

Tendencias de Consumo

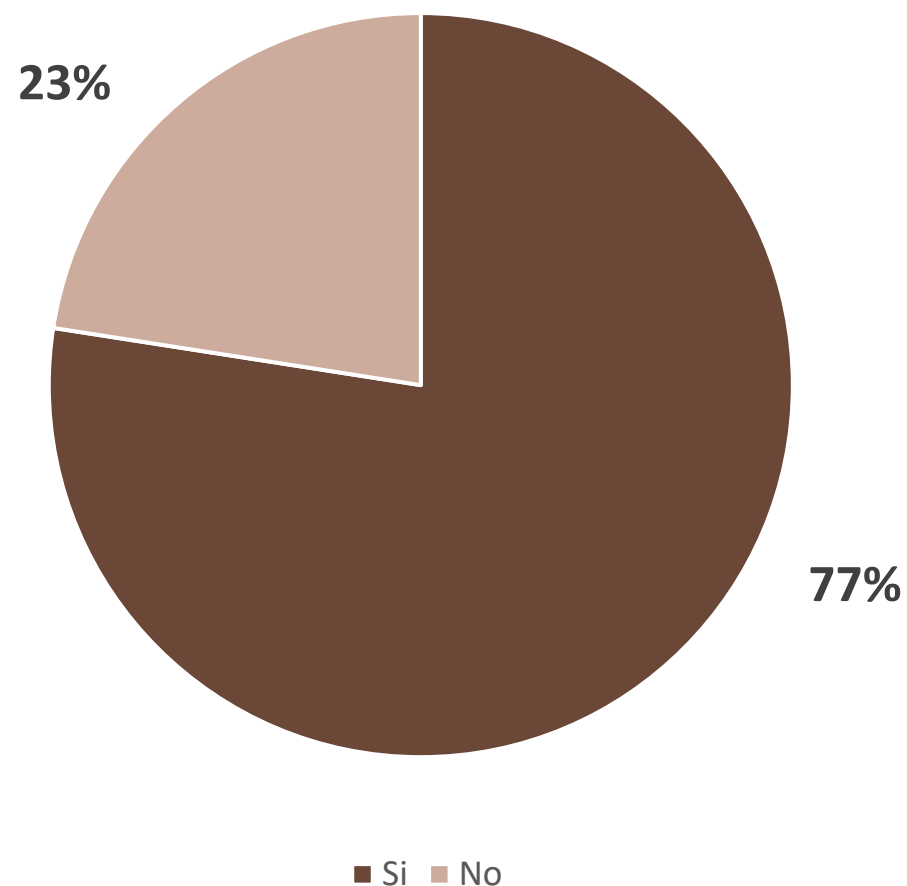
Día de la madre 2026



- En el marco de la celebración del **Día de la Madre 2026**, la **Cámara de la Economía Digital del Uruguay** y la **Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay**, realizaron en conjunto un nuevo relevamiento con el objetivo de conocer en detalle el comportamiento del consumidor en estas fechas comerciales.
- **Período de relevamiento:** 11/05/2026 – 18/05/2026
- **Cantidad de respuestas recibidas:** 590, a través de formulario online.

