



Estrategia digital - Sip Safe

Trabajo de Grado – PADE 2

Andrea Carolina Rodríguez Herrera

Danna Valentina Naranjo Cañón

Lina Margarita Niño Uribe

Sofía Roa Pinto

Bogotá D.C.

2024



Estrategia digital - Sip Safe

Trabajo de Grado – PADE 2

Andrea Carolina Rodríguez Herrera – Administración de Empresas

Danna Valentina Naranjo Cañón – Administración de Negocios Internacionales

Lina Margarita Niño Uribe – Administración de Logística y Producción

Sofía Roa Pinto – Administración de Negocios Internacionales

Viviana Carolina Romero Peralta

Escuela de Administración

Bogotá D.C.

2024

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título *“Estrategia digital - Sip Safe”*, 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 este trabajo no ha sido entregado a ninguna institución con fines de calificación o publicación.

Lina Margarita Niño Uribe

Andrea Carolina Rodríguez Herrera

Danna Valentina Naranjo Cañón

Sofía Roa Pinto

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.

Lina Margarita Niño Uribe

Andrea Carolina Rodríguez Herrera

Danna Valentina Naranjo Cañón

Sofía Roa Pinto

Tabla de contenido

Tabla de contenido.....	5
Presentación y resumen.....	9
Abstract.....	10
1. Presentación.....	11
1.1. Introducción.....	11
1.2. Objetivo General del trabajo.....	12
1.3. Objetivos específicos del trabajo.....	12
2. Objetivos de la Estrategia Digital para la Empresa Seleccionada.....	13
2.1. Objetivos del Embudo.....	15
3. Presentación del Producto o Empresa al cual se le Realizó la Estrategia Digital.....	15
4. Análisis Digital de la Competencia.....	18
5. Definición del Buyer Persona.....	21
6. Línea de Contenidos para la Estrategia Digital.....	21
6.1. Objetivo de la estrategia de contenidos.....	21
6.2. Mix de la estrategia de contenidos.....	22
6.2.1. Estrategia de Contenido de Comunidad.....	23
6.2.2. Estrategia de contenido de Marketing.....	24
7. Posicionamiento SEO Optimización de Sitios Web para Motores de Búsqueda.....	25
8. Anuncio de Pago SEM.....	28
9. Página WEB.....	29
9.1. Página de inicio.....	29
9.1.1. Inicio – Menú de Navegación.....	29
9.1.2. Resumen de productos más vendidos.....	30
9.1.3. Accesos directos a otras secciones de la página web.....	31
9.1.4. Pie de la página web.....	32
9.2. Sección “Nosotros”.....	33
9.2.1. Introducción a la marca.....	34
9.2.2. Motivaciones detrás del producto.....	34
9.2.3. Misión.....	35
9.2.4. Visión.....	36

9.3.	Sección “Productos”	37
9.3.1.	Vista detallada de producto.....	38
9.4.	Sección “¿Cómo usarlos?”	40
9.4.1.	Información sobre tecnología usada y drogas capaces de detectar.....	40
9.4.2.	Modo de uso.....	41
9.5.	Sección “Comunidad”	42
9.6.	Sección “Contacto”	44
9.7.	Registro de perfil / Inicio de sesión	46
9.8.	Chat	47
9.9.	Previsualización de carro de compras.....	48
9.10.	Pasarela final de pago	49
10.	Publicidad y Anuncios en Internet	50
10.1.	Pop-up marketing.....	50
10.2.	Display	51
10.3.	Influencers.....	53
11.	Redes Sociales	53
11.1.	Instagram.....	54
11.2.	Tiktok.....	57
11.3.	WhatsApp	59
12.	E-Mail Marketing.....	60
13.	Estrategias de Marketing de proximidad	62
14.	Acciones de Omnicanalidad dentro de la estrategia	63
14.1.	Automatización de mensajes directos	63
15.	Conclusiones	63
16.	Referencias Bibliográficas	65

Tabla de figuras

Figura 1	15
Figura 2	17
Figura 3	17
Figura 4	21
Figura 5	22
Figura 6	25
Figura 7	27
Figura 8	28
Figura 9	30
Figura 10	30
Figura 11	31
Figura 12	33
Figura 13	33
Figura 14	35
Figura 15	36
Figura 16	36
Figura 17	38
Figura 18	39
Figura 19	39
Figura 20	41
Figura 21	42
Figura 22	43
Figura 23	43
Figura 24	44
Figura 25	45
Figura 26	46
Figura 27	47
Figura 28	49
Figura 29	50
Figura 30	51
Figura 31	52
Figura 32	52
Figura 33	55
Figura 34	55
Figura 35	56
Figura 36	58
Figura 37	59
Figura 38	61
Figura 39	62

Índice de tablas

Tabla 1	20
---------------	----

Glosario

Sumisión química: “Es el uso de una sustancia psicoactiva con fines delictivos, de forma que se pueda manipular las decisiones de las personas o modificar su comportamiento. En tales casos, los efectos farmacológicos de la sustancia suministrada evitan que la víctima se encuentre en condiciones de prestar su consentimiento legal o de presentar resistencia a su atacante.” (Échele cabeza, 2023)

Omnicanalidad: “es una estrategia de comunicación integral orientada a la atención del cliente. Un sistema omnicanal está diseñado para ofrecer múltiples canales de atención conectados con el objetivo de garantizar una experiencia satisfactoria al consumidor.” (Zendesk, 2020)

Caption: “es una breve explicación que acompaña una publicación o imagen. Su importancia radica en que sirve para enganchar a los internautas hacia contenido como imágenes, post, url de blog y mucho más. A través de un caption es posible conectar con la audiencia y así obtener interacciones, reacciones, comentarios, intercambio de ideas y participación.” (GradiWeb, 2019)

Call to action: “una palabra o una frase cuyo objetivo es conseguir que la persona que está leyendo tu mensaje realice una acción inmediata.” (Samu Parra, 2014)

Presentación y resumen

Durante el segundo semestre del 2024, en el marco del programa avanzado de direccional de empresas (PADE) de la Universidad del Rosario, bajo el marco de la Escuela de Administración, se desarrolló el presente trabajo con el objetivo de diseñar estrategias digitales aplicadas a la idea de negocio de Sip Safe, un producto innovador que combina tecnología y diseño, buscando prevenir la sumisión química y garantizando la seguridad de las mujeres.

Este trabajo se enfocó en desarrollar estrategias digitales prácticas para enfrentar los retos de posicionar una marca en un mercado emergente, como el uso de redes sociales, herramientas de SEO y SEM, creación de una página web y colaboraciones estratégicas. Así mismo, destaca la importancia de una estrategia de omnicanalidad como herramienta clave para transformar la idea en un negocio.

Palabras clave: Sumisión química, prevención, seguridad, mujeres, marketing digital, omnicanalidad.

Abstract

During the second semester of 2024, within the framework of the Advanced Business Management Program (PADE) of the Universidad del Rosario, under the framework of the School of Management, the present work was developed with the objective of designing digital strategies applied to the business idea of Sip Safe, an innovative product that combines technology and design, seeking to prevent chemical submission and ensuring the safety of women.

This work focused on developing practical digital strategies to meet the challenges of positioning a brand in an emerging market, such as the use of social networks, SEO and SEM tools, creation of a website and strategic collaborations. It also highlights the importance of an omnichannel strategy as a key tool to transform the idea into a business.

Keywords: Chemical submission, prevention, safety, security, women, digital marketing, omni-channel.

1. Presentación

1.1. Introducción

La noche de fiesta, que debería ser un espacio de esparcimiento y diversión, se convierte en un ambiente vulnerable para muchas mujeres, quienes deben mantenerse alerta frente a la inseguridad y las amenazas que acechan en bares, discotecas o incluso en las calles. Una de las amenazas más graves es la sumisión química, definida por Échele Cabeza (2023) como el uso de sustancias psicoactivas con fines delictivos, que se introducen en las bebidas de las víctimas para manipular su comportamiento y decisiones, dejando muchas veces a las mujeres en estado de incapacidad para dar su consentimiento o resistirse a un ataque.

