



GINTASTIC

Trabajo de grado

Juliana Antonieta Quijada Sigala

Juliana Isabel García Piñeres

María Elena Castellanos Romano

Juan David Caicedo Rozo

Michel Alexandra Vega Martinez

Bogotá, Colombia

2024



GINTASTIC

Trabajo de Grado

Juliana Antonieta Quijada Sigala

Juliana Isabel García Piñeres

María Elena Castellanos Romano

Juan David Caicedo Rozo

Michel Alexandra Vega Martinez

Viviana Carolina Romero Peralta

Administración de Negocios Internacionales  
Administración de Empresas  
Marketing y Negocios digitales

Bogotá, Colombia

2024

### **Declaración de originalidad y autonomía**

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título “GINTASTIC”, en la opción de grado de Pade 2 y que por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que estetrabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación

Juliana Antonieta Quijada Sigala

Juliana Isabel García Piñeres

María Elena Castellanos Romano

Juan David Caicedo Rozo

Michel Alexandra Vega Martinez

## **Declaración de exoneración de responsabilidad**

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Juliana Antonieta Quijada Sigala

Juliana Isabel García Piñeres

María Elena Castellanos Romano

Juan David Caicedo Rozo

Michel Alexandra Vega Martinez

## Tabla de Contenido

Glosario .....	9
Resumen .....	10
Palabras Clave .....	11
Abstract.....	12
Keywords.....	13
1. Objetivos .....	14
1.1 Objetivo general .....	14
1.2 Objetivos específicos.....	14
2. Presentación del emprendimiento.....	15
3. Análisis de la competencia.....	18
4. Definición Buyer persona .....	20
5. Línea de contenido para la estrategia digital.....	21
5.1 Objetivo de la estrategia de contenido .....	21
5.2 Mix de estrategia de contenido.....	23
5.2.1 Estrategia de Comunidad.....	24
5.2.2 Estrategia de Marketing .....	26
5.2.3 Estrategia de contenido de interacción .....	27
6. Posicionamiento seo optimización de sitio web para motores de búsqueda .....	28
7. Anuncios de pago Sem.....	30
8. Página web .....	32
9. Publicación y anuncios en internet .....	42
9.1 Pop-up Marketing .....	42
9.2 Anuncios Display .....	44
10. Redes sociales.....	45
10.1 Objetivos de los anuncios en redes sociales.....	45
11. Estrategias de marketing de proximidad .....	47
11.1 WhatsApp Marketing .....	47
11.2 Marketing de Influencer .....	49
11.3 UGC Marketing .....	50
12. Acciones Omnicanales dentro de la estrategia.....	51
13. Conclusiones.....	52

14. Referencias.....53

## Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Gintastic: Kit para Gin&tonics .....	15
Ilustración 2 Kit Deluxe Gintastic .....	17
Ilustración 3 Mini Kit Gintastic .....	17
Ilustración 4 Cesta Gintastic .....	18
Ilustración 5 Buyer persona .....	20
Ilustración 6 Mix Estrategia de contenido .....	23
Ilustración 7 Búsqueda Gintastic en Google .....	31
Ilustración 8 Página web Gintastic .....	32
Ilustración 9 Vitrina productos Gintastic .....	33
Ilustración 10 Oferta de productos .....	34
Ilustración 11 Pie de página .....	35
Ilustración 12 Tienda .....	36
Ilustración 13 Descripción Kit .....	37
Ilustración 14 Nosotros .....	37
Ilustración 15 Filosofía.....	38
Ilustración 16 Nuestros valores.....	38
Ilustración 17 Comunidad .....	39
Ilustración 18 Recetas.....	39
Ilustración 19 Contacto .....	40
Ilustración 20 Preguntas Frecuentes .....	41
Ilustración 21 Anuncio Pop-Up .....	42
Ilustración 22 Anuncios Display.....	44
Ilustración 23 Estrategia etapa Atracción.....	46
Ilustración 24 Estrategia etapa Interacción .....	46
Ilustración 25 Estrategia etapa Conversión .....	47

## Lista de tablas

Tabla 1 Análisis de competidores .....	19
Tabla 2 Optimización Web- SEO .....	28
Tabla 3 Ejemplo de anuncio pago SEM .....	30

## Glosario

**Gin & Tonic:** Combinación de tónica con ginebra (RAE, 2024d).

**Ginebra:** Bebida alcohólica obtenida de semillas y aromatizada con las bayas del enebro (RAE, 2024c).

**Coctelería:** Arte de preparar cócteles(RAE, 2024b).

**Alcohol:** Líquido incoloro e inflamable, de olor y sabor fuertes, producido por la fermentación de azúcares de origen vegetal y presente en numerosas bebidas, tales como el vino o la cerveza (RAE,2024a)

**Kit:** Conjunto de productos y utensilios destinados a un determinado fin y comercializados comouna unidad (RAE, 2024e) .

.

## Resumen

El mundo de las bebidas espirituosas, la ginebra se encuentra en una constante evolución. Con el paso de los años, dicha bebida se ha convertido en una de las opciones preferidas por los consumidores. Según Euromonitor (2022), el consumo de ginebra en Colombia creció en un 12% entre 2020 y 2021, posicionando la ginebra como la segunda categoría de bebidas espirituosas más consumidas después del ron . El crecimiento de esta tendencia de consumo puede verse reflejado tanto en el aumento de ventas frente al resto de bebidas, el surgimiento de bares y restaurantes especializados en Gin & Tonics, y la popularidad de eventos relacionados a ella.

Este fenómeno se debe al auge de la coctelería en la que se encuentra Colombia. La versatilidad de la bebida y a su asociación con un estilo de vida contemporáneo y sofisticado son los elementos clave que se alinean con las crecientes tendencias del consumo frente al mundo de bebidas alcohólicas.

Por esta razón nace Gintastic. Un emprendimiento con una propuesta distinta, personalizada e innovadora. Gintastic reúne todos los elementos necesarios para ofrecer kits de preparación de Gin & Tonics de alta calidad en casa como todo un experto. Esto incluye, ingredientes frescos, recomendaciones, recetas originales y creativas.

A continuación, este documento recopila toda la investigación realizada para crear la propuesta de marketing digital de Gintastic. Entre los temas abordados se encuentra un análisis de la competencia del mercado digital, la definición del buyer persona, los objetivos de comunicación, publicidad, redes sociales, entre otros.

**Palabras Clave**

Ginebra, Gin & Tonics, bebidas, coctelería, mixología, recetas, kit, ingredientes premium, botánicos.

## **Abstract**

In the world of the spirit drinks, gin is in a constant evolution. Over the years, this drink has become one of the preferred options for consumers. According to Euromonitor (2022) Euromonitor International (2022), gin consumption in Colombia grew by 12% between 2020 and 2021, positioning gin as the second most consumed spirits category after rum. The growth of this consumption trend can be reflected both in the increase in sales compared to other beverages, the emergence of bars and restaurants specializing in Gin & Tonics, and the popularity of events related to it.

This phenomenon is due to the boom of the cocktail industry in Colombia. The versatility of the drink and its association with a contemporary and sophisticated lifestyle are the key elements that align with the growing consumer trends in the world of alcoholic beverages.

For this reason, Gintastic was born. A venture with a different, personalized and innovative proposal. Gintastic brings together all the necessary elements to offer high quality Gin & Tonics preparation kits at home like an expert. This includes fresh ingredients, recommendations, original and creative recipes.

This document compiles all the research conducted to create Gintastic's digital marketing proposal. Among the topics addressed is an analysis of the digital market competition, the definition of the buyer persona, communication objectives, advertising, social networks, among others.

**Keywords**

Gin, Gin & Tonics, drinks, cocktails, mixology, recipes, kit, premium ingredients, botanicals.

## **1. Objetivos**

### **1.1 Objetivo general**

Construir una estrategia de marketing digital para la marca Gintastic aplicando los conocimientos aprendidos en clase durante el semestre en curso con el fin de dar a conocer este emprendimiento en el mercado de los amantes, aficionados y conocedores del mundo de la coctelería, generando recordación de marca y posicionamiento.

### **1.2 Objetivos específicos**

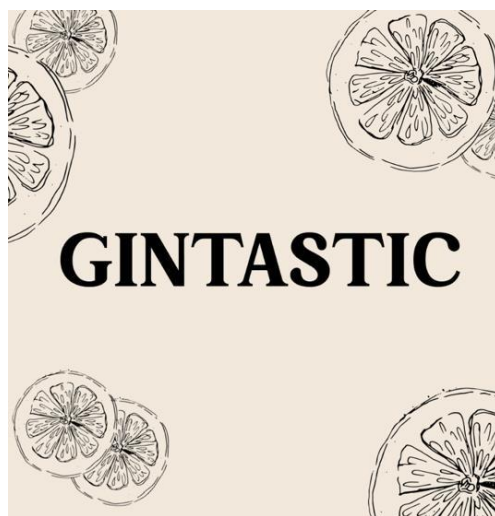
- Establecer objetivos de comunicación claros y medibles acordes con el propósito de marca.
- Diseñar y ejecutar campañas de publicidad.
- Construir una página web.
- Implementar tácticas de optimización para motores de búsqueda (SEO).
- Conectar y establecer un acercamiento a los clientes potenciales por medio de redessociales.

## 2. Presentación del emprendimiento

### **Gintastic: Kit para Gin & Tonics**

Gintastic nace a finales del 2021 guiado de la creatividad y pasión de Juliana Quijada y Santiago Fandiño. Empezó en diciembre de dicho año cuando estaban en busca de un regalo único y especial para sus familias. En este momento, se percataron que a ambas familias les encantaba tomarse unos buenos Gin & Tonics, pero les hacía falta los utensilios adecuados para su correcta preparación en cada hogar.

#### **Ilustración 1 Gintastic: Kit para Gin&tonics**



Fuente: Elaboración propia

Al empezar a explorar el mercado buscando este regalo, se evidenció que los kits disponibles eran muy costosos para lo que se ofrecía, además, la variedad y cantidad de botánicos era limitada. Debido a esto, se decide innovar y crear un kit en cajas de MDF, personalizadas con el nombre del familiar al cual iba a ser entregado. Este incluye una selección de 8 envases de botánicos distintos, tales como: romero, pimienta dulce, pimienta negra, cardamomo, coriandro, pétalos de rosas, entre otros. Además, cada caja contiene un recetario y recomendaciones personalizadas de botánicos según la Ginebra elegida.

Una vez se evidenció el potencial de esta idea innovadora, la necesidad que satisface y la competitividad de su precio en el mercado, se tomó la decisión darle vida a Gintastic. Su kit principal se denominó “Kit Deluxe Gintastic”, que se convirtió en su producto estrella, pero también se ofrecen dos tamaños más: “Mini kit Gintastic” y “Cesta Gintastic”.

- Kit Deluxe Gintastic
  - 8 botánicos (envases 100ml)
  - Recetario
  - Deshidratados
  - Recomendaciones de botánicos según la Ginebra

## Ilustración 2 Kit Deluxe Gintastic



Fuente: Elaboración propia

- Mini Kit Gintastic
  - 4 botánicos o 3 botánicos y botella de gin de 50ml
  - Recetario
  - Deshidratados
  - Recomendaciones de botánicos según la Ginebra

## Ilustración 3 Mini Kit Gintastic



Fuente: Elaboración propia

- Cesta Gintastic
  - 4 botánicos
    - Botella de Gin de 370ml
    - 2 recetas

#### **Ilustración 4 Cesta Gintastic**



Fuente: Elaboración propia

### **3. Análisis de la competencia**

Los competidores se identificaron utilizando la ecuación booleana “(kits coctelería) OR (coctelería casera) OR (preparar cócteles)”. Dentro de los resultados de búsqueda se extrajeron tres competidores principales: Granel Gourmet, Skal Drinks y Gin Mix. De estos competidores, se destaca que Granel Gourmet no solo vende kits de coctelería, sino que también ofrece productos de despensa y mercado como semillas, granos, sales, harinas y otras bebidas no alcohólicas. Solo el 7% de sus visitas están relacionadas con kits de Gin Tonic. En promedio, Granel Gourmet ha recibido 26,000

visitas en los últimos 3 meses, mientras que Gin Mix y Skal Drinks tienen menos de 5,000 visitas cada uno en el mismo periodo. La página con mejor promedio en duración de visita es Gin Mix, con 6 minutos en promedio. Las tres marcas tienen un movimiento activo en sus páginas de Instagram con publicaciones de fotos. Por otro lado, Gin Mix es el competidor directo más fuerte de Gintastic, seguido por Skal Drinks.

**Tabla 1 Análisis de competidores**

Métrica	Competidor 1	Competidor 2	Competidor 3
Sitio Web	<a href="#">Granel Gourmet</a>	<a href="#">skaldrinks</a>	<a href="#">ginmix</a>
Número de visitas	26559	<5000	<5000
Duración Visita	10 segundos	N/A	6 minutos
Páginas vistas por visita	1.13	1	3.12
Rebote	96,51%	100%	76,32%
Tráfico por países (Colombia)	98,2%	0,5%	1,3%
Tráfico por países (Argentina)	64,4%	0%	35,6%
Fuente de tráfico			
Directo	28,34%	0%	51,83%
Social	1,77%	0%	7,87%


<b>Búsqueda orgánica</b>	68,27%	100%	40,30%
<b>Redes sociales</b>	@granelgourmet	@skaldrinks	@ginebramix
<b>Seguidores</b>	36000	5028	17800

Fuente: Elaboración propia con la herramienta Similar Web

#### 4. Definición Buyer persona

##### Ilustración 5 Buyer persona

**DAVID GOMEZ**



**EDAD** 26 años

---

**SEXO** Hombre

---

**RESIDENCIA** Bogotá, Colombia

---

**EDUCACIÓN** Universidad

---

**OCUPACIÓN** Junior trend analyst

---

**ESTADO CIVIL** Soltero

**Personalidad**

Creativo  Metódico

Sentimental  Pensativo

Extrovertido  Introverso

**Gustos y aficiones**

- Karaoke
- Deportes
- Leer
- Viajar
- Planes con amigos

**Tiempo libre**

En su tiempo libre le gusta estar con sus amigos y familia, hacer planes en su casa, atender a la gente, viajar y leerse un buen libro con un gin tonic.

**Tragos favoritos**

Para un plan relajado, o incluso en una rumba, le gusta un buen gin tonic, mejor si lo prepara él, también le gusta el whiskey y para tardear se toma un carajillo.

**Redes sociales**

Usa instagram, twitter, tiktok y whatsApp también visita paginas como New York Times, El Heraldo, Airbnb, Booking y Hopper.

Fuente: Elaboración propia.

El buyer persona muestra a David Gómez, un hombre de 26 años, soltero, trabaja para una empresa portuguesa de Junior Trend Analyst. Sus ingresos mensuales son de \$7.000.000 COP aproximadamente. Tiene un muy buen desempeño laboral.

Se describe como una persona genuinamente feliz, le encanta pasar tiempo con su familia y sus amigos; atenderlos en su casa es de sus planes favoritos. Le gusta hacer deportes y planes diferentes. David disfruta de las experiencias vividas, viajar y leer son dos hobbies que suele hacer mucho, aunque de vez en cuando le gusta salir de fiesta y despejarse un poco.

Pasa mucho tiempo en línea por su trabajo, pero, si lo excluimos, usa internet y redes sociales aproximadamente de 3 a 4 horas diarias, casi siempre en su celular revisa WhatsApp e Instagram. También ve muchas noticias de actualidad en X (antes Twitter). El contenido que consume por redes sociales es más que todo de recetas para comida y cocteles y también de deportes, pues es aficionado del tenis y del fútbol. También usa este tiempo de navegación para hacer compras online en Amazon de gadgets y diferentes cosas como: ropa, viajes, juegos, decoraciones y demás en diferentes páginas.

## **5. Línea de contenido para la estrategia digital**

### **5.1 Objetivo de la estrategia de contenido**

La estrategia de comunicación de Gintastic tiene como objetivo principal establecer una relación sólida y duradera con su audiencia, aspirando a convertirse en la primera opción en la mente del consumidor cuando se trata de Gin & Tonics. El enfoque se centra en lograr una conexión emocional con la audiencia mediante la creación de contenido resonante que refleje los valores de marca, fomentando así la lealtad.

Con esta estrategia buscamos no solo impulsar la marca, sino también construir una comunidad, donde los consumidores se sientan 100% satisfechos, siendo parte de una experiencia significativa y enriquecedora.

**Misión:** Educar e inspirar a los actuales y futuros amantes del Gin & Tonic, proporcionando contenido relevante de alta calidad, el cual, abarque temas desde la historia y elaboración del licor hasta diversas combinaciones y recetas. El objetivo es poder afianzar una comunidad vibrante donde los entusiastas del Gin & Tonic puedan conectar, compartir y descubrir nuevas experiencias y propuestas. También se busca posicionar a la marca Gintastic como única y especial, ofreciendo una experiencia premium y personalizada.

**Mensaje:** El mensaje central que la marca busca transmitir se realizará en torno a cuatro pilares fundamentales:

- **Pasión por el Gin & Tonic:** un mensaje de entusiasmo y conocimiento profundo sobre estelicor.
- **Experiencia Premium y Personalizada:** destacando la calidad de cada uno de los productos y la atención al detalle de cada kit que se ofrecen.
- **Descubrimiento y Aprendizaje:** invitando al consumidor a embarcarse en un viaje de exploración y aprendizaje sobre el mundo del Gin & Tonic, descubriendo las posibles combinaciones y recetas para disfrutar al máximo la experiencia.
- **Comunidad y Conexión:** crear un espacio donde cada uno de los clientes y amantes de la bebida puedan conectar, compartir experiencias y descubrir nuevas propuestas.

**Medios:** Los canales principales en los cuales se busca transmitir el mensaje son por medio de redes sociales, tales como Instagram, Tiktok y Pinterest. Se compartirá contenido atractivo

como imágenes de alta calidad, videos cortos y recetas creativas. Además, se implementarán campañas segmentadas en redes sociales para llegar de manera efectiva nuestro público. Así mismo, habrá colaboraciones con influencers asociados al mundo de la coctelería y/o gastronomía para ampliar el alcance de la marca, generando un mayor crecimiento.

## 5.2 Mix de estrategia de contenido

### Ilustración 6 Mix Estrategia de contenido



Fuente: Elaboración propia.

### ***5.2.1 Estrategia de Comunidad***

Gintastic busca construir una comunidad vibrante y comprometida en torno al Gin & Tonic, un cóctel clásico y atemporal que ha conquistado paladares alrededor del mundo. Para lograrlo, la marca implementa diversas estrategias de interacción en redes sociales que van más allá de concursos y sorteos, enfocándose en cultivar una comunidad apasionada por la cultura del Gin & Tonic.

#### **Compartir tips y recetas:**

- Convertirse en un referente: Gintastic se posiciona como un experto en el arte de preparar el Gin & Tonic perfecto, compartiendo tips y recetas con su comunidad.
- Guía paso a paso: Se crean videos tutoriales detallados que muestran cómo preparar diferentes estilos de Gin & Tonic, desde recetas clásicas hasta combinaciones innovadoras.
- Infografías y descargables: Se desarrollan infografías visuales y guías descargables que resumen los pasos clave para preparar Gin & Tonic perfectos.
- Consejos para elegir gin y tónica: Se brinda información sobre diferentes marcas de ginebra y tónica, ayudando a los usuarios a seleccionar los ingredientes ideales para sus gustos.
- Maridaje con alimentos: Se sugieren combinaciones perfectas entre Gin & Tonic y diferentes tipos de alimentos, creando experiencias gastronómicas únicas.

**Fomentar la creatividad e intercambios:**

- Concursos de recetas: Se organizan concursos donde los usuarios pueden compartir sus propias recetas de Gin & Tonic, premiando la creatividad y la originalidad.
- Retos de mixología: Se lanzan retos de mixología en redes sociales, invitando a los usuarios a crear Gin & Tonic únicos con ingredientes específicos o siguiendo una temática determinada.
- Galerías de fotos: Se crean galerías en redes sociales donde los usuarios pueden compartir fotos de sus Gin & Tonic favoritos, utilizando hashtags específicos.
- Grupos de discusión online: Se crean grupos de discusión online donde los amantes del Gin & Tonic pueden compartir sus experiencias, conocimientos y opiniones.

**Generar experiencias únicas:**

- Eventos virtuales de cata: Se organizan eventos virtuales de cata de Gin & Tonic, donde expertos guían a los participantes a través de diferentes estilos y marcas de ginebra.
- Talleres de mixología online: Se ofrecen talleres de mixología online donde los usuarios aprenden a preparar Gin & Tonic perfectos y a experimentar con diferentes combinaciones.
- Colaboraciones con influencers: Se realizan colaboraciones con influencers del mundo de la gastronomía, la coctelería o el estilo de vida para crear contenido atractivo y llegar a una audiencia más amplia.

- ✓ Experiencias exclusivas para miembros de la comunidad: Se ofrecen experiencias exclusivas, como catas privadas o eventos presenciales, a los miembros más activos de la comunidad.

### ***5.2.2 Estrategia de Marketing***

Gintastic usará su presencia en redes sociales para sacarle el máximo provecho al mundo digital, se busca no solo promocionar el producto, sino también contar la historia detrás de cada ginebra que viene incluida en sus kits.

En lugar de simplemente promocionar los productos, se quiere dar un valor agregado educativo, en donde se compartirá contenido informativo sobre el origen de cada marca de ginebra, el proceso de elaboración, los botánicos utilizados y las características de sabor que la hacen única. Esta narrativa no solo educa a los consumidores sobre las diferentes opciones disponibles en los kits Gintastic, sino que también les permite como consumidores reconocer, apreciar y alzar los estándares de la alta calidad que Gintastic cuenta en sus productos.

De la mano de dichas narrativas en torno a la ginebra, Gintastic implementará el apoyo de influenciadores con un nicho de mercado especializado en cocteles y gastronomía para intensificar su alcance, llegar a nuevas audiencias, aumentar el reconocimiento de la marca, credibilidad y visibilidad en el mercado.

Estas colaboraciones incluyen contenido como reseñas del producto, la experiencia con el uso de la marca, demostraciones de cómo prepararan Gin & Tonics por medio de los kits Gintastic, tips y recomendaciones personalizadas para su audiencia. Esta es una herramienta clave para el éxito de la estrategia. Según la revista Puro Marketing, el 92% de las empresas afirman que el marketing de influencers es una estrategia eficaz para alcanzar sus objetivos de marketing

(Redacción, 2023).

También se tiene en cuenta implementar marketing promocional en la marca. El marketing promocional brinda la oportunidad de fidelizar a los clientes existentes y atraer nuevos usuarios. (Publirecta, 2022). Se realizarán ofertas especiales y descuentos en fechas celebres como el Día Mundial del Gin & Tonic (19 de octubre), día de la madre y navidad.

Por último, se lanzarán campañas de publicidad en línea dirigidas a audiencias específicas, tomando como base personas amantes de la coctelería de alta calidad y aficionados a la gastronomía, para aumentar el reconocimiento de la marca.

### ***5.2.3 Estrategia de contenido de interacción***

Gintastic se esfuerza por construir una sólida relación con sus clientes, para ello implementará concursos y sorteos que generen entusiasmo y participación entre los seguidores de la marca. Estas actividades se realizarán por medio de redes sociales, donde los usuarios tengan la oportunidad de ganar kits de Gin & Tonics, accesorios y utensilios relacionados con la preparación de cócteles. Esta iniciativa no solo fomenta lealtad y confianza de parte de los usuarios hacia la marca, sino que también permite a Gintastic conocer más acerca de los gustos y necesidades de la audiencia.

Por otro lado, se tendrá la recopilación del feedback que hagan los clientes de la marca. Para Gintastic, conocer la opinión de sus clientes es esencial para mejorar continuamente su producto. Por ello, la marca invita a su comunidad a participar en encuestas y cuestionarios para tener una retroalimentación sincera y asertiva de sus opiniones frente al producto. Al sostener una comunicación por ambas partes, se fortalece la comunidad en torno a la marca, generando un valor

añadido que se traduce en una mayor retención de clientes.

Esta retroalimentación directa de los clientes es indispensable para identificar áreas de mejora, entender las necesidades, preferencias de la audiencia, y tomar decisiones informadas sobre futuros desarrollos de productos y estrategias de marketing.

De esta misma manera, se aplicará la atención al cliente de manera más eficaz. Gintastic mantendrá una presencia activa en redes sociales y se encargará de responder de manera rápida y eficiente a los comentarios y mensajes de sus seguidores. Esto demuestra un compromiso con la atención y satisfacción del cliente. Con una actitud abierta y receptiva hacia el feedback de la audiencia.

## 6. Posicionamiento seo optimización de sitio web para motores de búsqueda

**Tabla 2 Optimización Web- SEO**

Optimización Web- SEO (Optimización de sitios web para motores de búsqueda)	
Diseña la estrategia para mejorar el SEO de Gintastic	
1. Realiza un listado de las keywords que las personas utilizan para encontrar tu servicio/productos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gin &amp; Tonic</li> <li>• Kits para Gin &amp; Tonic</li> <li>• Coctelería</li> <li>• Premium</li> <li>• Ginebra</li> <li>• Bogotá</li> <li>• Envíos nacionales</li> </ul>
2. Selecciona una keyword primaria y realiza un listado del contenido que crearás en torno a esa palabra clave. (formatos y temas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gin &amp; Tonic</li> <li>• Ginebra</li> <li>• Botánico</li> </ul>
3. Selecciona una keyword primaria y realiza un listado del contenido que crearás en torno a esa palabra clave. (formatos y temas)	

a) URL	<a href="http://www.gintastic.com.co">www.gintastic.com.co</a> (provisional <a href="https://triangle-piano-26ed.squarespace.com/">https://triangle-piano-26ed.squarespace.com/</a> , clave de acceso Gintastic2021)
b) Meta description	Descubre la excelencia de la mixología de un Gin & tonic con Gintastic. Ofrecemos los mejores kits premium para preparar Gin & tonic en casa. Envíos nacionales disponibles. Explora nuestra selección de botánicos premium para ti.
c) Título de página (pestaña de página)	Gintastic Kit de Gin & tonic Premium
d) Título de Contenido	Kits de Gin & tonic Premium   Gintastic

Tabla: Elaboración propia

Teniendo en cuenta el público al cual nos vamos a dirigir tuvimos la selección de nuestras palabras claves para tener una orientación centrada para la optimización de nuestra estrategia de SEO y así poder lograr que Gintastic sea visible en motores de búsqueda y pueda llegar a atraer a sus clientes potenciales que estén interesados en sus productos y servicio de coctelería premium.

En cuanto a la elección de nuestro Meta description incorporamos algunas de nuestras principales palabras como lo fueron “Kit premium”, “Mixología” y “Botánicos premium”, mientras que proporcionamos una breve descripción de lo que se ofrece y animando a los potenciales clientes a explorar. Para la realización de nuestro título de pestaña y contenido tuvimos presente nuestro Meta description y las palabras claves seleccionadas para poder llegar a ellas con más precisión.

## 7. Anuncios de pago Sem

Los anuncios SEM se realizarán dentro de la plataforma de Google Ads con el objetivo de atraer clientes potenciales para que conozcan el producto y servicio que ofrece Gintastic y personas que estén interesadas en obtener kits para preparar Gin & Tonic en casa con botánicos premium de alta calidad y recetas originales. También se busca poder generar un interés a los posibles clientes entren a nuestra página web, conozcan nuestras redes sociales donde comunicamos diversas noticias e ideas innovadoras para nuestra comunidad, así como también que conozcan de los productos y realicen compras para que posteriormente hagan parte de la comunidad de Gintastic y se cree una fidelización con el consumidor.

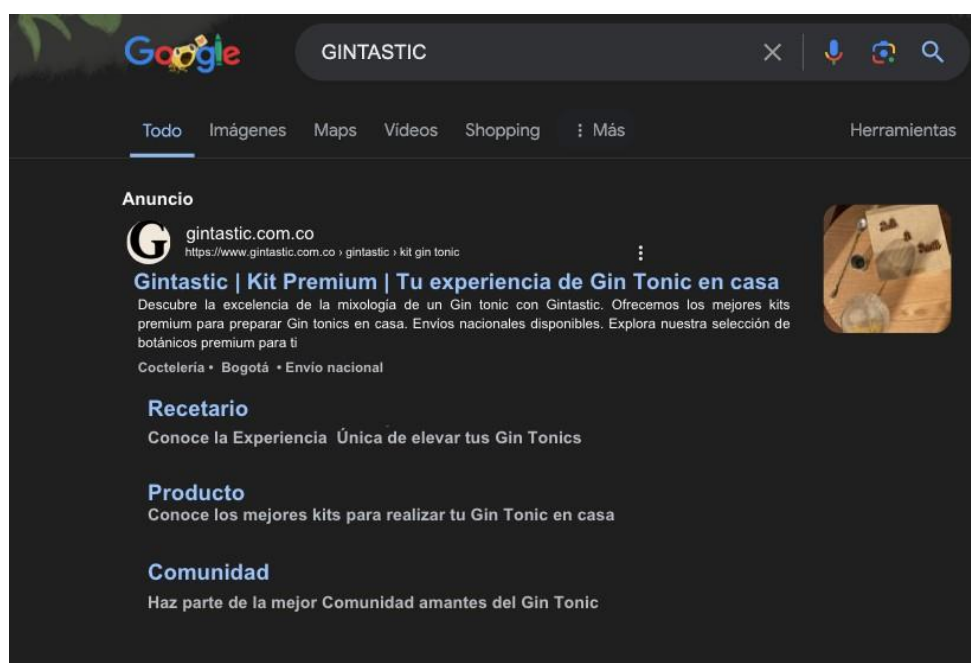
**Tabla 3 Ejemplo de anuncio pago SEM**

<b>Título</b>	Gintastic   Kit Premium   Tu experiencia premium de gin & tonic en casa
<b>Descripción</b>	Descubre la excelencia de la mixología de un Gin & tonic con Gintastic. Ofrecemos los mejores kits premium para preparar Gin & tonic en casa. Envíos nacionales disponibles. Explora nuestra selección de botánicos premium para ti

<b>URL</b>	<a href="http://www.gintastic.com.co">www.gintastic.com.co</a> (provisional <a href="https://triangle-piano-26ed.squarespace.com/">https://triangle-piano-26ed.squarespace.com/</a> , clave de acceso Gintastic2021)
<b>Extensiones adicionales</b>	Recetario Productos

Fuente: Elaboración propia

### Ilustración 7 Búsqueda Gintastic en Google



Fuente: Elaboración propia

## 8. Página web

La marca espera enfocarse en Instagram como su vía de compras principal, no obstante, se desarrolló la página web con ítems específicos de Gintastic donde podrán realizar compras de los productos en el Marketplace, se encontrará a la comunidad, recetas y podrán conocer más de donde viene Gintastic y como se posiciona en el mercado.

URL provisional <https://triangle-piano-26ed.squarespace.com/>  
clave de acceso Gintastic2021

### Ilustración 8 Página web Gintastic



Fuente: Elaboración propia

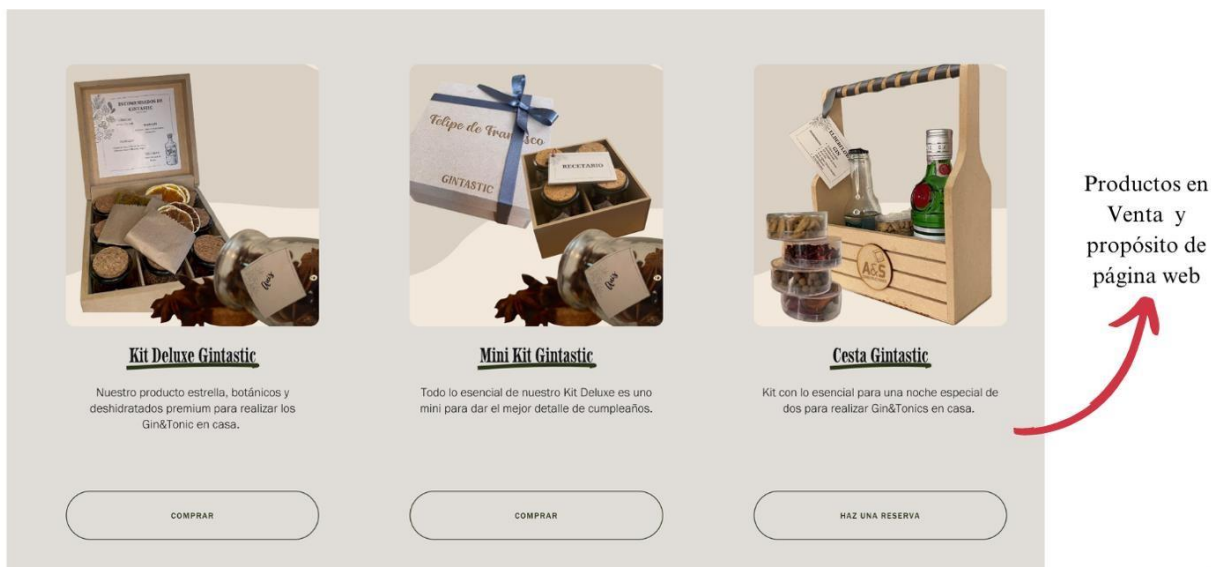
Cuando se empezó a desarrollar la página web, se consideró que lo principal que se quería que llamara la atención era el logo y nombre de la empresa, el carrito donde podrán ver los productos agregados, el menú de contenido distribuido en: recetarios, tienda, comunidad, preguntas frecuentes y contacto. Así mismo, una característica relevante de la página es que los consumidores pudieran crear su cuenta y sean parte de la comunidad de Gintastic.

### Ilustración 9 Vitrina productos Gintastic



Fuente: Elaboración propia

## Ilustración 10 Oferta de productos



Fuente: Elaboración propia

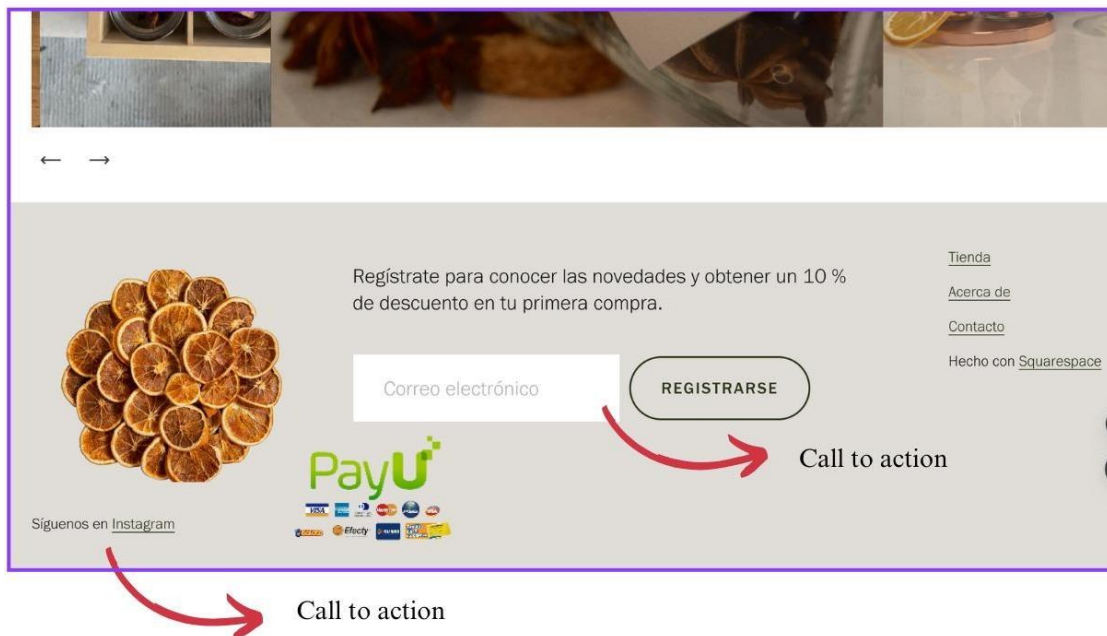
Se quiere que el encabezado de la página sea sencillo y fácil de entender para ofrecer una experiencia óptima para los usuarios, y poder así realizar una navegación dentro de la página de manera intuitiva.

Para el cuerpo de la página de inicio, se comienza en un espacio resaltando que los productos son premium, con continuidad donde se ofrece un rápido acceso a ver que productos hacen parte del portafolio de Gintastic y poder agregarlos al carrito de compras.

Para finalizar la página de inicio se tienen dos secciones. En la primera hay una vitrina/galería de los productos para que se puedan observar. Se termina con un pie de página donde se invita a los consumidores a registrarse. Las personas registradas en la base de datos de Gintastic tendrán un 10% de descuento en la primera compra. Además, Gintastic cuenta con un “call to action” con el fin de que los clientes vayan al perfil de Instagram, un enlace rápido a la

tienda e información de medios de pago y contacto.

### Ilustración 11 Pie de página



Fuente: Elaboración propia

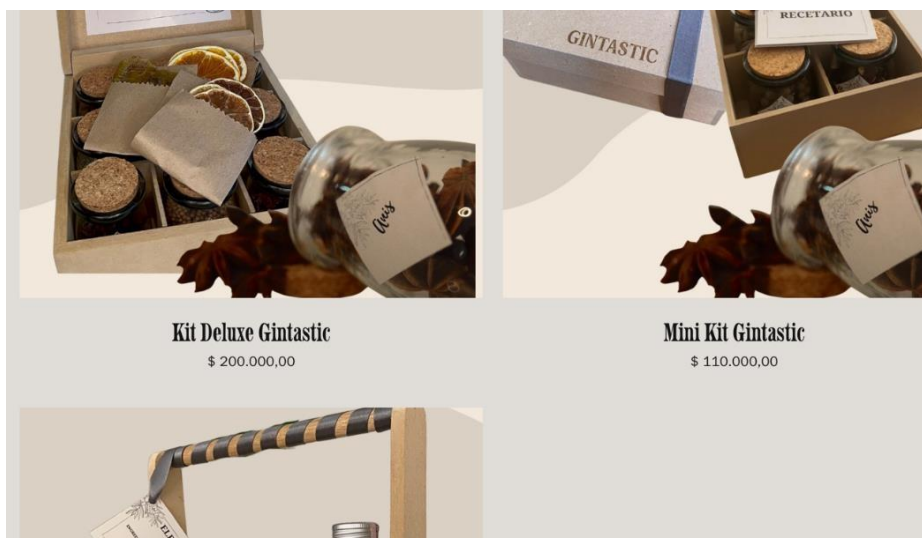
Por otro lado, se encuentran los espacios determinados en el menú de contenido donde esta: nosotros, tienda, recetas, comunidad, preguntas frecuentes y contacto.

En el primer apartado está “Tienda”, allí se podrán encontrar los productos que hacen parte de la cartera de portafolio de Gintastic, junto con las características y descripciones. Después se encuentra el botón “Nosotros” donde se realiza un storytelling brindando información de la creación de la marca. Luego, está el apartado de “Recetas” y “Comunidad” donde los clientes podrán encontrar post publicados por parte de la marca o por algún consumidor que compartió información que representen los valores de Gintastic y apoyen el amor por el Gin & Tonic.

Por último, están los apartados de “Contacto” y “Preguntas Frecuentes”. En el apartado de “contacto” podrán encontrar específicamente los datos donde pueden escribir directamente a

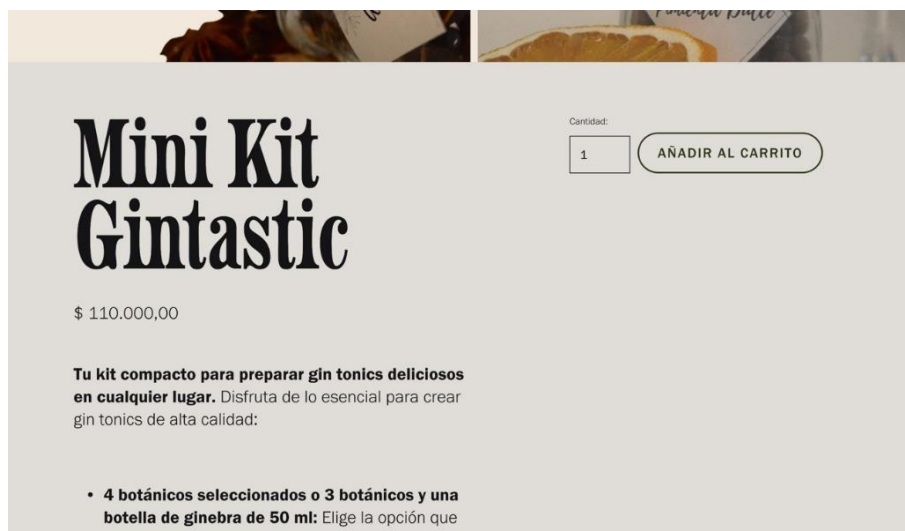
Gintastic vía correo electrónico o número de WhatsApp. También puede direccionarlos a las redes sociales de la marca. En el apartado de “preguntas frecuentes” o también llamado FAQ encontrarán preguntas que los clientes han realizado con regularidad para así poder facilitar la claridad de operación y proceso de compra de los productos.

### Ilustración 12 Tienda



Fuente: Elaboración propia

### Ilustración 13 Descripción Kit



Fuente: Elaboración propia

### Ilustración 14 Nosotros



Fuente: Elaboración propia

## Ilustración 15 Filosofía

**Nuestra filosofía:**

En Gintastic, creemos que el gin tonic es más que una simple bebida; es una experiencia sensorial que debe ser disfrutada con atención y pasión. Por eso, nos dedicamos a:

- Seleccionar cuidadosamente los mejores ingredientes**  
 Trabajamos con pequeños productores colombianos de botánicos para ofrecer productos únicos y de alta calidad, elaborados con ingredientes frescos.
- Crear recetas originales y creativas**  
 Nuestro equipo de bartenders han desarrollado un recetario con propuestas innovadoras que combinan tradición y vanguardia.
- Brindar una experiencia de compra personalizada**  
 Ofrecemos diferentes kits para que puedas elegir el que mejor se adapte a tus necesidades y preferencias. También puedes personalizar tu kit con los ingredientes que más te gusten.
- Compartir nuestra pasión por el gin tonic**  
 A través de nuestra comunidad, redes sociales y eventos, buscamos compartir nuestro conocimiento y pasión por el gin tonic con la comunidad.

Fuente: Elaboración propia

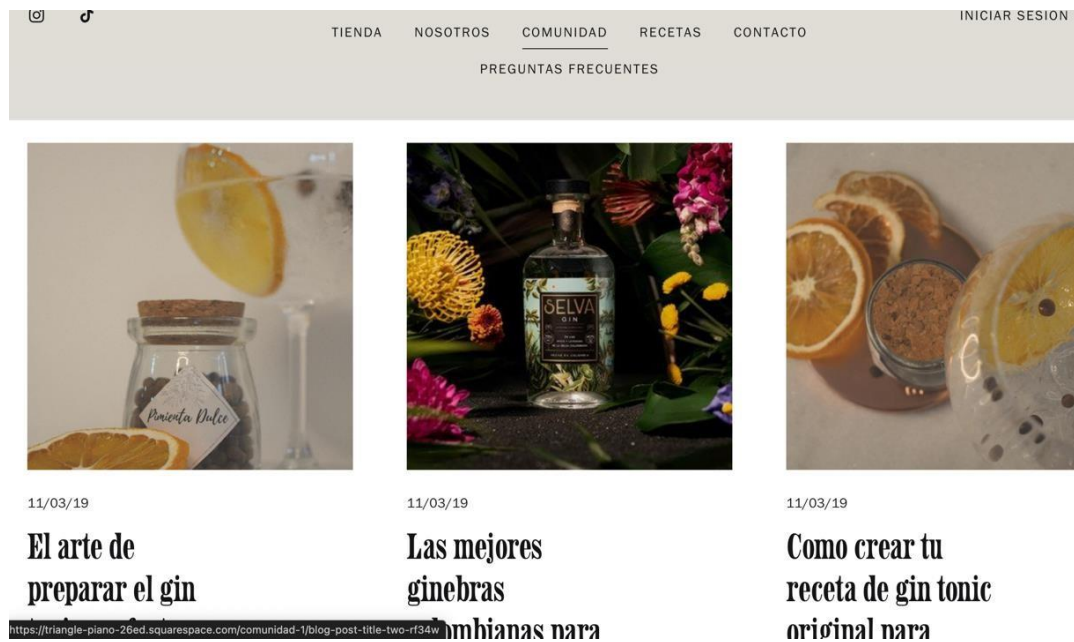
## Ilustración 16 Nuestros valores

**Nuestros valores:**

- Calidad:** Nos obsesionamos por la calidad de nuestros productos y servicios.
- Innovación:** Estamos en constante búsqueda de nuevas recetas y experiencias para ofrecer a nuestros clientes.
- Pasión:** Amamos lo que hacemos y transmitimos esa pasión en cada interacción con nuestros clientes.
- Compromiso:** Nos comprometemos con la satisfacción de nuestros clientes y con el desarrollo sostenible de la industria de bebidas espirituosas en Colombia.
- Comunidad:** Creemos en el poder de la comunidad y buscamos crear un espacio donde los amantes del gin tonic puedan compartir experiencias y conocimientos.

Fuente: Elaboración propia

## Ilustración 17 Comunidad



Fuente: Elaboración propia

## Ilustración 18 Recetas

# NUESTRAS RECETAS

## Estrellas



**Gin&Tonic Clásico con un Toque de Frescura**

50 ml de ginebra  
100 ml de tónica  
2 rodajas de limón deshidratado



**Gin&Tonic de Frutos Rojos con un Toque de Dulce.**

50 ml de ginebra aromática  
100 ml de tónica  
1 puñado de frutos rojos deshidratados (fresas, frambuesas, arándanos)



**Hazlo crecer.**

50 ml de ginebra cítrica  
100 ml de tónica premium  
1/4 de piña deshidratada

Fuente: Elaboración propia

### Ilustración 19 Contacto

## Contacto

Nombre (obligatorio)

Nombre	Apellidos

Correo electrónico (obligatorio)

Mensaje (obligatorio)

ENVIAR

Fuente: Elaboración propia

## Ilustración 20 Preguntas Frecuentes

# Preguntas frecuentes

### ¿Qué incluye un kit Gintastic?

Depende del Kit pero contienen:

- **Botánicos frescos:** Elige entre una amplia variedad de botánicos frescos y aromáticos para personalizar tus gin tonics.
- **Tónica premium:** Disfruta del sabor refrescante y equilibrado de una tónica de alta calidad
- **Ginebra.**
- **Deshidratados:** Agrega un toque especial a tus gin tonics con frutas deshidratadas frescas y aromáticas.
- **Recetario:** Descubre nuevas recetas para preparar gin tonics con ingredientes simples.
- **Guía de botánicos:** Aprende a combinar los botánicos con diferentes ginebras para crear experiencias de sabor únicas.

Fuente: Elaboración propia

## 9. Publicación y anuncios en internet

### 9.1 Pop-up Marketing

Se utilizarán anuncios Pop-Up dentro de la estrategia digital de Gintastic. El objetivo de estos anuncios es principalmente aumentar la base de datos de la marca en clientes potenciales que se ajusten al público objetivo, permitiendo enviar información de valor, interactuar y comunicarse con él. Por medio de este se podrá ofrecer incentivos, descuentos etc. Además, servirá para impulsar a usuarios que estén en la página web de Gintastic los cuales estuvieron a punto de realizar la compra, pero sin terminarla. El anuncio es visto como el estímulo en la mente del consumidor que hará efectiva la adquisición del producto.

#### Ilustración 21 Anuncio Pop-Up



**¡BIENVENIDO A GINTASTIC!**

¿Quieres un 10% off en tu primera compra?  
**¡Suscríbete y sé el primero en recibir ofertas exclusivas, bonos, regalos y mucho más!**

NOMBRE: \_\_\_\_\_

APELLIDO: \_\_\_\_\_

CORREO: \_\_\_\_\_

CELULAR: \_\_\_\_\_

Acepto los términos y condiciones y políticas de privacidad.

**SUSCRIBIRME**

Fuente: Elaboración propia

## 9.2 Anuncios Display

Esta estrategia de publicidad digital pretende que por medio del buscador Google, bajo el modelo de contratación por clicks se programen los anuncios que estarán relacionados con las palabras clave que el buyer persona puede estar interesado. Una vez que los usuarios hagan click en el botón “conoce más aquí” se redireccionará a la página web de la empresa para así atraer al cliente al punto de compras.

### Ilustración 22 Anuncios Display



Fuente: Elaboración propia.

## 10. Redes sociales

Gintastic emerge como una marca innovadora que busca posicionar sus Gin & Tonics como una experiencia única que captura el estilo y los sentidos de vida de los consumidores. Para este ambicioso objetivo, se quiere implementar una sólida estrategia de marketing digital en redes sociales que permita conectar con el público objetivo, generar engagement y, en última instancia, impulsar las ventas.

### 10.1 Objetivos de los anuncios en redes sociales

- Dar a conocer la marca y los productos premium que se ofrecen a una audiencia amplia y segmentada.
- Atraer los clientes potenciales que comparten el estilo de vida y los valores de la marca, caracterizados por la sofisticación, el buen gusto y la apreciación por experiencias únicas.
- Generar tráfico hacia el sitio web y el e-commerce para aumentar las visitas y fomentar la exploración de los productos.
- Aumentar las ventas online y offline, impulsando el crecimiento de la marca y la rentabilidad del negocio.
- Fidelizar a los clientes y convertirlos en embajadores de la marca, promoviendo la recomendación y la voz a voz.

Esta estrategia se implementará en plataformas como TikTok, Instagram y Facebook para

así aprovechar el alcance masivo y la capacidad de segmentación precisa que estas plataformas tienen para llegar a una audiencia amplia y relevante. Las estrategias que se utilizaron se dividieron por etapas como pueden ver a continuación:

### Ilustración 23 Estrategia etapa Atracción

**Estrategia por etapas**

**1. Atracción**

Llegar a más de 200.000 personas a través de Facebook/Instagram Ads, utilizando segmentación detallada por edad, intereses, idioma y ubicación para alcanzar a la audiencia objetivo con mayor precisión.

**Inversión inicial:** \$2 millones de pesos, asignados de manera estratégica para optimizar el retorno de la inversión.

**Anuncios:**

- Videos cortos y llamativos: Crear contenido audiovisual que destaque la experiencia sensorial única de Gintastic, utilizando técnicas como ASMR para generar impacto y despertar el interés del público.
- Testimonios de clientes satisfechos: Mostrar la experiencia positiva de los consumidores con la marca, utilizando testimonios auténticos y convincentes que generen confianza y credibilidad.
- Anuncios de remarketing: Impactar nuevamente a usuarios que han mostrado interés en los productos o han visitado el sitio web, aumentando las posibilidades de conversión.

**Contenido:**

- Publicaciones informativas sobre el gin tonic y su historia: Educar a la audiencia sobre el origen, la elaboración y las variedades del gin tonic, generando conocimiento y posicionando a Gintastic como una marca experta.
- Recetas originales de gin tonics: Compartir recetas creativas y atractivas para que los usuarios prueben en casa, fomentando la interacción y la experimentación con los productos.
- Concursos y sorteos: Organizar concursos y sorteos para generar engagement, aumentar la visibilidad de la marca y atraer nuevos seguidores.

Fuente: Elaboración propia

### Ilustración 24 Estrategia etapa Interacción

**2. Interacción**

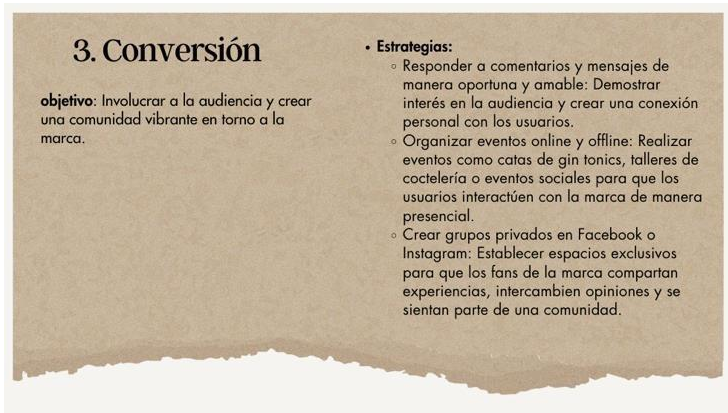
**objetivo:** Involucrar a la audiencia y crear una comunidad vibrante en torno a la marca.

**Estrategias:**

- Responder a comentarios y mensajes de manera oportuna y amable: Demostrar interés en la audiencia y crear una conexión personal con los usuarios.
- Organizar eventos online y offline: Realizar eventos como catas de gin tonics, talleres de coctelería o eventos sociales para que los usuarios interactúen con la marca de manera presencial.
- Crear grupos privados en Facebook o Instagram: Establecer espacios exclusivos para que los fans de la marca compartan experiencias, intercambien opiniones y se sientan parte de una comunidad.

Fuente: Elaboración propia

## Ilustración 25 Estrategia etapa Conversión



Fuente: Elaboración propia

## 11. Estrategias de marketing de proximidad

### 11.1 WhatsApp Marketing

Gintastic busca ofrecerles a sus clientes potenciales una experiencia premium, personalizada y generar una fidelización a través de una estrategia de marketing de proximidad por WhatsApp. Esta estrategia se enfocará en poder captar leads, brindar una experiencia 100% personalizada y premium para así poder atraer, capturar, fidelizar a sus clientes, poder medir y analizar resultados. Las maneras en las que cada uno se harán:

#### Captación de leads:

- ✓ Incluir el número de WhatsApp en las redes sociales para así poder facilitar el contacto con Gintastic para consultas, pedidos o reservas.

- ✓ Incentivar a tener un registro en WhatsApp, ofreciendo descuentos o beneficios exclusivos a clientes que se encuentren en la lista de contactos de WhatsApp de Gintastic.

### **Experiencia personalizada y premium:**

- ✓ Envío de contenido exclusivo, mediante WhatsApp tener un contenido especial como recetas nuevas, eventos, promociones especiales, entre otros.
- ✓ Recomendaciones y sugerencias, tener un apartado en nuestro WhatsApp donde a personas que ya realizaron una compra en Gintastic ofrecerles un seguimiento post compra. Brindarles recomendaciones de preparación, botánicos, recetas personalizadas para el cliente según sus gustos.
- ✓ Atención al cliente, atender a los clientes de una manera respetuosa y personalizada, donde se tenga como prioridad una respuesta rápida y eficiente.

### **Fidelización:**

- ✓ Contar con un programa de fidelización, donde se premien a los clientes recurrentes.
- ✓ Invitaciones a eventos especiales y catas, a los clientes de WhatsApp que son recurrentes.

## 11.2 Marketing de Influencer

Hoy en día, el marketing de influencers se ha vuelto esencial para alcanzar a un público objetivo de manera auténtica y efectiva. Gintastic, como un emprendimiento en sus inicios que busca crecer orgánicamente y establecer credibilidad, puede beneficiarse de esta estrategia al ser una marca de productos premium. La implementación de esta estrategia puede ayudar a Gintastic:

1. Ampliar el alcance de la marca, realizando colaboraciones con influencers como lo son: Los ñams, Bogotá Eats o The Kitchen Brothers. Los perfiles mencionados son no solo destacados, pero también relevantes del mundo de la gastronomía y la coctelería. Esto permitirá que Gintastic llegue a su público objetivo y tal vez a un público más amplio y diverso, aumentando el reconocimiento y la visibilidad de sus productos y marca.
2. Generar engagement y confianza en sus posibles clientes, la relación que han creado los influencers con sus seguidores es un factor clave a utilizar para que así, la recomendación de Gintastic tenga un impacto positivo y significativo en su decisión de compra. Su conocimiento en el mundo de la gastronomía y la coctelería les permite generar un contenido atractivo y relevante que resuene en su audiencia.
3. Fortalecer la imagen de la marca, tener una asociación con un influencer que comparta los valores de Gintastic va a contribuir a reforzar la imagen de la marca.

Esta estrategia de proximidad, implementándola de una manera efectiva puede llegar a hacer una de las herramientas más valiosas para Gintastic, permitiéndole alcanzar sus objetivos de marketing, fortalecer la presencia en el mercado y consolidarse como una marca premium en el mundo de los Gin & Tonics.

### **11.3 UGC Marketing**

Teniendo en cuenta las tendencias de consumo actuales, se tomó la decisión de que además de utilizar influencers, Gintastic implementará creadores de contenido UGC con el fin de optimizar sus resultados.

El UGC o “user generated content” es una estrategia de mercadeo que se enfoca en brindar contenido generado por el usuario. Esta estrategia nace frente a que, en un mercado tan saturado, las personas tienden a preferir escuchar recomendaciones, experiencias y opiniones de productos y/o servicios de personas normales, con necesidades y vivencias con las que se sientan identificados en su día a día.

Un estudio de Harris Interactive reveló que más del 90 % de los consumidores expresan que las reseñas de clientes reales influyen en las decisiones de compra (Redacción, 2024).

Se infiere que, las marcas que apliquen esta estrategia de contenido no solo están al tanto de las nuevas estrategias del marketing digital, sino que también siembran una conexión más profunda y auténtica con la audiencia (Ecommerce, 2024).

Los creadores UGC mostrarán como la marca se adecua en sus actividades rutinarias. Ya sea una noche con amigos, un cumpleaños o una celebración. Así mismo se harán reseñas, testimonios auténticos del uso del producto, unboxings y contenido creativo de alto valor.

El fin de implementar esta estrategia es capturar la atención y curiosidad de los nuevos conocedores de la marca. Así mismo, aumentar el reconocimiento, visibilidad y en especial la credibilidad de Gintastic.

## 12. Acciones Omnicanales dentro de la estrategia

Se implementará un código QR en nuestros kits, buscamos crear y fortalecer la fidelización con nuestros clientes. Esta estrategia se centra en ofrecer una experiencia mejorada y personalizada por medio de tres objetivos principales:

- ✓ **Experiencia personalizada:** Brindar diferentes recetas que se puedan crear con nuestros productos por medio de una selección al gusto en una encuesta. Esto aumenta la satisfacción de los clientes y la probabilidad de que comorensen nuestros kits nuevamente.
- ✓ **Promociones y descuentos especiales:** Si son clientes registrados, podrán acceder a promociones exclusivas. Esta estrategia nos ayuda a incentivar la compra recurrente y genera un valor agregado a la compra al hacer que los clientes se sientan especiales por pertenecer a nuestra comunidad.
- ✓ **Acceso a contenido exclusivo:** Tener un mood board con fotos y videos compartidas por nuestros clientes cuando usen sus kits y que puedan ver el contenido de los demás e inspirarse a crear nuevas combinaciones con las recetas únicas de cada uno.

El uso de los códigos QR en nuestros kits no solo mejora la experiencia de nuestros clientes, también nos ayuda a crear un canal constante y personalizado con ellos, cosa que fomenta la fidelización y el compromiso con nuestra marca.

### **13. Conclusiones**

El análisis de la competencia revela un mercado en crecimiento, donde Gintastic se posiciona con una oferta única y de alta calidad. El buyer persona identificado es un hombre joven, urbano, interesado en la coctelería y las experiencias premium, que consume contenido en redes sociales y realiza compras en línea.

La estrategia de contenido digital se centra en crear una comunidad en línea, interactuar con los clientes potenciales y generar engagement a través de redes sociales. Se implementarán estrategias de marketing de influencers y promociones, incluyendo ofertas especiales en fechas célebres. Los anuncios de pago (SEM) se dirigirán a palabras clave relacionadas con los intereses del buyer persona, redirigiendo a los usuarios a la página web para atraerlos al punto de compra.

La página web de Gintastic será el centro de la estrategia digital, optimizada para motores de búsqueda (SEO) y diseñada para ofrecer una experiencia de usuario intuitiva, con secciones dedicadas a la tienda, recetarios y comunidad. Las publicaciones y anuncios en internet, incluyendo pop-ups y anuncios display, se utilizarán para aumentar la base de datos de clientes potenciales y ofrecer incentivos.

En redes sociales, Gintastic buscará atraer a su público objetivo, generar tráfico hacia el sitio web y fomentar la exploración de productos. Se aprovechará el contenido generado por el usuario (UGC) para aumentar la credibilidad y autenticidad de la marca. Finalmente, se

implementarán estrategias de marketing de proximidad, como códigos QR en los kits, para ofrecer una experiencia personalizada y fortalecer la fidelización de los clientes.

En conclusión, se propone una estrategia de marketing digital integral que combina análisis de mercado, definición de buyer persona, contenido digital, anuncios de pago, presencia en redes sociales y marketing de proximidad para posicionarse como una marca líder en el mercado de kits de Gin & Tonics premium en Colombia.

#### 14. Referencias

- Ecommerce. (2024). Marketing Digital: Contenidos UGC, Clave en las Estrategias para 2024. *Ecommerce Factory*. <https://ecommercefactory.co/marketing-digital-contenidos-ugc-clave-en-las-estrategias-para-2024/>
- Euromonitor. (2022). *Reporte de consumo de bebidas espirituosas en Colombia*. <https://www-portal-euromonitor-com.ez.urosario.edu.co/analysis/related>
- Publirecta. (2022). *Ventajas del marketing promocional*. Publirecta. <https://publirecta.com/ventajas-del-marketing-promocional/>
- RAE. (2024a). *Alcohol*. Real Academia Española. <https://www.rae.es/diccionario-estudiante/alcohol>
- RAE. (2024b). *Coctelería*. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/coctelería>
- RAE. (2024c). *Ginebra*. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/ginebra>
- RAE. (2024d). *Gin-tonic*. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/gin-tonic>
- RAE. (2024e). *Kit*. Real Academia Española. <https://www.rae.es/diccionario-estudiante/kit>
- Redacción. (2023). *El Marketing de Influencers: Un fenómeno en crecimiento exponencial a nivel mundial que ha conquistado a las marcas*. PuroMarketing. <https://www.puromarketing.com/88/212574/marketing-influencers-fenomeno-crecimiento-exponencial-nivel-mundial-conquistado-marcas>

Redacción. (2024). *Contenidos UGC: Clave en las estrategias de marketing en 2024*.

PuroMarketing. <https://www.puromarketing.com/103/213232/contenidos-clave-estrategias-marketing-2024>