Principales Resultados

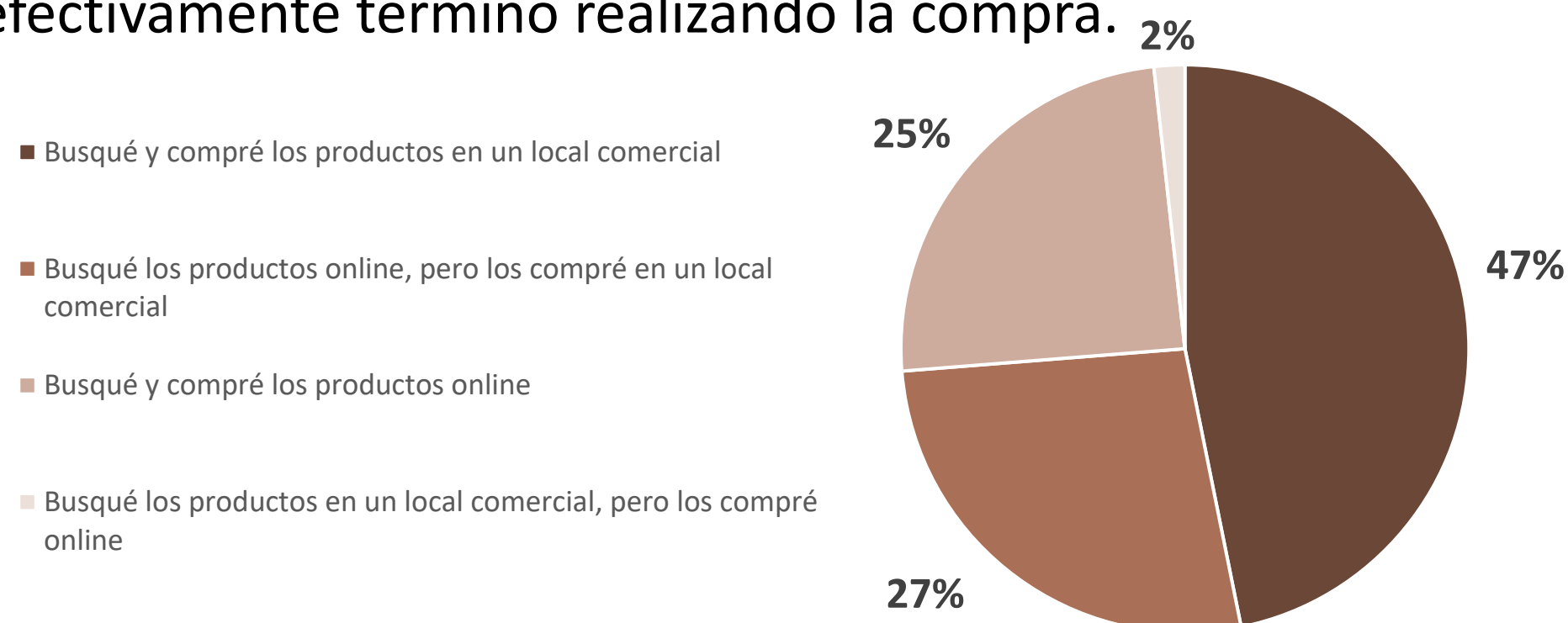
- Ante la consulta acerca de si celebra el Día de la Madre, el 74% del total de las personas que formaron parte del relevamiento declararon hacerlo siempre, mientras que un 18% lo hace a veces, y un 8% nunca.
- Asimismo, el 77% de los encuestados manifestaron haber comprado efectivamente algún regalo para este día, mientras que el 23% restante no realizó ninguna compra.
- Al comparar con los resultados alcanzados en años anteriores, en esta oportunidad se destaca una mayor participación tanto en lo que refiere a la celebración como a la compra de regalos para la ocasión.



¿Ha comprado algún regalo para el Día de la Madre 2026?

Principales Resultados

- Entre aquellas personas que sí compraron algún regalo, el 47% buscaron y compraron los productos en un local comercial. Asimismo, si bien un 27% buscó los productos online, finalmente compró el regalo en un local comercial. De esta forma, el 74% de las personas compraron el regalo en un local comercial.
- Por su parte, la opción de buscar y comprar los productos online, alcanzó el registro del 25%. Y sólo el 2% buscó los productos en un local comercial, pero efectivamente los terminó comprando de manera online. De esta forma, y con resultados prácticamente incambiados respecto al año anterior, el 27% de las compras se realizaron a través del canal digital.
- Asimismo, una vez más se destaca la incidencia del canal digital en el proceso de búsqueda del regalo, dado que el 51% de los encuestados utilizó el canal digital justamente para ver diferentes opciones de regalos, más allá de dónde efectivamente terminó realizando la compra.