En Bogotá, el Concejo de Bogotá (n.d.) reporta que el 56% de los casos de ataques sexuales contra mujeres están relacionados con el consumo de alcohol y sustancias psicoactivas. En un estudio de la Universidad Nacional, se evidenció que algunas víctimas presentaron combinaciones de sustancias como benzodiazepinas o fenotiazinas, las cuales inducen efectos similares a los de

la sumisión química, lo que subraya la necesidad urgente de soluciones efectivas para prevenir estos delitos.

Ante esta realidad, y con el objetivo de brindar una herramienta de protección y prevención, hemos creado un producto innovador: joyería diseñada para la detección de sustancias psicoactivas en bebidas. Estos accesorios contienen en su interior tiras reactivas que cambian de color al entrar en contacto con cualquier sustancia química que pueda haber sido añadida sin el consentimiento de la mujer, y que ponga en riesgo su integridad. Si bien reconocemos que la lucha contra la violencia de género requiere un cambio sistémico profundo, creemos que esta línea de accesorios puede ser un primer paso crucial para proteger a las mujeres y contribuir a una cultura de seguridad y confianza.

Se pretende exponer a lo largo del presente trabajo la estrategia digital para posicionar a Sip Safe, buscando el reconocimiento del producto y su innovación, pero además, informar sobre la importancia de la prevención de la sumisión química y la creación de una comunidad activa y comprometida con la seguridad de todas. En plataformas como Instagram, TikTok y WhatsApp, se promoverán contenidos educativos, inspiradores y productos que empoderen a las mujeres, fomentando el conocimiento y la acción contra este tipo de violencia.

1.2. Objetivo General del trabajo

Diseñar una estrategia omnicanal enfatizada en marketing digital para atraer e interactuar eficazmente con el público objetivo, con el propósito de consolidar a Sip Safe como una solución en la prevención de la sumisión química.

1.3. Objetivos específicos del trabajo

- Desarrollar estrategias de marketing digital que permitan a Sip Safe construir una comunidad sólida de mujeres a través de la página web y redes sociales, fomentando una conexión emocional con la marca y, al mismo tiempo, generando confianza en ellas y promoviendo la educación sobre la prevención de la sumisión química.
- Aumentar el reconocimiento de Sip Safe en Colombia a través de estrategias de SEO, SEM, marketing de influencia y campañas en redes sociales, en coherencia con los objetivos de contenidos tópicos, para posicionar la marca como líder en la prevención de la sumisión química.

2. Objetivos de la Estrategia Digital para la Empresa Seleccionada

Para Sip Safe es esencial que su producto empiece a ser conocido dentro del mercado y en la mente de sus consumidores; es por esto que es necesario construir una imagen de la marca a través de mensajes en donde se destaquen los atributos y beneficios del producto, al igual que mensajes tipo emocional y de involucramiento; en donde se logre conectar de una manera especial con los consumidores.

Para lograr esto, es necesario establecer la intención y la implementación estratégicas de la comunicación que se desea tener; teniendo como base cuatro de las “m” del modelo de las 6M en las comunicaciones de mercadeo.

Para empezar, se estableció la misión, en donde idealmente se responde al propósito de la comunicación. El cual en este caso sería Posicionar a Sip Safe como una herramienta innovadora,

elegante y eficaz para prevenir estos ataques. Además, busca generar ventas de los productos y fortalecer su imagen como símbolo de empoderamiento femenino.

Por otro lado, se establece el mercado, lo cual responde a quienes van dirigido el mensaje. Para el caso de Sip Safe, es una marca dirigida a Mujeres jóvenes de entre 18 y 35 años que viven en ciudades grandes de Colombia y están preocupadas por su seguridad en eventos sociales, bares y discotecas. También se enfoca en aquellas que valoran las soluciones discretas, innovadoras y de moda, que combinan tecnología y protección personal.

En tercer lugar, se plantea el mensaje, estableciendo el mensaje que se quiere comunicar. El cual se divide en tres partes:

- **El problema:** La creciente amenaza de la sumisión química en entornos sociales, que pone en riesgo la seguridad de las mujeres.
- **La solución:** Sip Safe, una línea de joyería discreta e inteligente que, a través de una tecnología cromatográfica avanzada, detecta sustancias adulterantes en las bebidas, ofreciendo protección y confianza.
- **Empoderamiento:** Más que una herramienta, Sip Safe es un símbolo de empoderamiento femenino, diseñado para ayudar a las mujeres a sentirse seguras y recuperar el control en entornos potencialmente peligrosos.

Por último, se deciden los medios por los cuales se transmitirá la historia. Para esto, se busca utilizar las redes sociales como Instagram y tik tok, de tal manera que se pueda mostrar de una manera ilustrativa el uso del producto, y allí tener colaboración con influencers. Por otro lado, se creará una página web, en donde se podrá comprar y personalizar el producto. De igual manera, se planea participar en ferias y eventos de moda y de seguridad femenina. Finalmente, por medio

de podcast con alianzas a ONG e influencers, se desea generar conciencia y contenido educativo sobre la sumisión química.

2.1. Objetivos del Embudo

La estrategia digital de Sip Safe está diseñada para captar la atención de los consumidores, generar interés en la marca, y fomentar la interacción con la marca y el producto, todo esto a través acciones específicas y medibles. Es por esto que hay dos objetivos principales a los que se desea llegar, objetivo de atracción y de acción.

El objetivo de atracción es el primer paso de la estrategia, y el cual busca aumentar la visibilidad de Sip Safe y atraer tráfico hacia el sitio web y las redes sociales. Para lograrlo, se desea incrementar en un 15% el tráfico digital durante los próximos seis meses, alcanzando 30.000 visitas únicas al mes. Esto se logrará mediante las campañas publicitarias en las redes sociales, además de colaboraciones estratégicas con influencers y ONG.

Por otro lado, el objetivo de acción busca convertir la atracción en interacción. Para esto, se busca que en los próximos seis meses el 7% de las personas que visiten el sitio web interactúen con las funcionalidades disponibles, como la personalización de los productos y el registro para obtener descuentos en la primera compra.

3. Presentación del Producto o Empresa al cual se le Realizó la Estrategia Digital

Figura 1

Logo con slogan de Sip Safe



Fuente: Elaboración propia

Sip Safe es una marca de joyería innovadora que combina elegancia, seguridad y funcionalidad en sus accesorios. Los productos están diseñados para prevenir la sumisión química de manera discreta y sofisticada, gracias a la integración de tiras reactivas capaces de detectar sustancias psicoactivas en bebidas.

La propuesta de Sip Safe surge de la necesidad de ofrecer una solución práctica y efectiva para proteger a las mujeres en entornos sociales. La línea de accesorios incluye pulseras, anillos y collares, cada uno equipado con un relicario funcional que permite almacenar hasta diez tiras cromatográficas. Estas tiras reaccionan al entrar en contacto con bebidas —alcohólicas o no—, cambiando de color al detectar sustancias potencialmente peligrosas.

Las tiras reactivas de Sip Safe pueden identificar cuatro familias de medicamentos y tres de las sustancias químicas más frecuentes en casos de sumisión química, entre ellas escopolamina, ketamina, GHB, antidepresivos, antihistamínicos, sedantes como las benzodiazepinas y opioides. Cada tira es de un solo uso, lo que garantiza precisión y practicidad en su aplicación.

Además, Sip Safe se distingue por la atención a los detalles estéticos de sus productos. Los accesorios presentan diseños minimalistas y opciones de personalización, adaptándose a las tendencias actuales y al uso cotidiano. Los accesorios al ser fabricados en acero inoxidable y bañados en rodio, ofrecen resistencia a la corrosión, un acabado brillante y propiedades hipoalergénicas, asegurando calidad y durabilidad para las usuarias.

