



Creatividad Navideña 2025: Las Mejores Campañas navideñas en Latinoamérica y sus creatividades.

Diciembre de 2025



Metodología

Este reporte fue elaborado a partir de datos recopilados por la plataforma Admetricks, con foco exclusivo en el análisis de campañas publicitarias digitales asociadas a la temporada navideña 2023. El objetivo es ofrecer una visión panorámica de las creatividades más destacadas en cinco mercados clave de América Latina: Argentina, Chile, México, Colombia y Perú.

La información fue obtenida mediante una búsqueda en AdIntelligence, utilizando la palabra clave "Navidad" para identificar campañas relevantes durante diciembre de 2023. El criterio de selección priorizó aquellas campañas que se destacaron por su enfoque creativo, originalidad en formato, o uso contextual del mensaje navideño, más allá de las promociones tradicionales.

Para cada país, se analizaron las siguientes dimensiones:

Formato creativo: tipo de anuncio (imagen, video, carrusel, etc.).

Dispositivo y canal: presencia en social media, mobile o display web.

Visual de la campaña: captura de la creatividad publicitaria.

Sitios de publicación: dominios o medios donde se mostró el anuncio.

Valoración publicitaria estimada: rango estimado de inversión durante el periodo.

Los valores de inversión y visualización son aproximaciones basadas en datos recolectados por Admetricks y pueden variar con respecto a cifras reales. Este reporte no busca ofrecer una medición exacta, sino destacar tendencias creativas y casos que pueden servir como inspiración para futuras campañas de temporada.

Las campañas seleccionadas se presentan organizadas por país, con visuales, descripciones breves y datos clave. El análisis busca aportar aprendizajes prácticos a equipos de marketing, creatividad y planificación.

Creatividad:



Una campaña que refuerza su posición como ícono navideño, combinando emoción, tecnología y participación.

Marca:
Coca-Cola

País:
Argentina

Valorización en dólares:
\$4.013

Impresiones:
5.653.087

Impacto:
395.937

Participación en sitios web:

