

¡MÁS QUE UNA FECHA!

DÍA DEL AMOR Y LA AMISTAD EN COLOMBIA

¿Sabías que en 2024 el 70 % de los residentes de Bogotá celebraron el Día del Amor y la Amistad?

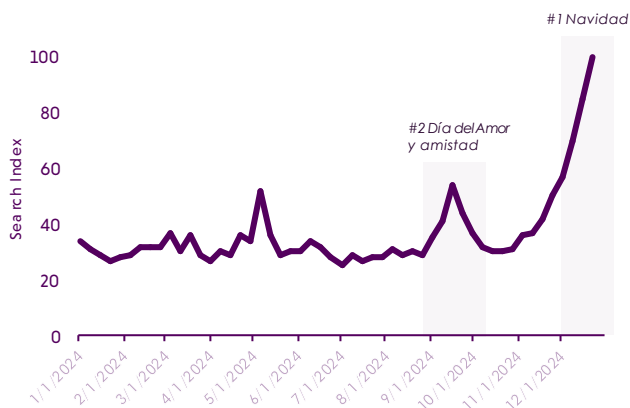


Tercer sábado de septiembre



Colombia celebra San Valentín en septiembre, ya que febrero trae fuertes gastos familiares después de Navidad y las compras de regreso a clases.

TENDENCIAS DE BÚSQUEDA DE REGALOS



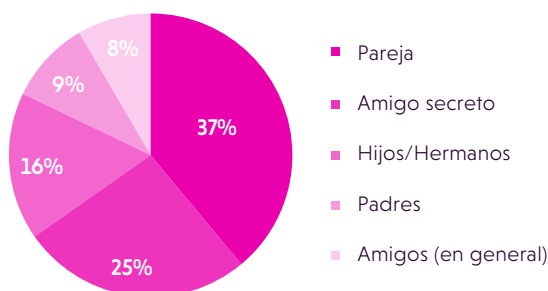
80%

de los colombianos festeja este día, convirtiéndolo en la segunda **fecha comercial** más importante del año, solo después de Navidad.

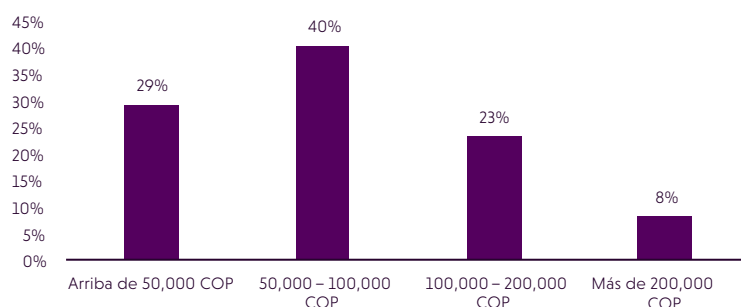


HÁBITOS DE REGALO

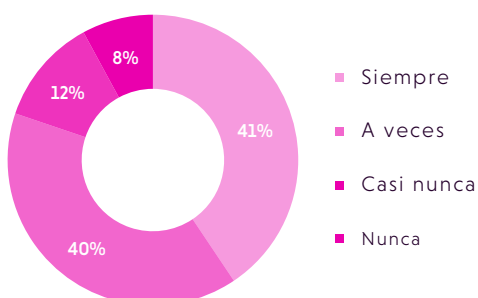
CATEGORÍAS DE DESTINATARIOS DE REGALOS



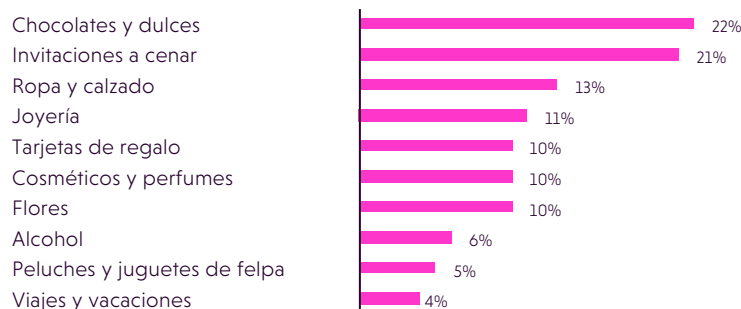
GASTO PLANIFICADO EN REGALOS



EFFECTO DE LOS DESCUENTOS EN LAS COMPRAS



CATEGORÍAS DE REGALOS MÁS COMPRADAS



CELEBRANDO CONEXIONES: AMIGO SECRETO

Más de la mitad de quienes celebran esta festividad son **mujeres**, y el **44,5 %** **tiene entre 18 y 34 años**. Las encuestas muestran que alrededor del **32 %** **de los colombianos** participó en un intercambio de Amigo Secreto en el trabajo o entre amigos en 2023, cifra que aumentó a cerca del **60 % en 2024**.



AMOR Y AMISTAD, IMPULSANDO EL CONSUMO

25%

De aumento del gasto promedio en el **fin de semana** de Amor y Amistad 2024.

30%

De aumento en las ventas **minoristas** frente a un fin de semana normal.

20%

De las **ventas anuales** de dulces se generan gracias a **Amor y Amistad**.



Más de 6.000 comercios ampliaron sus horarios de atención durante esta celebración, ofreciendo descuentos y actividades especiales que impulsaron las ventas.

PLATAFORMAS DE MEDIOS MÁS EFECTIVAS

56%

REDES SOCIALES

20%

PUBLICIDAD ONLINE

15%

TELEVISIÓN

5%

PRENSA IMPRESA

4%

RADIO



Las **redes sociales** son el canal principal para interactuar con los celebrantes, mientras que la **publicidad en línea** y en **televisión** también influye en **sus decisiones de compra**.

PRIORIZAR PUNTOS CLAVE REGIONALES

Las marcas deben priorizar las regiones con **mayor índice de búsqueda** como **Guainía, Vichada, Guaviare, Arauca y Norte de Santander**, donde el interés alcanza su punto máximo durante Amor y Amistad. **Adaptar las creatividades y realizar campañas geolocalizadas** en estas zonas **maximizará el engagement** y generará mejores resultados.

CONECTAR CON AUDIENCIAS CLAVE

Más de la mitad de los celebrantes son **mujeres**, y el **44,5 %** **tiene entre 18 y 34 años**, lo que convierte a este grupo en una **audiencia prioritaria**. Las marcas deben enfocarse en este segmento combinando **atributos demográficos (edad, género)** con **señales de comportamiento** como búsquedas de regalos, compras en línea e interacción en redes sociales.

PROMUEVE OFERTAS VIGENTES

En Colombia, el **87% de las compras online** se realizan desde **dispositivos móviles** y más del **80% de los consumidores** consideran los **descuentos** al comprar.

Para captar la demanda en el **Top of the Funnel (parte alta del embudo)**, recomendamos campañas de awareness en **CTV y Display**, y campañas en **Meta** para convertir ese awareness en audiencias con alta intención de compra.