Figura 2

Prototipo anillo tipo relicario Sip Safe



Fuente: Ideogram AI, 2024

Figura 3

Prototipo de anillo con dije de corazón Sip Safe



Fuente: Ideogram AI, 2024

4. Análisis Digital de la Competencia

El análisis de la competencia para un producto como los accesorios de Sip Safe presenta retos específicos, dado que actualmente existen pocas alternativas directas en el mercado. Si bien hay bienes sustitutos, como llaveros de defensa personal o pruebas de drogas, estos carecen de características clave como efectividad, discreción y una amplia capacidad de detección de sustancias. Además, no están asociados a empresas específicas, lo que dificulta establecer una competencia directa clara.

En este contexto, el análisis de la competencia se centrará en dos opciones con mayor similitud al concepto de Sip Safe. Por un lado, NightCap, una empresa estadounidense que produce tapas de tela antilfluidos diseñadas para prevenir la adulteración de bebidas. Por otro, las pulseras

Centinela, son manillas de origen español, fabricadas en polietileno y equipadas con dos pruebas de detección de drogas de un solo uso.

Ninguna de las dos empresas analizadas, NightCap y Pulseras Centinela, ha logrado consolidar una marca fuertemente posicionada en sus respectivos mercados de origen (Estados Unidos y España). Sin embargo, sus estrategias de marketing y presencia digital muestran enfoques muy diferentes, que generan fortalezas y debilidades particulares.

NightCap destaca por su fuerte presencia en redes sociales. En plataformas como YouTube e Instagram, acumula más de 75 mil seguidores, mientras que en TikTok sobresale con más de 460 mil seguidores, gracias a contenido viral que ha generado gran visibilidad para la marca. No obstante, esta alta popularidad en redes sociales no se traduce completamente en tráfico hacia su página web. De sus 460 mil seguidores en TikTok, solo aproximadamente 17,600 visitas se reflejan en su comercio digital, lo que evidencia una baja tasa de conversión. Aunque cuentan con un considerable porcentaje de tráfico directo (53.43%), la falta de integración eficaz entre redes sociales y la tienda online podría estar limitando sus ventas.

Por otro lado, el caso de Pulseras Centinela es distinto. La empresa carece de presencia en redes sociales y se centra exclusivamente en su página web, lo que ha limitado su alcance. Su principal fuente de tráfico proviene de buscadores, con un sólido 52.38%, en contraste con el 25.22% de NightCap. Esto podría indicar que los usuarios están interesados en aprender sobre el producto o que, debido a la ausencia de redes sociales, recurren a buscarlos directamente en buscadores. Sin embargo, el tráfico total de su página web es significativamente menor, con solo 676 visitas, lo que refleja un bajo nivel de visibilidad general.

Además, es importante destacar que ninguna de las dos empresas utiliza estrategias de marketing por correo electrónico o anuncios de display, lo que representa una oportunidad desaprovechada para fortalecer su alcance y retención de clientes.

Estas falencias y baja competencia representan una gran oportunidad para Sip Safe. Inicialmente porque no existe un producto similar en Colombia, lo que de entrada ya deja todo un mercado por explorar. Pero además ninguna de las dos competencias analizadas cuenta con un comercio electrónico fuerte o posicionado, por ejemplo no toman en cuenta el e-mail marketing, ni colaboraciones con influencers. La única que realmente ha tratado de hacer comunidad ha sido NightCap, y es relevante decir que ninguna de las dos marcas está orientada hacia mujeres, sino al público joven en general, lo que para Sip Safe también puede ser una gran oportunidad para generar cada vez más engagement. A continuación, se encuentra la información recopilada a partir del análisis del desempeño de los sitios web de ambas empresas:

Tabla 1

Recuento métricas y datos del análisis digital de la competencia

Sitio Web		
Métrica	NightCap	Centinela
Número de visitas	17616	676
Promedio de duración	0:00:24	0:00:39
Número Pag. Vistas	1,87	1,95
Rebote	46,56%	45,68%
Tráfico por países (USA - España)	64,46%	64,46%

Fuentes de Tráfico		
Métrica	NightCap	Centinela
Directo	53,43%	36,39%
Referidos	4,46%	6,28%
Buscadores	25,22%	52,38%
Redes Sociales	16,18%	4,09%
Emailing	0,04%	0,11%
Display	0,36%	0,50%

Fuente: Elaboración propia

5. Definición del Buyer Persona

Figura 4

Infografía Buyer persona para Sip Safe



Fuente: Elaboración propia

6. Línea de Contenidos para la Estrategia Digital

6.1. Objetivo de la estrategia de contenidos

Diseñar una estrategia digital para SipSafe que permita atraer y consolidar una comunidad de mujeres colombianas, posicionando a la marca como una herramienta líder en la prevención de la sumisión química. Esta estrategia se centrará en la creación de contenido educativo e informativo, difundido principalmente en plataformas como Instagram, TikTok y Spotify.

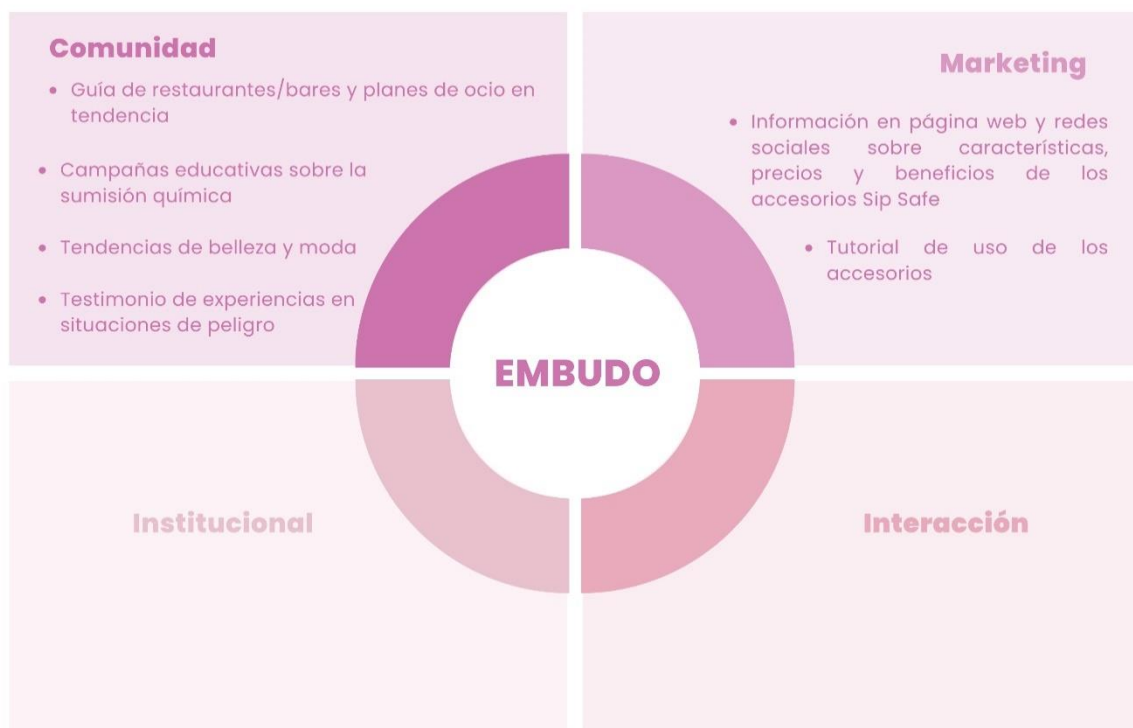
Además, buscará fomentar la participación activa de la comunidad mediante el intercambio de experiencias y relatos compartidos, generando conexión emocional y confianza en la marca.

