**¿Cómo el marketing puede crear un día nacional y su impacto en las marcas?**

**Santiago de Chile, 04 de marzo de 2025. –** Cada día del calendario parece estar marcado por una celebración: desde el Día de la Margarita hasta el Día del Café o incluso el Día de las Papas Fritas. Pero ¿alguna vez te has preguntado cómo nacen estas fechas y cómo pueden convertirse en una estrategia de marketing efectiva para marcas, productos y servicios?

Lejos de ser simples efemérides, estas fechas tienen el poder de generar conversaciones, conectar con audiencias y posicionar marcas en la mente del consumidor. De acuerdo con Aldo Hernández, Coordinador Editorial en [***another***](https://another.co/?utm_source=Marketing+Day+Chile&utm_medium=Marketing+Day+Chile&utm_campaign=Marketing+Day_Chile), agencia de comunicación estratégica con la mayor oferta de servicios en América Latina, no es casualidad que el marketing esté ganando cada vez más espacio en el calendario, y las marcas que saben capitalizarlo pueden transformar estas celebraciones en oportunidades clave para impulsar su negocio.

**¿Cómo se crea un Día Nacional o Mundial?**

En algunos países, los días nacionales se establecen por resoluciones gubernamentales o proclamaciones presidenciales. Sin embargo, muchas de las festividades que vemos en redes sociales nacen de movimientos culturales, iniciativas de marcas o campañas de marketing bien ejecutadas.

Existen varios caminos para establecer un día conmemorativo:

* **Aprobación oficial:** Algunas fechas son establecidas por el Congreso o un organismo gubernamental debido a su relevancia cultural o social.
* **Proclamación presidencial:** Algunas fechas importantes, como el Día de la Independencia o el Día Internacional de la Mujer, son declaradas oficialmente por mandatarios.
* **Movimientos de base y redes sociales:** Muchas festividades surgen de iniciativas personales o campañas virales que logran captar la atención del público.
* **Organizaciones y asociaciones:** Ciertos días son impulsados por marcas o asociaciones con el objetivo de sensibilizar sobre una causa o consolidar su presencia en la industria.

En Estados Unidos, una de las formas más populares de registrar un Día Nacional es a través de la plataforma [*National Day Calendar*,](https://www.nationaldaycalendar.com/register-a-national-day) especializada en validar y promover nuevas festividades. Marcas, emprendedores y organizaciones pueden presentar su solicitud y, si es aprobada, recibir una certificación oficial.

**¿Cómo aprovechar estas fechas en el marketing de tu marca?**

Según Hernández, si las marcas quieren sumarse a una festividad existente o incluso crear su propio Día Nacional, es fundamental contar con una estrategia bien definida para maximizar su impacto. Estas fechas pueden convertirse en herramientas de marketing poderosas, siempre que se aprovechen de manera creativa y alineada con la identidad de la marca.

* Lo primero es **conocer a tu audiencia**. Antes de participar en una celebración, asegúrate de que la festividad tenga sentido para tu marca y esté alineada con los valores e intereses de tu público objetivo. No todas las fechas son relevantes para todas las industrias, por lo que elegir con precisión es clave para generar una conexión auténtica.
* El **contenido atractivo** juega un papel esencial en la viralización de una fecha conmemorativa. Las redes sociales son la plataforma ideal para amplificar el mensaje a través de videos, infografías, desafíos interactivos y otros formatos dinámicos. Cuanto más original y participativo sea el contenido, mayor será el impacto en la audiencia.
* Las **promociones y activaciones** también pueden ser una excelente forma de generar engagement y aumentar las ventas. Desde descuentos especiales hasta eventos en vivo, crear experiencias en torno a la fecha incentiva la participación del público y fortalece el vínculo con la marca.
* Colaborar con **influencers y creadores de contenido** es otra estrategia efectiva para amplificar el alcance de la festividad. El *influencer marketing* puede ayudar a posicionar la marca en la conversación digital, llegando a nuevas audiencias y dotando a la campaña de mayor credibilidad.

Finalmente, el experto de ***another*** invita a integrar un enfoque de **storytelling**, el quepuede marcar la diferencia en el éxito de una fecha conmemorativa. Las festividades que logran perdurar en el tiempo tienen una historia poderosa detrás. Contar el origen de la celebración, vincularla con una causa o generar una narrativa emocional aumenta la autenticidad y el impacto de la campaña.

-o0o-