[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 30/08/2024

# [Chicco abraza a las nuevas generaciones de padres](http://www.notasdeprensa.es)

## La marca está evolucionando para entender y apoyar a nuevos padres en México

En el mundo en constante evolución del marketing, es fundamental que las empresas se mantengan al día con las tendencias emergentes y las cambiantes preferencias del consumidor. Una marca que ha decidido dar un giro es Chicco, una marca de gran tradición y experiencia que ahora busca llegar a las generaciones más jóvenes. Alfredo Lafuente, Director General de Chicco México señala: "a lo largo de 13 años que la marca ha tenido presencia directa en el país, consolidándose  como la más influyente del mercado, Chicco es líder en el mercado, no sólo en México, sino internacionalmente, es una marca italiana dedicada, con el compromiso a la calidad y las necesidades de los consumidores y de las familias". Estadísticas muestran que el grueso de la población en México va de los 10 a los 40 años aproximadamente, lo que indica que el consumidor mexicano es joven y ha   crecido en un mundo saturado de tecnología, con acceso instantáneo a información y redes sociales. Esto ha dado forma a sus intereses y preferencias de manera única. Estas nuevas generaciones valoran la autenticidad, la inclusión y la sostenibilidad, además de ser conscientes de las cuestiones ambientales y sociales, lo que los lleva a apoyar a marcas que reflejen sus valores y muestren un compromiso genuino con el mundo que les rodea. Además, valoran la individualidad y la expresión personal, y buscan marcas que les permitan ser ellos mismos. Hoy los padres jóvenes se muestran preocupados por el medio ambiente y buscan productos para bebés que sean ecológicos y sostenibles, como pañales reutilizables, productos de cuidado orgánicos y juguetes reciclables. Además, valoran productos que sean versátiles y multifuncionales, como cochecitos de bebé que se convierten en asientos de automóvil o cunas portátiles que se pueden usar en diferentes situaciones y buscan actividades y juguetes que promuevan el aprendizaje temprano y el desarrollo cognitivo de sus hijos. En familias donde se hablan múltiples idiomas o se siguen distintas culturas, existe una necesidad de recursos y productos que reflejan esta diversidad. Chicco es una marca con presencia en 120 países que durante 60 años se ha acercado a los padres para conocer y entender sus necesidades, hoy sabe que estos nuevos padres y madres buscan productos apegados a su forma de ver y entender la vida, así como compatibles con su estilo de crianza. La marca italiana líder en productos para niños está cambiando y se quiere asegurar de que los padres sientan apoyo en cada paso, permitiéndoles amar aún más su viaje, ayudándolos a hacer las cosas a su manera, por ello, adopta el lema "Live It. Love It"  Bajo este nuevo lema Chicco expresa el compromiso de una empresa que siempre está junto a los padres, acompañándolos en el viaje que comienza con el nacimiento de un hijo: un sólido apoyo, respondiendo a las necesidades de los padres con los productos y soluciones más adecuados y alentándolos a vivir libremente y disfrutar de su papel.  Todo este cambio se ha empezado a ver también reflejado en sus tiendas, que tienen un nuevo diseño pensado para favorecer al máximo la interacción no sólo con los productos, sino también con otros padres y con expertos. Este enfoque permite que los padres compartan sus historias y necesidades, recibiendo consejos prácticos y útiles que realmente pueden marcar la diferencia en su vida diaria. Erika Dubeibe, Gerente de Retail, indica que "este es un cambio importante en la marca, porque se busca ofrecer una experiencia diferenciada de compra a todos clientes, las nuevas tiendas están diseñadas con las mejores prácticas del retail italiano con un diseño ergonómico y cómodo en donde los papás y los niños disfruten su experiencia de compra", expresó. Este 2024 Chicco ha empezado a renovar sus tiendas como la de Perisur, Andares y sus demás puntos de venta físicos, lo que marca el comienzo de un nuevo capítulo para muchas familias con un enfoque integral, que combina productos de alta calidad con servicios y un entorno acogedor para atender las necesidades de los padres modernos.

**Datos de contacto:**

Contacto

Lithiumpr

5529396819

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/chicco-abraza-a-las-nuevas-generaciones-de](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Marketing Consumo Jalisco Ciudad de México

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)