6.2. Mix de la estrategia de contenidos

En concordancia con los objetivos de embudo —Atracción y acción—, los contenidos tópicos se han definido para los cuadrantes de comunidad y marketing, con el fin de, en un inicio, atraer masa para dar a conocer la marca y sus productos, y generar también interacción.

Figura 5

Matriz de contenidos tópicos



Fuente: elaboración propia.

6.2.1. Estrategia de Contenido de Comunidad

En el desarrollo de la estrategia de comunidad de SipSafe, conectar emocionalmente con las potenciales clientas es fundamental. La marca aborda una problemática real y lamentablemente cada vez más común. Por ello, busca crear un espacio seguro donde las mujeres se sientan informadas, apoyadas y empoderadas.

Una parte clave de esta estrategia son las campañas informativas y de sensibilización sobre la sumisión química, diseñadas para educar sobre los riesgos, cómo identificar situaciones de peligro, prevenirlas y actuar en caso necesario. Estas campañas se difundirán principalmente a través de infografías y publicaciones en Instagram, con el objetivo de comunicar la información de manera clara y accesible.

Además, para establecer una conexión emocional más profunda, SipSafe lanzará un podcast que funcionará como un espacio seguro para que las mujeres compartan sus historias y experiencias. Este formato fomentará la conciencia, fortalecerá el sentido de sororidad y destacará la importancia de herramientas preventivas como las que ofrece la marca.

Para generar mayor engagement con la audiencia, se desarrollará contenido relevante para el perfil de nuestro buyer persona: mujeres que disfrutan de los espacios de ocio y las tendencias actuales. Entre los contenidos planeados están guías de bares, restaurantes y discotecas recomendados en ciudades clave —Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Cartagena—, así como actualizaciones sobre tendencias en moda y belleza.

Todo este contenido se compartirá en las redes sociales principales de SipSafe, como TikTok e Instagram, reforzando su presencia digital. También se aprovechará la página web para ampliar el alcance y generar vínculos hacia estos contenidos.

6.2.2. Estrategia de contenido de Marketing

La estrategia de marketing de SipSafe está diseñada para destacar los atributos y beneficios de los accesorios, resaltando su propuesta de valor y los factores que los diferencian en el mercado. El enfoque se centra en comunicar claramente la combinación de elegancia, funcionalidad y seguridad que caracteriza a la marca, utilizando principalmente la página web y redes sociales como Instagram.

En la página web se presentará una vitrina virtual del e-commerce que mostrará la variada oferta de joyas, incluyendo anillos, pulseras y collares con relicarios adaptables a distintos estilos y preferencias. Se enfatizarán opciones de personalización, como colores y formas de los relicarios, para captar la atención de diversas clientas. Además, se incluirá información sobre la venta de repuestos de tiras reactivas, para así incentivar la recompra.

La estrategia de precios se formula considerando la realidad socioeconómica de Colombia, mostrando costos accesibles pero competitivos. A través de una comunicación transparente en la página web, se destacará la relación costo-beneficio del producto, enfatizando en su durabilidad, funcionalidad y diseño estilizado. Esto reforzará la percepción del producto como una inversión en seguridad y estilo.

Un pilar fundamental de la estrategia de mercadeo será darle un papel protagónico a la tecnología cromatográfica integrada en los accesorios. Para ello, se desarrollarán tutoriales de

uso visuales y didácticos que explicarán claramente cómo insertar las tiras reactivas en las bebidas, identificar los resultados y cómo recargar los relicarios, además de consejos de cuidado general de los accesorios. Estos tutoriales estarán disponibles tanto en la página web como en Instagram, facilitando a las clientas entender y confiar en la efectividad del producto.

7. Posicionamiento SEO Optimización de Sitios Web para Motores de Búsqueda

Figura 6

Cuadro de posicionamiento SEO

Keywords	Dispositivos para detectar drogas, detector, bebidas, trago.
Keyword primaria	detectar drogas en bebidas
URL	www.sipsafe.com/detectodrograsbebidas
Metadescripción	SipSafe es un detector discreto para detectar drogas en bebidas. Diseñado para brindar seguridad en bares y fiestas, combina tecnología y estilo para ayudarte a detectar drogas en bebidas y mantenerte protegida.
Título de la página	Sip Safe Brilla sin preocupaciones
Título del contenido	Joyería para mujeres que detecta drogas en las bebidas

Fuente: Elaboración propia.

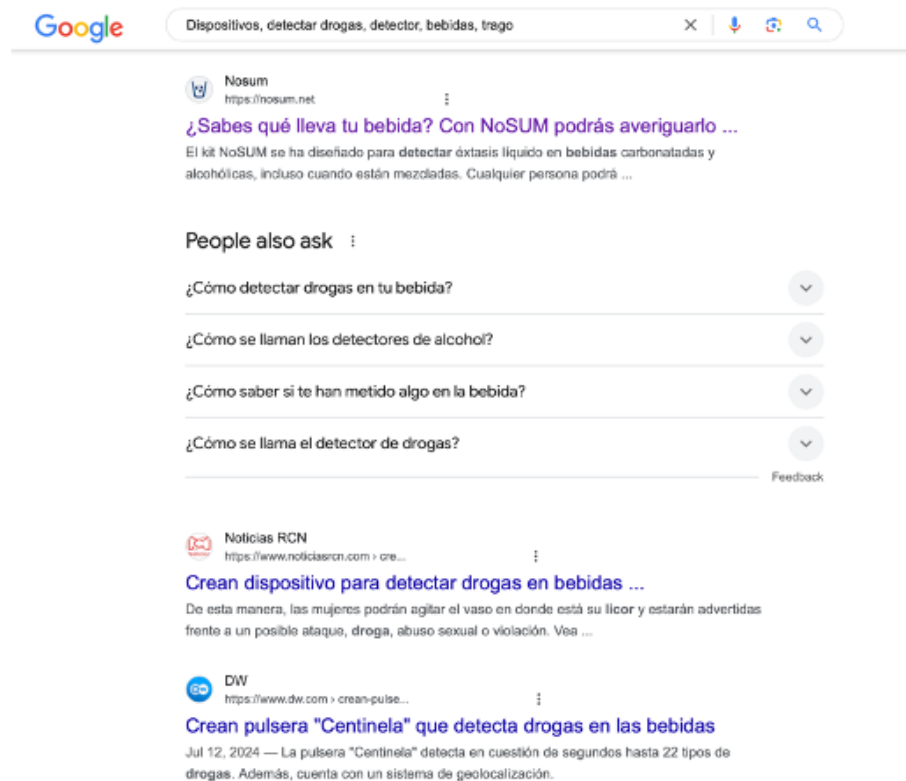
Sip Safe alcanza un posicionamiento SEO orgánicamente, de tal manera que no se ve en la necesidad de realizar ningún tipo de pago para aparecer de primeras en los motores de búsqueda, como lo son Google, safari, o Yahoo!. Esto busca atraer tráfico y mejorar la experiencia del usuario, de tal manera que se logre fortalecer la conexión entre la marca y su público objetivo. Para lograr esto, se realizó un listado de palabras claves; lo que permitió identificar los términos que utilizan las personas para buscar soluciones relacionadas con el producto. En este caso, las keyword son: Dispositivos, detectar drogas, detector, bebidas, trago.

El siguiente paso a seguir fue definir las keyword primaria, la cual fue seleccionada tras un análisis en herramientas especializadas como soovle, lo que ayudaba a entender el volumen de búsqueda que esto tenía, la relevancia para el público y la posibilidad para posicionarse en los motores de búsqueda. Por esto, la palabra clave primaria que se eligió fue “Detectar drogas en bebidas”.

Para finalizar con el posicionamiento SEO, se desarrolló contenido relacionado con la keyword primaria, entre esto se creó una URL, la meta descripción, el título de la página y el título del contenido. Todo esto con el fin de captar la atención de los consumidores.

Figura 7

Búsqueda de key words



Fuente: Motor búsqueda Google.