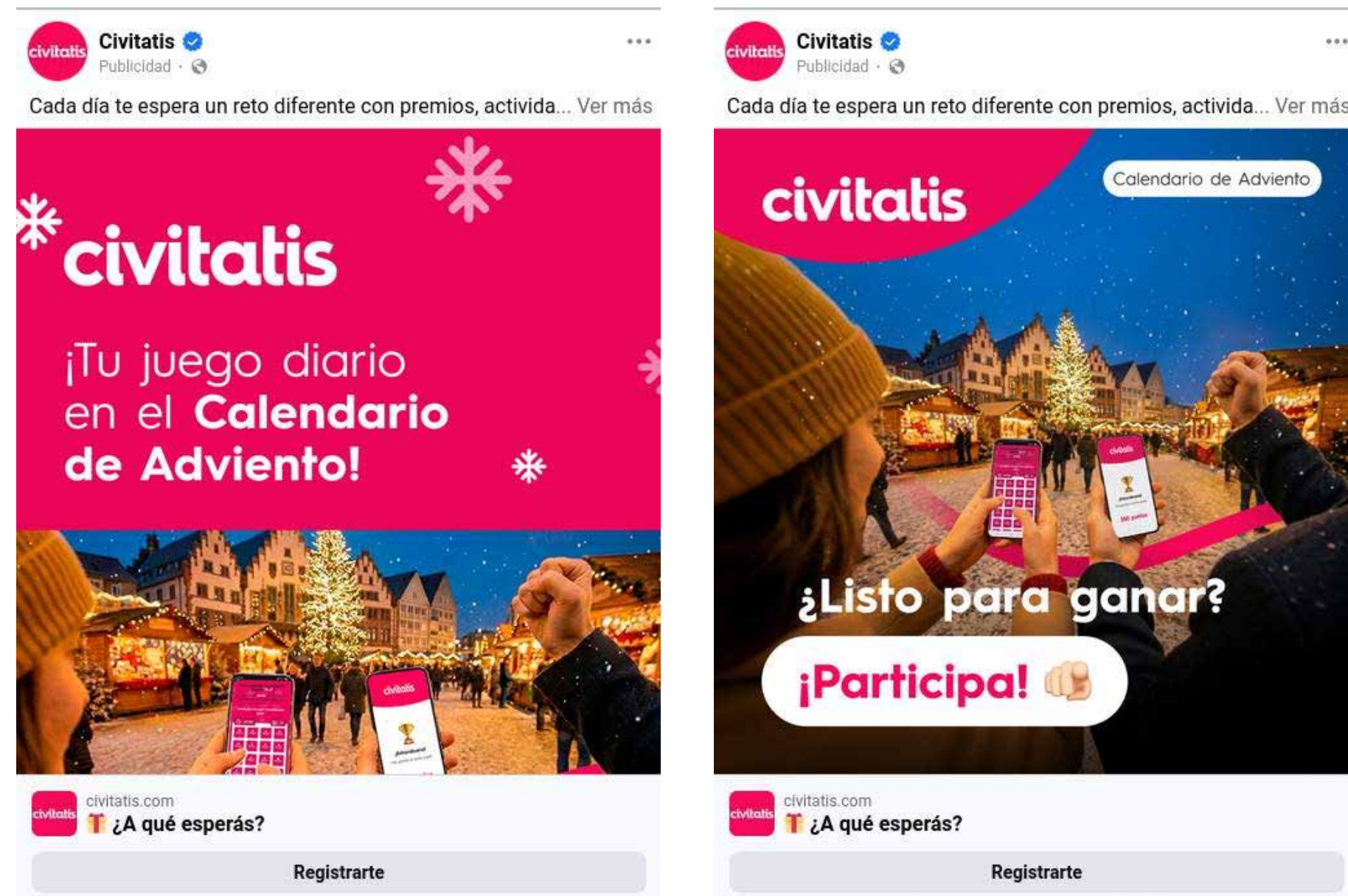
49,38% – facebook.com

40,81% – instagram.com

8,93% – messenger.com

0,88% – meta.audience.network

Creatividad:



Marca:
Civitatis

País:
Argentina

Valorización en dólares:
\$7.542

Impresiones:
4.164.050

Impacto:
478.075

Participación en sitios web:
99,80% – facebook.com
0,08% – instagram.com
0,07% – messenger.com
0,05% – meta.audience.net

El calendario de adviento digital introduce una experiencia lúdica que conecta con el espíritu de la temporada.

Creatividad:



Una propuesta simple pero emocional que convierte el producto en un regalo navideño pensado, no solo comprado.

Marca:
Bonafide

País:
Argentina

Valorización en dólares:
\$4.346

Impresiones:
1.114.103

Impacto:
171.913

Participación en sitios web:
49,38% – facebook.com
40,81% – instagram.com
8,93% – messenger.com
0,88% – meta.audience.network

Creatividad:



Marca:

Dunkin

País:

Chile

Valorización en dólares:

\$3.030

Impresiones:

1.176.526

Impacto:

508.198

Participación en sitios web:

93,18% - latercera.com

2,26% - youtube.com

2,08% - facebook.com

1,35% - instagram.com

0,92% - meta.audience.network

0,14% - threads.com

0,06% - feriados.cl

0,03% - mouse.latercera.com

Aprovecha la personalización como ventaja creativa para mantenerse relevante en fechas estacionales.

Creatividad:



Apela al sentido del olfato para evocar la Navidad, una aproximación sensorial poco común pero efectiva.

Marca:
Air Wick

País:
Chile

Valorización en dólares:
\$2.030

Impresiones:
1.420.332

Impacto:
1.462.453

Participación en sitios web:

92,12% - facebook.com

2,19% - marca.com

1,40% - adnradio.cl

1,23% - atomix.vg

0,98% - as.com

0,91% - fmtiempo.cl

0,28% - lahora.cl

0,23% - diariofemenino.com

0,22% - cdf.cl

0,19% - definicion.de

Creatividad:



Una acción valiosa que aporta contenido útil a pequeños emprendedores en un contexto navideño.

Marca:
Coca-Cola

País:
Chile

Valorización en dólares:
\$160

Impresiones:
60.669

Impacto:
39.150

Participación en sitios web:

- 35,47% – facebook.com
- 26,13% – instagram.com
- 20,34% – messenger.com
- 15,67% – meta.audience.network
- 2,39% – threads.com

Creatividad:



Marca:
Nutella

País:
México

Valorización en dólares:
\$3.004

Impresiones:
1.161.871

Impacto:
57.420

Participación en sitios web:
56,44% - facebook.com
43,56% - instagram.com

Una idea simpática que convierte su branding en objeto de deseo navideño, conectando con la comunidad digital.

Creatividad:



Reinterpreta la figura de Santa Claus en clave social media para presentar su catálogo de forma entretenida.

Marca:
Betterware

País:
México

Valorización en dólares:
\$3.185

Impresiones:
1.232.203

Impacto:
80.604

Participación en sitios web:
39,49% - facebook.com
38,50% - instagram.com
12,14% - meta.audience.network
8,24% - messenger.com
1,63% - threads.com

Creatividad:



Marca:
Coca-Cola

País:
México

Valorización en dólares:
\$39.275

Impresiones:
15.192.281

Impacto:
895.224

Participación en sitios web:

42,16% – facebook.com

35,05% – instagram.com

19,32% – meta.audience.network

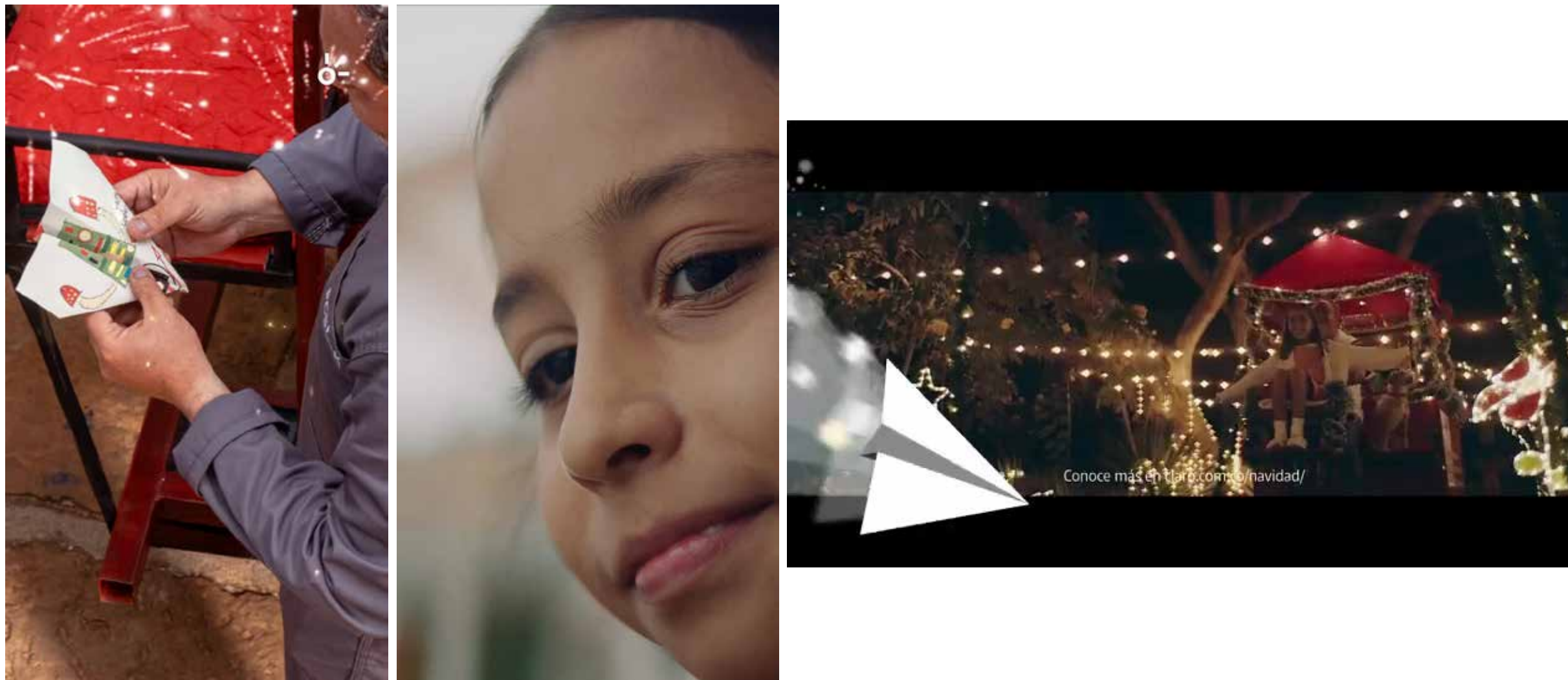
3,38% – messenger.com

0,06% – threads.com

0,03% – whatsapp.com

Reafirma su fórmula ganadora: tradición, interacción y objetos físicos que fomentan la participación.

Creatividad:



Transformar tecnología reciclada en regalos es una forma creativa y con propósito de estar presente en Navidad.

Marca:

Claro

País:

Colombia

Valorización en dólares:

\$2.504

Impresiones:

1.739.202

Impacto:

281.044

Participación en sitios web:

56,44% - facebook.com

43,56% - instagram.com

Creatividad:



Marca:

Banco W

País:

Colombia

Valorización en dólares:

\$254

Impresiones:

107.135

Impacto:

23.229

Participación en sitios web:

54,32% - facebook.com

45,68% - instagram.com

Convierte un servicio financiero en un gesto emocional, resignificando el envío de dinero con humanidad.

Creatividad:



Una activación tradicional, pero efectiva, que apela al encuentro familiar y a la magia navideña presencial.

Marca:
Mall Plaza

País:
Colombia

Valorización en dólares:
\$738

Impresiones:
255.848

Impacto:
69.323

Participación en sitios web:

42,53% - facebook.com

34,77% - instagram.com

20,05% - semana.com

1,73% - threads.com

0,92% - diariocordoba.com

Creatividad:



Marca:

Verisure

País:

Perú

Valorización en dólares:

\$1.482

Impresiones:

740.168

Impacto:

241.631

Participación en sitios web:

53,77% - facebook.com
46,23% - instagram.com

Utiliza un mensaje conceptual alineado con la fecha para reforzar su propuesta sin caer en lo promocional.

Creatividad:



Sostiene su enfoque interactivo y emocional como una constante de marca para la temporada navideña a nivel internacional.

Marca:

Coca-Cola

País:

Perú

Valorización en dólares:

\$31.209

Impresiones:

3.854.360

Impacto:

565.489

Participación en sitios web:

92,88% - rpp.pe
3,07% - facebook.com
2,28% - instagram.com
0,50% - oxigeno.com.pe
0,31% - corazon.pe
0,31% - studio92.com
0,23% - capital.com.pe
0,19% - lazona.com.pe
0,13% - felicidad.com.pe
0,10% - capital.pe

Creatividad:



Una campaña que convierte productos financieros en un mensaje aspiracional que conecta con los deseos navideños.

Marca:

Caja Municipal ICA

País:

Perú

Valorización en dólares:

\$983

Impresiones:

487.588

Impacto:

239.542

Participación en sitios web:

42,53% - facebook.com

34,77% - instagram.com

20,05% - semana.com

1,73% - threads.com

0,92% - diariocordoba.com

Conclusión

La creatividad sigue siendo uno de los elementos más valiosos en la comunicación navideña, especialmente en un entorno saturado de ofertas y mensajes repetidos. A lo largo de este reporte, vimos cómo marcas en distintos países de Latinoamérica apostaron por ideas que fueron más allá del precio, incorporando elementos como la participación, el juego, la personalización o el propósito social.

Aunque las campañas aquí destacadas varían en inversión, formato y alcance, todas tienen algo en común: una intención clara de conectar con las personas desde lo emocional o lo experiencial. En tiempos donde la atención es escasa, ese enfoque puede marcar la diferencia.

Este análisis busca servir como una herramienta de inspiración y observación. Al final, no se trata solo de vender, sino de quedar en la memoria del público. Y para eso, la creatividad sigue siendo el mejor camino.

Sobre nosotros



Similarweb es una plataforma de inteligencia digital que permite a las marcas y Retailers aumentar su cuota de mercado digital al agregar información sobre el comportamiento en línea de los usuarios reales, obtenida de mediciones directas, redes contributivas, paneles medidos, asociaciones de datos y extracción de datos públicos.

Confiada por los especialistas en marketing de todo el mundo, Similarweb proporciona los datos y herramientas para el análisis de la industria y la inteligencia competitiva, para que las empresas puedan superar a sus rivales.



Ad Intelligence permite conocer la participación de mercado de diferentes marcas en una categoría, conocer los planes de medios de los competidores, conocer el aporte individual e incremental que aporta cada medio al reach, obtener GRPs para comparar con medios offline y verificar que las campañas aparecieron en un medio. En el siguiente reporte de Ad Intelligence, podrás encontrar las industrias, medios, formatos y dispositivos con mayor inversión en publicidad digital.

Agenda tu llamada

Descubre cómo AdIntelligence puede transformar tu estrategia publicitaria. Agenda una llamada con nosotros y conoce todas las ventajas que nuestra plataforma puede ofrecerte.

[¡Conoce más aquí!](#)