre capitalizar esta demanda y transformarla en crecimiento real”, dijo Figueroa. ☞