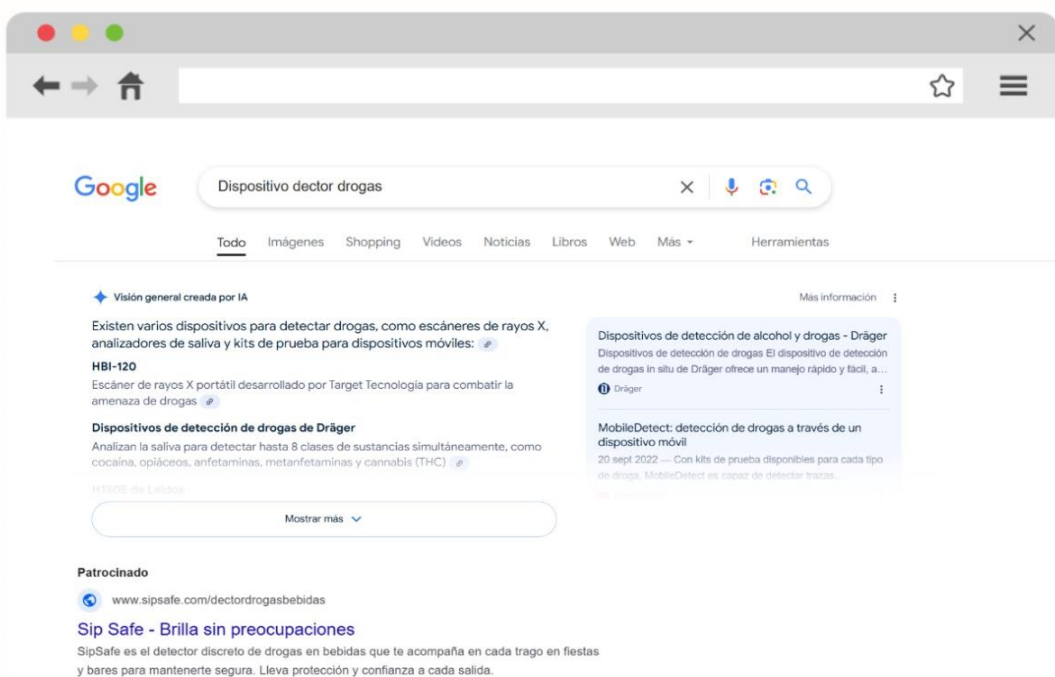
8. Anuncio de Pago SEM

El anuncio de pago SEM es creado por medio de Google Adwords, el cual permite generar atracción hacia los clientes, con el objetivo de darles a conocer Sip Safe, una marca de joyería funcional enfocada en la seguridad personal de las mujeres. Así mismo, busca motivarlos a entrar al sitio web para que puedan interactuar con los productos, conocer cómo funcionan las joyas con tecnología para detectar sustancias químicas peligrosas como la escopolamina.

De esta manera, se les brinda una experiencia cercana y confiable que facilita su acceso a los productos, generándoles satisfacción al adquirir una joya que combina estilo y protección personal.

Figura 8

Anuncio SEM



The image shows a screenshot of a Google search results page. The search query is "Dispositivo dectordrogas". The page displays several organic search results and a sponsored advertisement at the bottom.

Organic Search Results:

- Visión general creada por IA:** Existen varios dispositivos para detectar drogas, como escáneres de rayos X, analizadores de saliva y kits de prueba para dispositivos móviles: [🔗](#)
- HBI-120:** Escáner de rayos X portátil desarrollado por Target Tecnología para combatir la amenaza de drogas [🔗](#)
- Dispositivos de detección de drogas de Dräger:** Analizan la saliva para detectar hasta 8 clases de sustancias simultáneamente, como cocaína, opiáceos, anfetaminas, metanfetaminas y cannabis (THC) [🔗](#)

Sponsored Advertisement:

Patrocinado
www.sipsafe.com/dectordrogasbebidas
Sip Safe - Brilla sin preocupaciones
SipSafe es el detector discreto de drogas en bebidas que te acompaña en cada trago en fiestas y bares para mantenerte segura. Lleva protección y confianza a cada salida.

Fuente: Elaboración propia

9. Página WEB

A continuación, se detalla cada sección de la página web, desglosando sus componentes clave para entender mejor su funcionalidad y el papel que juega cada una en la estrategia digital de la marca. Cada parte está diseñada con un propósito específico, orientado a mejorar la experiencia del usuario, facilitar la navegación y optimizar la conversión.

9.1. Página de inicio

En la página de inicio, se busca proporcionar al usuario una introducción clara y concisa sobre el producto y su función. Además, se presentan diferentes contenidos que permiten al usuario explorar un adelanto de las demás secciones de la página web, incentivando su curiosidad y facilitando la navegación hacia áreas clave para conocer más sobre la marca, sus productos y contenidos de comunidad.

9.1.1. Inicio – Menú de Navegación

Al abrir la página, la imagen inicial ofrece una visión general de todo el contenido disponible. En esta vista se pueden identificar los elementos clave, como las diferentes secciones, el chat en vivo, el carrito de compras y la opción para iniciar sesión. El logo aparece en la parte superior, y justo debajo, el banner con el mensaje "joyas detectoras de sustancias psicoactivas", que introduce claramente el producto, destacando su función principal. Además, el botón de "Acerca de la marca" redirige al usuario a la sección "Nosotros", donde podrá conocer más detalladamente el propósito de la marca y la filosofía detrás de los productos.

Figura 9

Menú de navegación



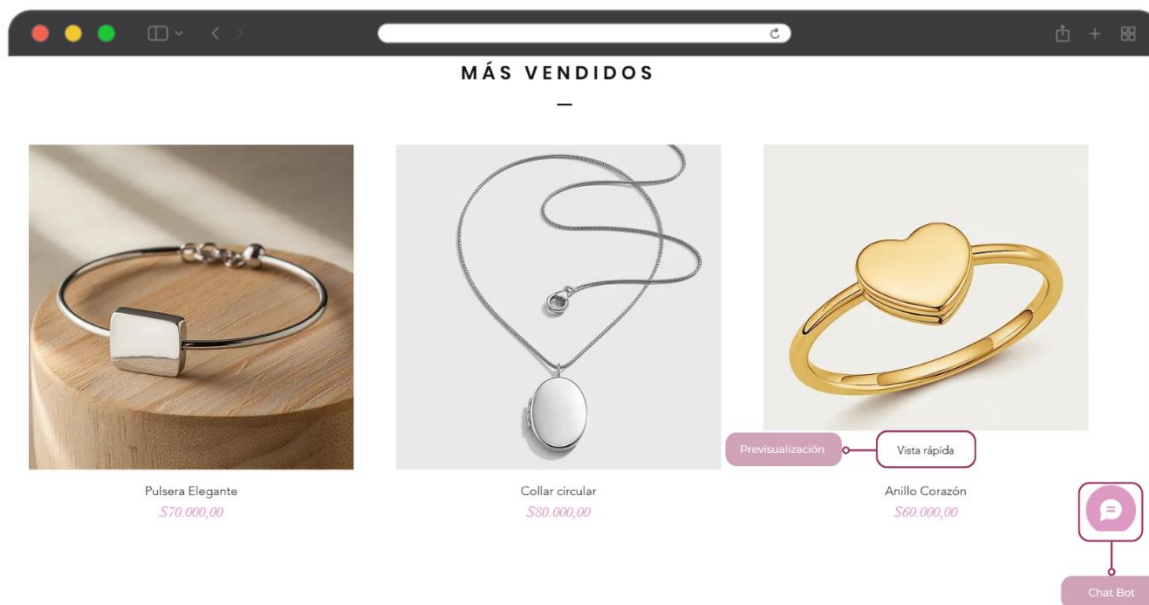
Fuente: Elaboración propia.

