

Holistic Search Winners: San Valentín

Nos adelantamos a las tendencias que mueven el gasto: ROPO, "instant conversion" y nuevas prioridades Gen Z/Millennial en Ecuador.

TIMELINE DE INTENCIÓN

3-4 SEMANAS ANTES

"FASE DE INSPIRACIÓN"

Búsquedas genéricas e ideas. Activación de contenido editorial de marcas masivas.

7-10 DÍAS ANTES

"FASE DE BENCHMARKING"

Comparativa de precios y comparabilidad. Momento clave para el Retargeting.

24-48H ANTES

"INSTANT CONVERSION"

Decisión por proximidad física o delivery. Rappi y florerías locales capturan al usuario.

EFFECTO ROPO

El 82% de los consumidores ecuatorianos investiga en plataformas digitales antes de realizar la compra final en el punto de venta físico.

IMPACTO EN RETAIL:

La vitrina digital (Instagram/Catálogos) actúa como el principal cerrador de ventas, incluso si la transacción no ocurre en el carrito de compras.

74%

COMPARAN PRECIOS EN EL PASILLO

65%

BUSCAN REVIEWS EN MAPS/SOCIAL

Showrooming: Ver el producto en tienda para comprarlo online más barato.

Local SEO: Búsquedas "cerca de mí" aumentan un 300% en la semana de San Valentín.

Click & Collect: Compra online para retiro inmediato en Mall del Sol o Quicentro.

CATEGORÍAS DE CELEBRACIÓN

PLAN ROMÁNTICO

CENAS CURADAS:

Menús de autor con maridaje especializado y ambientes íntimos.

ESCAPADAS:

Alta demanda en hoteles boutique y experiencias de Glamping en la Sierra.

PLAN AMISTAD

AFTER OFFICE:

Gastropubs y bares con promociones dinámicas orientadas a grupos.

EXPERIENCIAS:

Talleres creativos, catas de vino y eventos de pintura/cerámica.

SELF-LOVE

BIENESTAR:

Retiros espirituales, sesiones de spa y kits de cuidados facial.

AUTO-REGALO:

Inversión consciente en gadgets tecnológicos o joyería de autor.

PERFILES GENERACIONALES

GEN Z (22 AÑOS)



MOTORES DE BÚSQUEDA

Predominio total de TikTok e Instagram Search sobre Google.



DRIVERS DE COMPRA

Lo "aesthetic", marcas eco-conscientes y micro-experiencias.

MILLENNIAL (30 AÑOS)



MOTORES DE BÚSQUEDA

Google Maps, sitios web oficiales y plataformas de reseñas.



DRIVERS DE COMPRA

Conveniencia, estatus premium y exclusividad en el servicio.

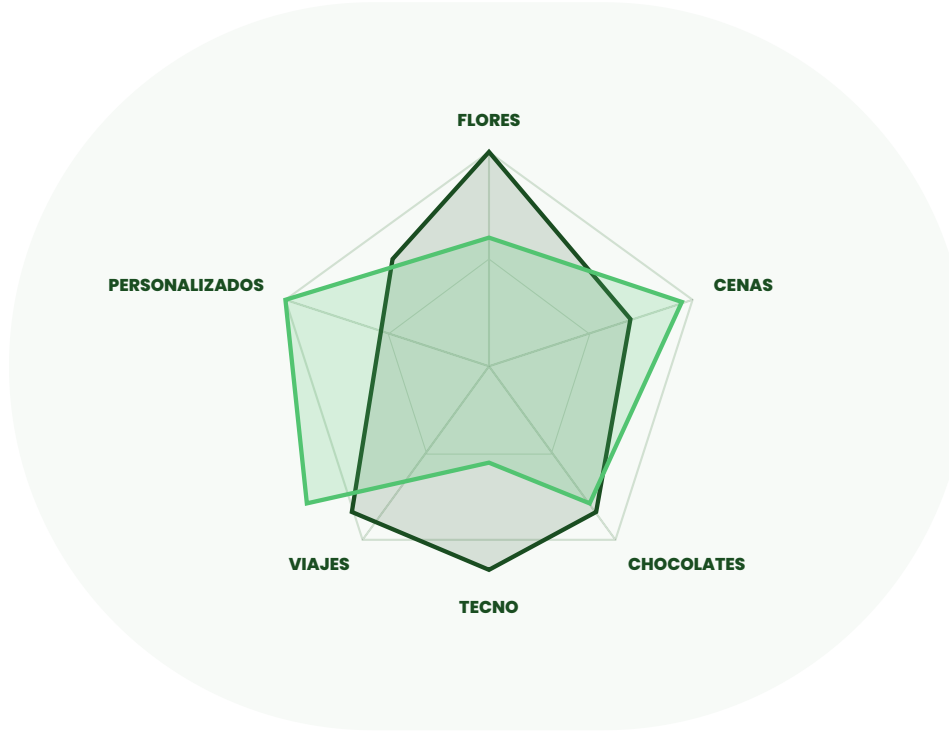
SEGMENTACIÓN DE GÉNERO E INTENCIONES

HOMBRES (BÚSQUEDA POR EFICIENCIA)

Priorizan la logística rápida, tecnología de marca y suscripciones digitales.