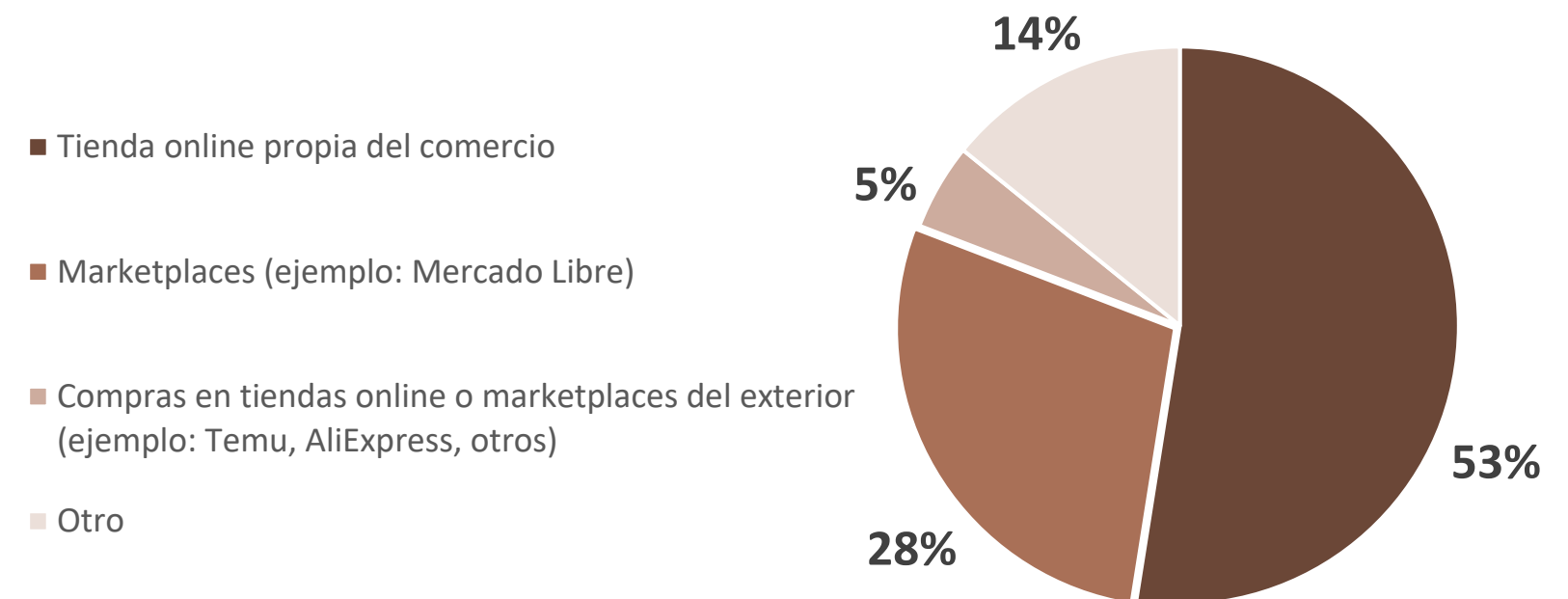


*¿A través de qué medios buscó y compró los productos en ocasión del **Día de la Madre 2026?***

Principales Resultados

- En relación a aquellas personas que compraron el regalo en un local comercial, se destaca la participación de los locales comerciales ubicados en los Shoppings, que alcanza un guarismo del 46% (7 p.p. por encima del registro del año anterior). Por su parte, los locales comerciales de las principales avenidas alcanzaron una participación de 35%. Tanto las compras en Supermercados como en Otros lugares, registran una participación relativamente menor (10% en cada caso). Dentro de los restantes casos, las respuestas más frecuentes son florerías, confiterías del barrio y emprendimientos artesanales.
- Entre las personas que compraron en el canal online, el 53% realizó la compra en la tienda online propia del comercio (cifra por debajo del registro del año anterior que había sido de 58%), seguido por las compras realizadas en diferentes marketplaces locales, con una incidencia del 28% (también por debajo del registro del año anterior, de 31%). Los marketplaces internacionales ganaron participación, aunque aún es relativamente baja, alcanzando el 5%. Y en el caso de Otros (14%) se destacan las redes sociales como mayor lugar de compra online.

*¿Podría especificar en qué tipo de espacio online realizó la compra para el **Día de la Madre 2026?***