9.1.2. Resumen de productos más vendidos

Justo debajo, se exhibe un display de los productos más vendidos de SipSafe, donde se destacan los tres modelos de accesorios más populares junto con sus diseños más demandados. Para facilitar la decisión de compra, los precios se muestran claramente debajo de cada imagen de los productos, permitiendo al cliente obtener información rápida y directa sobre el costo de cada artículo.

Figura 10

Productos más vendidos



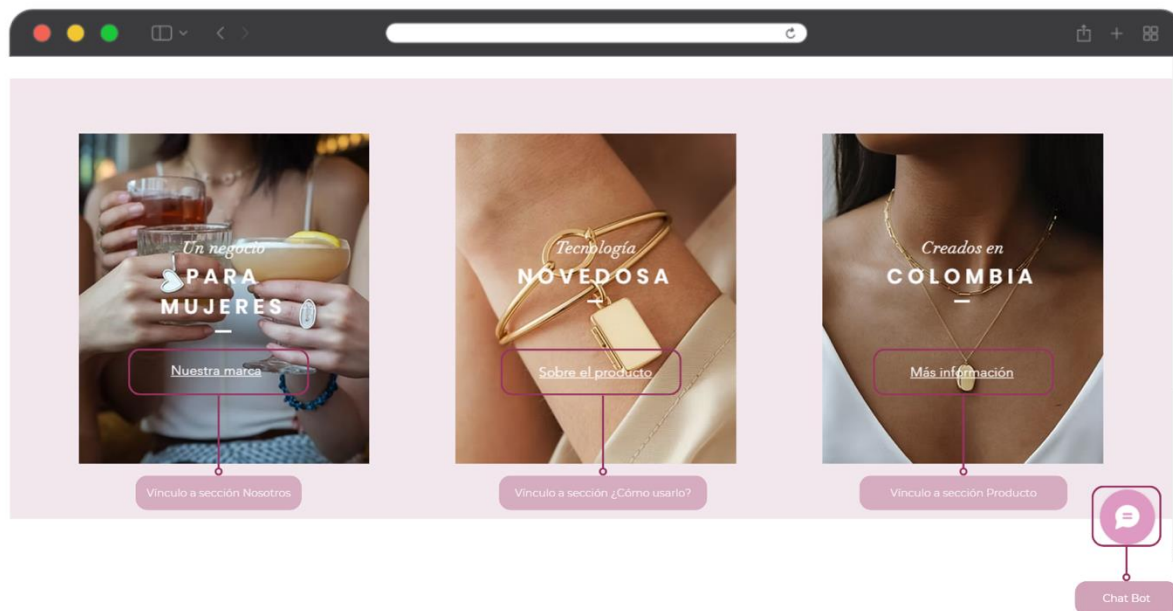
Fuente: Elaboración propia.

9.1.3. Accesos directos a otras secciones de la página web

A continuación, se presentan tres vínculos directos hacia las secciones de "Nosotros", "Productos" y "¿Cómo usarlos?", cada uno con títulos atractivos que captan la atención del usuario y destacan el valor diferencial de SipSafe. Por ejemplo, en los tres recuadros se enfatiza que es una joya diseñada para mujeres, fabricada en Colombia, y con la tecnología cromatográfica como protagonista nuevamente, siendo coherentes con las estrategias planteadas a lo largo del presente trabajo. Estos vínculos están pensados para resaltar las características únicas del producto, incentivando al usuario a explorar más sobre la marca y su oferta.

Figura 11

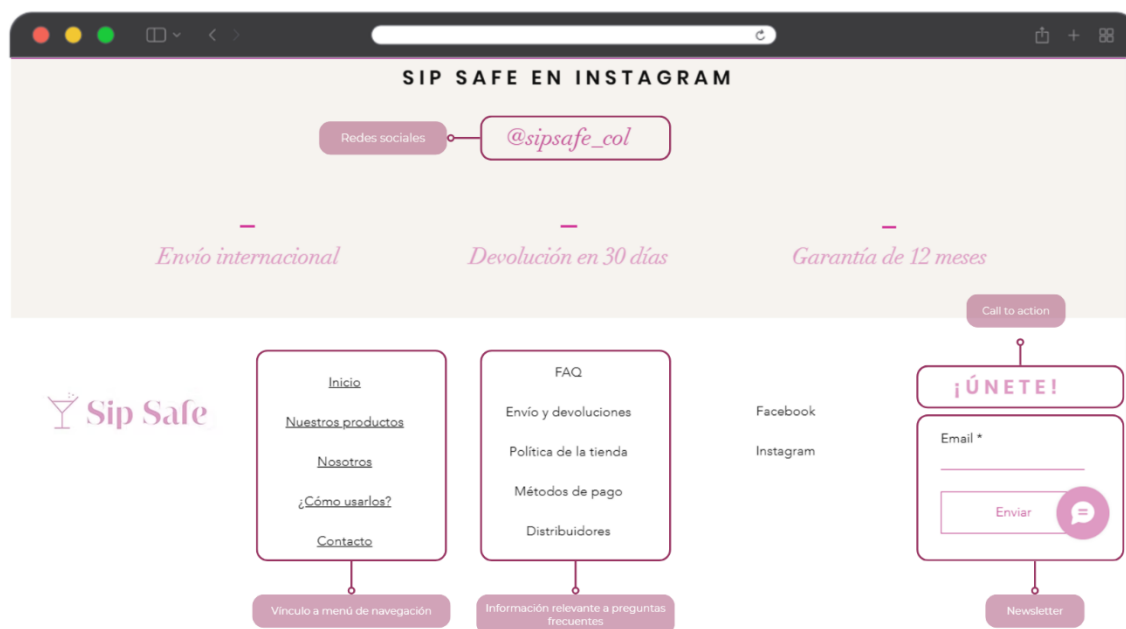
Accesos adicionales



Fuente: Elaboración propia.

9.1.4. Pie de la página web

En el footer o pie de la página web, se presenta el contacto de Instagram como una forma directa de interactuar con la marca. Además, se incluyen promesas de valor clave para los clientes, tales como la garantía de satisfacción y la política de devolución. Un poco más abajo, se repite un resumen con los vínculos directos a las principales secciones del sitio, facilitando la navegación. También se incorpora una sección de preguntas frecuentes para resolver dudas comunes de manera rápida, enlaces a redes sociales para fomentar la interacción y, finalmente, una pequeña sección de suscripción al newsletter, buscando el llamado a la acción y así lograr mantener a los usuarios informados sobre novedades, ofertas y contenido relevante.

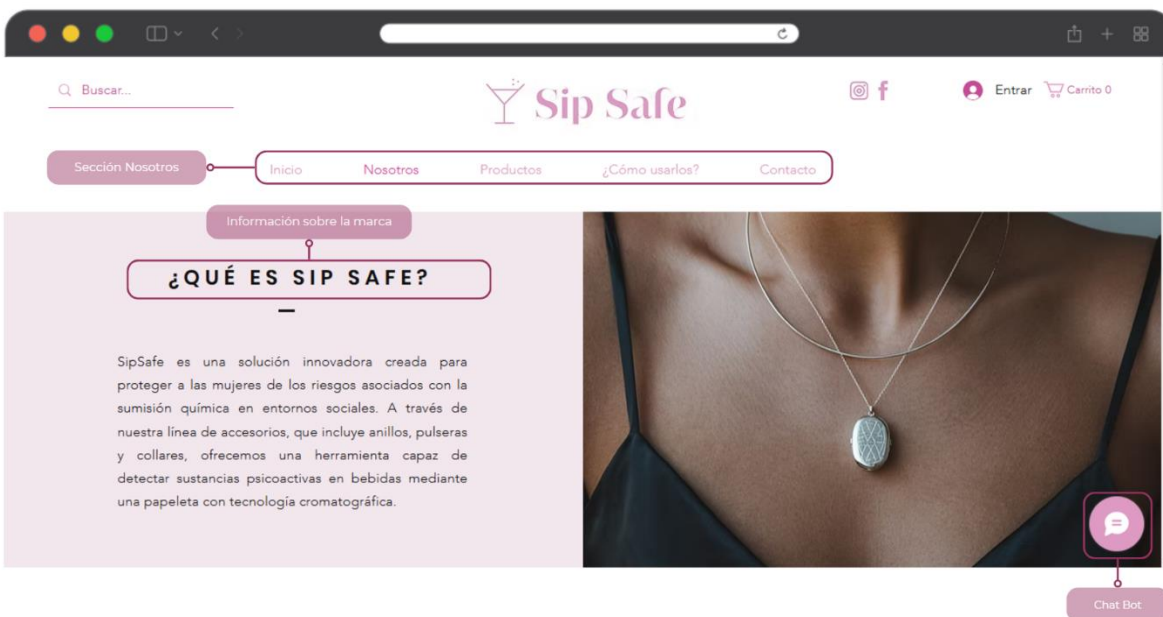
Figura 12*Pie de la página web*

Fuente: Elaboración propia.

9.2. Sección “Nosotros”

La sección tiene como objetivo principal presentar a SipSafe, mostrando las motivaciones que impulsaron la creación de sus productos y destacando la misión y visión de la marca. Esta sección ofrece un vistazo al corazón de SipSafe, destacando su propósito social. Se enfatiza que SipSafe es una marca diseñada específicamente para mujeres colombianas preocupadas por su seguridad, creando un vínculo emocional y de confianza con su audiencia.

Figura 13*Sección “Nosotros”, página web*



Fuente: Elaboración propia.

9.2.1. Introducción a la marca

La sección en su totalidad está compuesta por breves fragmentos de texto diseñados para brindar una introducción clara y concisa a la esencia de la marca. El primer fragmento responde a la pregunta "¿Qué es SipSafe?", presentando a la empresa como una joyería innovadora que combina estilo y seguridad. Este enfoque busca transmitir la propuesta de valor principal de SipSafe desde el primer momento.

9.2.2. Motivaciones detrás del producto

La segunda subsección está diseñada para transmitir al usuario los motivos que inspiraron la creación de SipSafe. Aquí se refuerza el propósito principal de la marca: proteger a las mujeres, haciéndolas sentir seguras y empoderadas en su día a día. Este espacio no solo resalta el

compromiso de la empresa con la seguridad femenina, sino que también integra un mensaje de sororidad, fomentando un sentido de comunidad y apoyo mutuo entre las mujeres.

Figura 14

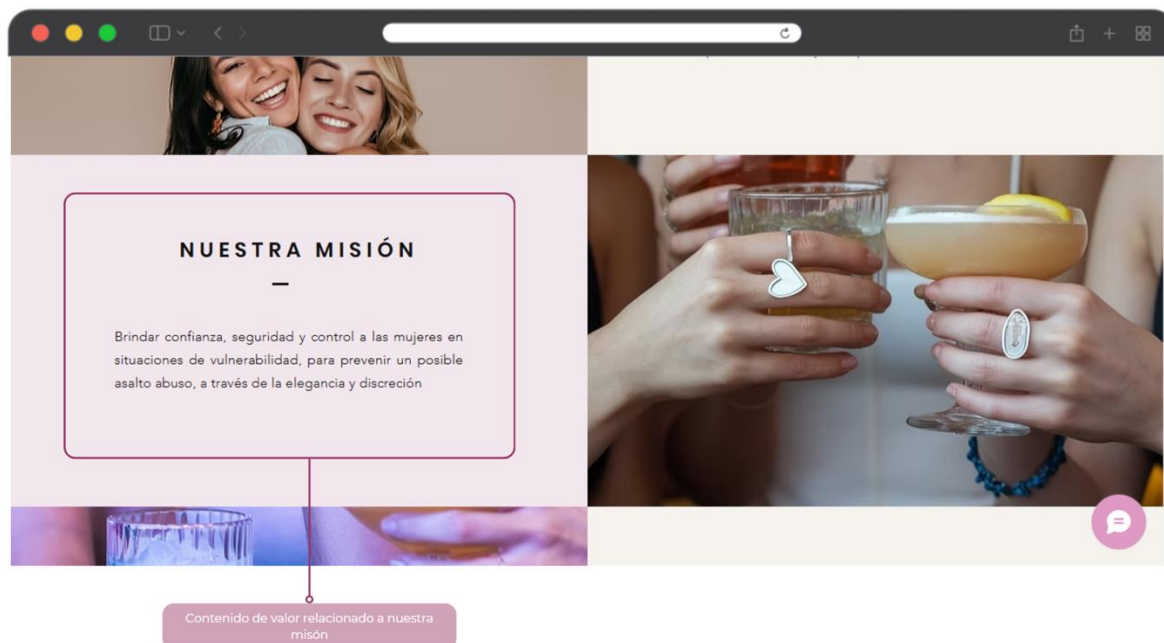
Motivaciones detrás de Sip Safe



Fuente: Elaboración propia.

9.2.3. Misión

En esta subsección se presenta la misión de manera clara y concisa, destacando el compromiso de SipSafe con su propósito principal: brindar a las mujeres una herramienta efectiva de protección.

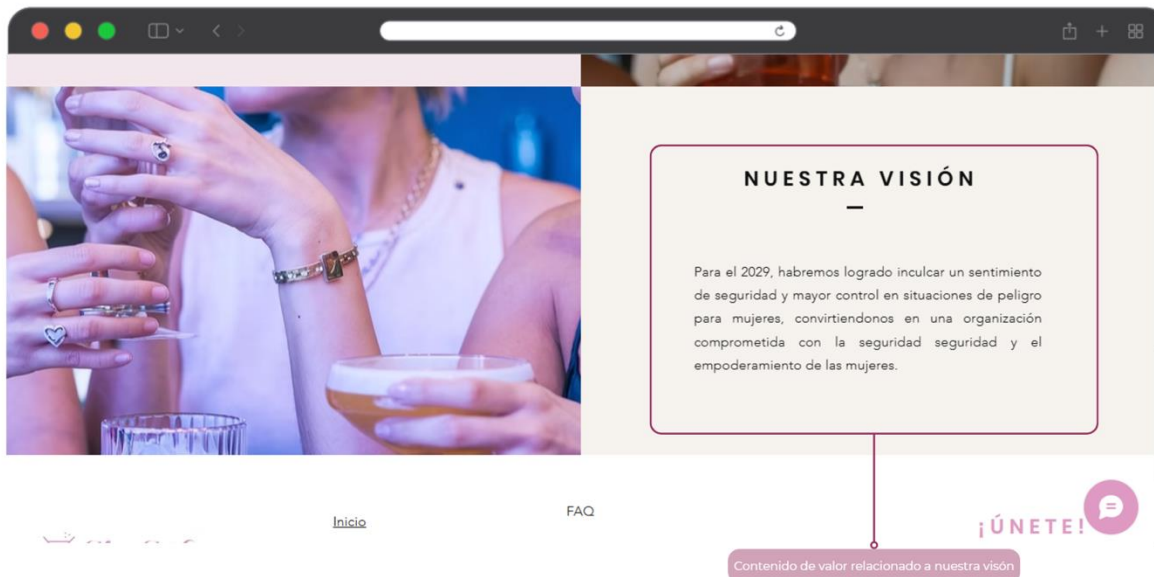
Figura 15*Misión Sip Safe*

Fuente: Elaboración propia.

9.2.4. Visión

La última subsección está dedicada a la visión de la marca, estableciendo como meta para los próximos cinco años lograr generar un fuerte sentimiento de protección en las mujeres y posicionarse como una marca líder en la prevención de la sumisión química.

Figura 16*Visión Sip Safe*



Fuente: Elaboración propia.