MUJERES (BÚSQUEDA POR CURADURÍA)

Priorizan la estética local, experiencias de bienestar y personalización detallada.



VOLUMEN DE BÚSQUEDAS

FLORES & ARREGIOS

450,000

GASTRONOMÍA

320,000

CHOCOLATERÍA

180,000

REGALOS EXPERIENCIALES

120,000

TECNOLOGÍA

115,000

MODA & ACCESORIOS

95,000

LIFESTYLE & DECOR

85,000

MODA & JOYAS

\$60-\$180

Ticket alto. Dominio de Pandora y De Prati.

TECH GIFTS

\$45-\$350

Wearables y audífonos. Líderes: iShop, Samsung.

FARMACIA & CONV.

\$10-\$35

Cuidado personal e higiene rápida.

LIFESTYLE

\$20-\$55

Cines, hogar y bazar. Miniso y Sukasa.

ROSAS

\$15-\$45

Tierra de Flores y artesanos locales.

CHOCOLATES

\$8-\$25

Retail masivo y bombones Pacari.

ECOSISTEMA GASTRONÓMICO

PAREJAS

FINE DINING

\$90-\$160

Experiencias de menú degustación de 5 a 7 tiempos en restaurantes de alta gama.

CASUAL BISTRO

\$45-\$75

Ambientes relajados con propuestas de cocina fusión.

QUICK DATE

\$15-\$28

Propuestas de 'Fast Good' o cafeterías especializadas.

AMIGOS

AFTER-OFFICE MIX

\$25-\$45 p/p

Happy Hours extendidos y tablas de picar diseñadas para compartir.

GROUP CELEBRATION

\$40-\$120 mesa

Reservas en rooftops o gastropubs con música en vivo.

SOLO DINER

INDULGENCE DINNER

\$35-\$60

Experiencia premium enfocada en el 'Treat Yourself'.

AESTHETIC BRUNCH

\$18-\$30

Desayunos tardíos con alta carga visual para redes sociales.

EXECUTIVE TREAT

\$12-\$22

Almuerzos rápidos de calidad superior para jornada laboral.

ECOSISTEMA "DINING IN"

RECETAS NESTLÉ ECUADOR

El costo por pareja al cocinar en casa baja un 60% vs. salir

POSTRES (LOW COST)

Fondue Chocolate
Tarta Frutillas

SAL (GOURMET DIV)

Lomo Champiñones
Fettuccine Alfredo

TENDENCIA: "AESTHETIC DATE IN"

Crecimiento en el gasto de **decoración de mesa** (velas, manteles) que compensa el no salir. Presupuesto promedio: **\$15 adicionales**.

CONTEXTO INFLACIONARIO

A pesar del alza en la canasta básica, el consumo de "lujos asequibles" se mantiene resiliente en Ecuador.

ESCAPADAS Y VIAJES

2026: COINCIDE CON FERIADO DE CARNAVAL

PARAJAS ROMANTIC HIDEAWAY

TICKET NOCHE

\$120-\$250

PRIORIDAD:
Intimidad, exclusividad y desconexión digital ("Silent Travel").

DESTINOS TOP:
Mindó (Eco-lodges), Baños (Luna Volcán), Cuenca (Hoteles Boutique).

AMIGOS SOCIAL EUPHORIA

TICKET ESTANCIA

\$80-\$150 p/p

PRIORIDAD:
Entretenimiento, pool parties y facilidad de transporte grupal.

DESTINOS TOP:
Montañita, Salinas (Feriado de Carnaval), Olón.

SOLO SELF-CENTRIC STAY

TICKET PAQUETE

\$95-\$180

PRIORIDAD:
Wellness, seguridad, autoconocimiento y servicios de Spa.

DESTINOS TOP:
Papallacta (Termas), Cotopaxi (Retiros), Quilotoa.

PRÓXIMAS TENDENCIAS



ECONOMÍA DE LA SOLEDAD

"El 40% de los centenales prefieren celebrar el amor propio sobre el romance tradicional."

- Auge de eventos de Speed Dating.
- Suscripciones de "Auto-Regalo".



WELLNESS GIFTING

"Los regalos de bienestar crecen un 15% anual frente a los regalos materiales."

- Países VIP para Spas Urbanos.
- Smart Rings y wearables de salud.



IA NEO-ROMANCE

"La personalización algorítmica redefine el 'detalle' romántico."

- Cartas y poemas con IA.
- Curaduría de viajes via agentes.

CONCLUSIÓN

El futuro del 14 de febrero no es el romance, es la **conexión humana auténtica** (con uno mismo o con otros), impulsada por la tecnología invisible.

Este análisis se fundamenta en datos macroeconómicos del INEC y el Banco Central del Ecuador, complementados con proyecciones comerciales de las Cámaras de Comercio de Guayaquil y Quito. El comportamiento digital y de consumo fue extraído de Google Trends, AdQuality, Kantar e Ipsos, mientras que las tendencias futuras 2026-2027 se basan en reportes estratégicos de WGSN, McKinsey y TrendWatching. Los rangos de gasto se validaron mediante una auditoría digital de mercado (Mystery Shopping) realizada en enero de 2026 en los principales polos urbanos del país.

Elaborado por: