

COMUNICADO DE PRENSA

San Valentín podría aumentar hasta 20% las ventas en bares y restaurantes del país

Bogotá, Colombia – Febrero 2026.

Desde la Dirección de Estudios Económicos de **Asobares Colombia**, proyectamos que la celebración de San Valentín representará un incremento en ventas de entre **10% y 20%** frente a un fin de semana convencional, con picos superiores en zonas gastronómicas, turísticas y de alta concentración de restaurantes.

Principales proyecciones del sector

1. Incremento en ventas: San Valentín es una fecha de consumo emocional y experiencial. El gasto promedio por mesa aumenta por mayor consumo de coctelería premium, vinos, postres y menús especiales. El aumento estimado en facturación para el fin de semana se ubica alrededor del **15%** en promedio nacional.

2. Ocupación esperada: Restaurantes con sistema de reservas: entre **85% y 100%** en las principales franjas nocturnas. Promedio sectorial (incluyendo gastrobares): entre **65% y 85%** de ocupación durante el fin de semana.

3. Peso dentro de febrero: Estimamos que entre **12% y 16%** de los ingresos totales del mes de febrero podrían concentrarse en el fin de semana de San Valentín, convirtiéndolo en uno de los momentos comerciales más relevantes del primer trimestre.

4. Plataformas de domicilios: En restaurantes y gastrobares, el canal digital podría representar entre **8% y 18%** de las ventas del fin de semana, especialmente en marcas con operación digital robusta. En bares tradicionales, el impacto del domicilio sigue siendo marginal, dado que la experiencia es principalmente presencial.

5. Aumento del gasto promedio: El gasto total en bares y restaurantes podría crecer entre **10% y 25%** frente a un fin de semana habitual, impulsado tanto por mayor afluencia como por un ticket promedio más alto.

¿San Valentín ya compite con Amor y Amistad?

Si bien Amor y Amistad (septiembre) sigue siendo la fecha más masiva culturalmente en Colombia, San Valentín viene consolidándose con fuerza en grandes ciudades y destinos turísticos.

Aún no se equipara completamente en volumen nacional, pero sí se acerca en segmentos premium, público joven y ciudades con alta dinámica turística e internacional.

Declaración institucional: “San Valentín demuestra que la economía nocturna no solo es entretenimiento, sino un motor de dinamización económica en el primer trimestre del año. A pesar de los desafíos en costos y presión tributaria, esta fecha permite sostener empleo, activar proveedores y fortalecer la experiencia gastronómica del país.”

(+57) 314 208 4831

www.asobares.org

gestion.administrativa@asobares.org