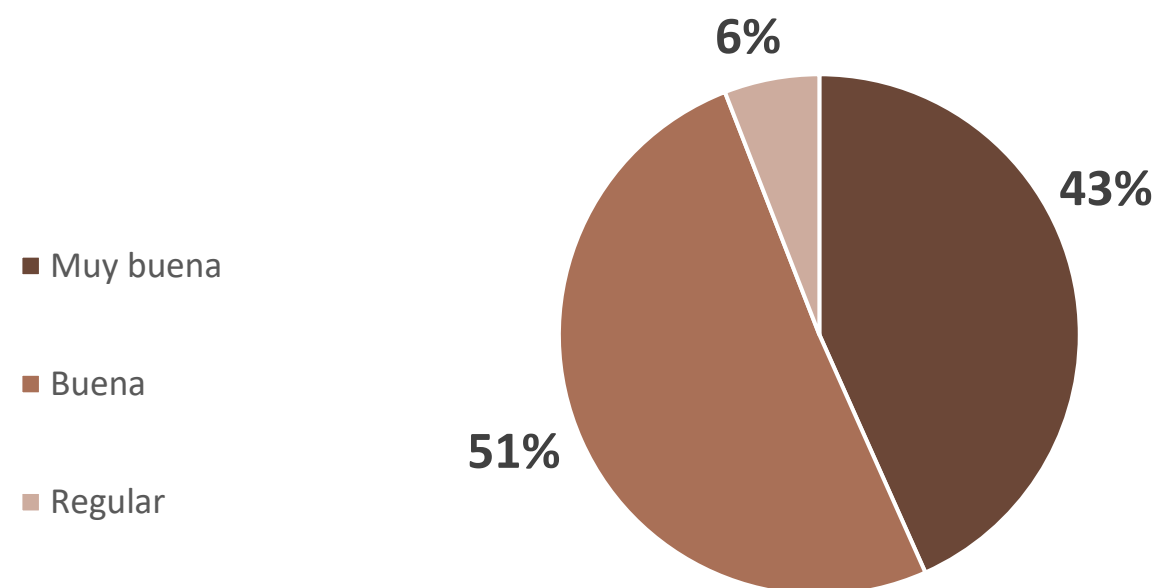


Principales Resultados

- Del total de personas que sí compraron algún regalo, el 51% de ellas realizaron la compra una semana antes de la fecha de la celebración, mientras que el 44% compró el día previo. Al comparar estos resultados con los del año anterior, se observa una mayor concentración de la compra de los regalos en las 24hs previas a la celebración, pasando de un 39% al 44% actual.
- En cuanto al gasto promedio por regalo, las respuestas nuevamente se dividieron de forma relativamente equitativa entre los diferentes rangos propuestos, con cierto destaque de la categoría superior a \$2.000, la cual tuvo una incidencia del 38% (incluso por encima del resultado del año anterior: 34%), el resto de las categorías se mantuvo en el entorno del 20%.
- Respecto a la consulta sobre si cambió su presupuesto total destinado a la compra de regalos entre ambos años, el 57% de los encuestados establecieron que el presupuesto se mantuvo incambiado. Mientras que un 27% aumentó el presupuesto respecto al año anterior, un 18% lo disminuyó. Se destaca un aumento de los guarismos, tanto en lo que refiere a mantener o disminuir el presupuesto, en detrimento de los que efectivamente aumentaron su presupuesto.
- En referencia a los medios de pago utilizados nuevamente se destaca el uso de la tarjeta de crédito con una incidencia del 54%, seguido por la tarjeta de débito, que aumenta además su participación, alcanzando el 31% (27% año anterior), y por su parte el uso del dinero efectivo cae en su participación del 14% al 9%.

Principales Resultados

- Dentro de las categorías de productos comprados, nuevamente Vestimenta, calzado y/o accesorios fue el más elegido, seguido del rubro Perfumería y cosmética. Con menores niveles de participación se posicionaron Artículos para el hogar y decoración, Joyerías y accesorios y Artículos electrónicos.
- En el momento de la decisión de compra, entre los factores más influyentes se destacan por orden de incidencia, el precio, seguido por la utilidad y calidad del producto regalado. Factores como la marca y el tipo de materiales utilizados tienen una menor incidencia.
- Finalmente, respecto a la evaluación de la experiencia de compra, el 43% de los encuestados la califica como muy buena, mientras que un 51% establece que la misma fue buena, lo cual demuestra un alto nivel de satisfacción por parte de los consumidores, al igual que en ediciones de años anteriores. Finalmente, sólo un 6% califica a la experiencia de compra como regular.



*¿Cómo calificaría su experiencia de compra en el **Día de la Madre 2026?***

Tendencias de Consumo

Día de la madre 2026



- Agradecemos especialmente a todas aquellas personas que formaron parte de dicho relevamiento y se tomaron el tiempo para contestar la encuesta.
- En caso de consultas o requerir mayor información, por favor contactarse con los siguientes referentes:

Cámara de Economía Digital del Uruguay: contacto@cedu.org.uy

Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay: info@cncs.com.uy