**Carnaval de Barranquilla ¿Cómo las marcas pueden subirse a la fiesta más importante de la región?**

**Febrero de 2023. –** Fiesta, alegría, colores, danzas, carrozas y desfiles, la cuenta regresiva terminó y se acerca el Carnaval de Barranquilla para traer sonrisas a miles de personas en la región, y con ello, las marcas y empresas pueden aprovechar las fechas para potenciar sus productos y servicios.

Este tipo de estrategias son conocidas como dayketing, porque están centradas en un día o temporalidad en específico como San Valentín o el Día de las Madres, sin embargo, las acciones de marketing en los carnavales se remontan a varios siglos en el pasado. El origen de los festivales se remonta a celebraciones paganas que fueron traídas a América por españoles y portugueses, quienes desarrollaron con los años importantes festivales en Colombia, Brasil, Argentina, Bolivia, Uruguay y Perú.

**¿Cuándo es el Carnaval de Barranquilla de 2023?**

El Carnaval de Barranquilla es una ​​fiesta catalogada como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad y para el 2023 será una celebración completamente presencial **del** **18 al 21 de febrero** con grandes eventos, celebraciones en sus barrios, comparsas, desfiles y artistas que promueven a Barranquilla y al Carnaval como un atractivo cultural y turístico nacional e internacionalmente.

Miles de bailarines y artistas participan en el evento y más de [2 millones](https://www.carnivaland.net/es/carnaval-barranquilla/#:~:text=Miles%20de%20bailarines%20y%20artistas,incluido%20el%20presidente%20de%20Colombia.) de personas, incluido el presidente de Colombia, se reúnen para celebrar a los reyes del Carnaval y vivir la alegría de la fiesta más grande de Colombia, que representa el ADN de su gente.

**Influencer Marketing: para bailar, disfrutar y mencionar marcas**

Antes de la pandemia, según [Efraín Cepeda](https://www.infobae.com/america/colombia/2020/11/04/las-perdidas-que-deja-la-cancelacion-del-carnaval-de-barranquilla/), presidente de la Intergremial, el Carnaval de Barranquilla que se realizó en febrero del 2019, movilizó $405 mil millones de pesos durante el precarnaval y los cuatro días de la fiesta, sin embargo en 2020, sólo el sector hotelero perdió más de $10 mil millones. Durante el acto de inauguración del Carnaval el pasado 20 de enero, el [Distrito de Barranquilla](https://www.barranquilla.gov.co/cultura/distrito-anuncio-recursos-por-3-300-millones-para-carnaval-2023) anunció la entrega de $3.300 millones a hacedores y operadores de la fiesta, a través del Portafolio de Estímulos del Carnaval de Barranquilla 2023, por lo que esperan ganancias superiores a los $400 mil millones de pesos.

*“El carnaval no solo estará en las calles, también en plataformas digitales y medios de comunicación, donde las marcas se pueden unir a este momento clave que de seguro ocupará la agenda pública. La emoción y expectativa puede jugar a favor de las empresas al momento de mostrar parte de sus productos y servicios, aunado a un emotivo mensaje en el marco del Carnaval”*, dijo **Paula Lezaca, Directora de** [***another***](https://another.co/) **Colombia**, la agencia global con la oferta más grande de servicios en el mercado latinoamericano.

Lezaca señaló que las estrategias digitales en el carnaval también generan impactos, por ejemplo, datos de un estudio realizado por [Comscore/Shareablee](https://www.comscore.com/por/Insights/Blog/Carnaval-2020-a-performance-dos-principais-patrocinadores-nas-redes-sociais) reveló que durante el 2020, dos años antes de la ausencia de las fiestas por el COVID-19, se registraron 165 millones de personas que fueron impactadas por algún tipo de contenido de los patrocinadores de la fiesta en redes sociales.

Paula estima que varias marcas rentarán espacios de lujo donde luzcan sus productos y servicios, o simplemente contraten a influencers para que disfruten de estos lugares con el objetivo de que sean mencionados en sus historias. Los [palcos](https://palcocarnavalquilla.com/) para asistir al Carnaval de Barranquilla están por agotarse, pues 5 de los 9 habilitados ya están Sold Out y el costo varía desde los $155.000 COP por persona hasta $335.000 COP.

**¿Qué negocios pueden aprovechar el carnaval?**

Esta edición tendrá un momento bastante visual, por el regreso a las calles de miles de personas. Esto favorece a sectores como el turismo, la hotelería, tiendas de ropa y joyería. Las tiendas online pueden dedicar estrategias con productos de temporada, o ediciones especiales que puedan ser recordadas en el carnaval 2023. También los hoteles pueden generar campañas de email marketing con el objetivo de que personas que están dudosas en viajar puedan recibir información o promociones para proceder a la compra. En cuanto a ropa, fabricar productos alusivos al festival atraerá a extranjeros como locales para ponerse a tono con las celebraciones.

-o0o-

Acerca de ***another***

Fundada en 2004 por Jaspar Eyears y Rodrigo Peñafiel, *another* es una agencia independiente que tiene como objetivo revolucionar la comunicación estratégica por medio de campañas poderosas y efectivas para posicionar diversas marcas frente a sus audiencias. *another* cuenta con servicios integrados como relaciones públicas, comunicación digital, *influencer marketing*, *social media, branding, content & inbound marketing*, creativo y diseño, y experiencias de marca. La agencia opera bajo unidades de negocio especializadas clasificadas en Belleza, Consumo, Corporativo, Entretenimiento, Lujo, Tecnología, Turismo. *another* forma parte de *Constellation Global Network* y PRORP, y ha sido reconocida con diversos premios como los SABRE Awards y los Latin American Excellence Awards. Posee oficinas en México (Ciudad de México), Argentina (Buenos Aires), Brasil (San Pablo), Chile (Santiago), Colombia (Bogotá), Estados Unidos (Florida), Panamá (Ciudad de Panamá) y Perú (Lima), con alcance en Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Puerto Rico, República Dominicana, Bolivia, Canadá, Paraguay, Uruguay y Europa.

Para más información visita [another.co](http://another.co/) y síguelos en sus redes sociales: [Facebook](https://www.facebook.com/anothercompany/), [Twitter](https://twitter.com/anotherco?lang=en), [Instagram](https://www.instagram.com/anotherco/) y [Linkedin](https://www.linkedin.com/company/anotherco/).

**Contacto con los medios (Colombia)**

**Angie Rangel**

PR Executive

(+57) 310 775 9395

angie.rangel@another.co