9.3. Sección “Productos”

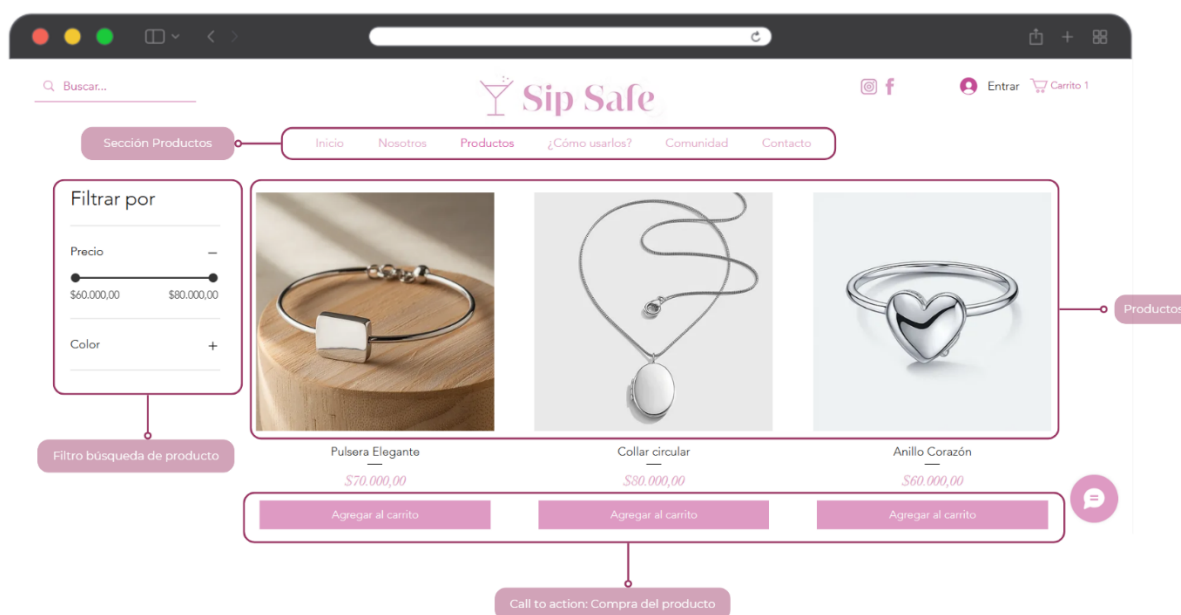
Esta sección está diseñada específicamente para impulsar la conversión de compras. Aquí, el cliente encuentra toda la información detallada sobre los productos disponibles, incluyendo sus características, opciones y diseños. Las fotografías exhibidas no solo resaltan la estética de los accesorios, sino que también evidencian su calidad y permiten visualizar en detalle el diseño del relicario

La sección también incluye herramientas prácticas como filtros que permiten al cliente personalizar su búsqueda según sus preferencias, facilitando la navegación y selección. En la vitrina digital, se presentan los tres accesorios principales: pulseras, collares y anillos, cada uno acompañado de una breve descripción y su respectivo precio. Además, se incluye un botón de "Agregar al carrito" como un llamado a la acción claro y directo para incentivar la compra.

Un detalle interactivo de esta sección es que, al pasar el cursor sobre las imágenes de los productos, automáticamente se despliega una vista alterna que muestra otra variante del diseño, como por ejemplo, una cadena con el mismo relicario ovalado pero en un acabado dorado. Esto brinda al cliente una visión más completa de las opciones disponibles, ayudando a destacar la versatilidad y el atractivo de los productos.

Figura 17

Productos Sip Safe



Fuente: Elaboración propia.

9.3.1. Vista detallada de producto

Al hacer clic en cualquiera de los productos, se despliega una ventana emergente que ofrece una visión más detallada de sus características para facilitar un proceso de compra informado. Esta ventana incluye fotografías adicionales del producto, permitiendo apreciar los detalles de su diseño desde diferentes ángulos. También se muestra el nombre del artículo, texto descriptivo, opciones

para personalizar el color, la posibilidad de seleccionar la cantidad a ordenar y, nuevamente, el botón de "Añadir al carrito" para facilitar la compra. Finalmente, el botón de "Realizar compra" es el llamado a la acción definitivo para asegurar la conversión de compra.

Además, la ventana cuenta con un botón que expande la información para mostrar detalles específicos, como el material del accesorio, sus dimensiones y recomendaciones de cuidado.

Figura 18

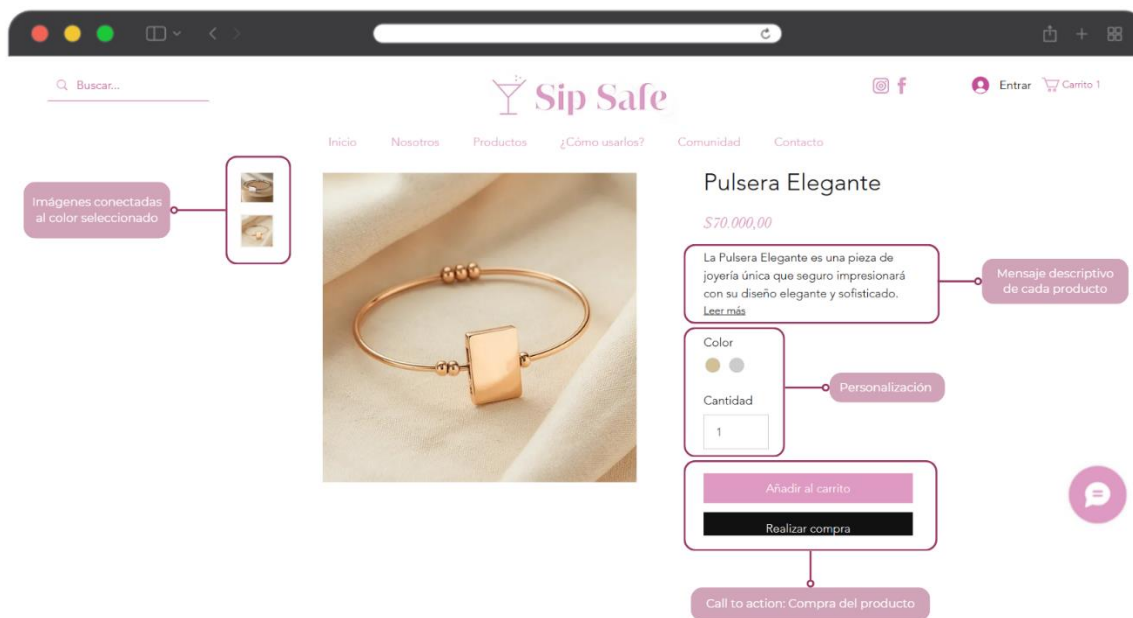
Vista detallada del producto "Pulsera elegante"



Fuente: Elaboración propia.

Figura 19

Vista específica 2 producto "pulsera elegante"



Fuente: Elaboración propia.

9.4. Sección “¿Cómo usarlos?”

Esta sección de la página web de Sip Safe está dedicada a una parte fundamental: educar al cliente sobre el uso adecuado de los productos. Esta sección no solo describe las características principales de los accesorios, sino que también incluye un breve y claro tutorial que explica paso a paso cómo utilizar los relicarios y las tiras reactivas. El objetivo es garantizar que los clientes se sientan cómodos y seguros al interactuar con el producto, haciendo que su uso sea lo más intuitivo y accesible posible.

9.4.1. Información sobre tecnología usada y drogas capaces de detectar

Esta subsección presenta de forma concisa las diferentes drogas que las pruebas de Sip Safe pueden detectar. Además, explica de manera sencilla cómo funcionan las tiras reactivas y el proceso químico detrás del cambio de color al entrar en contacto con una sustancia.

Figura 20

Tecnología Sip Safe



Fuente: Elaboración propia.

9.4.2. Modo de uso

En este apartado, se detallan de manera clara y sencilla los pasos para utilizar de forma efectiva los accesorios y las pruebas en ellos. El objetivo es guiar al usuario de manera fácil y práctica, asegurando que comprendan cómo utilizar correctamente el producto sin complicaciones.

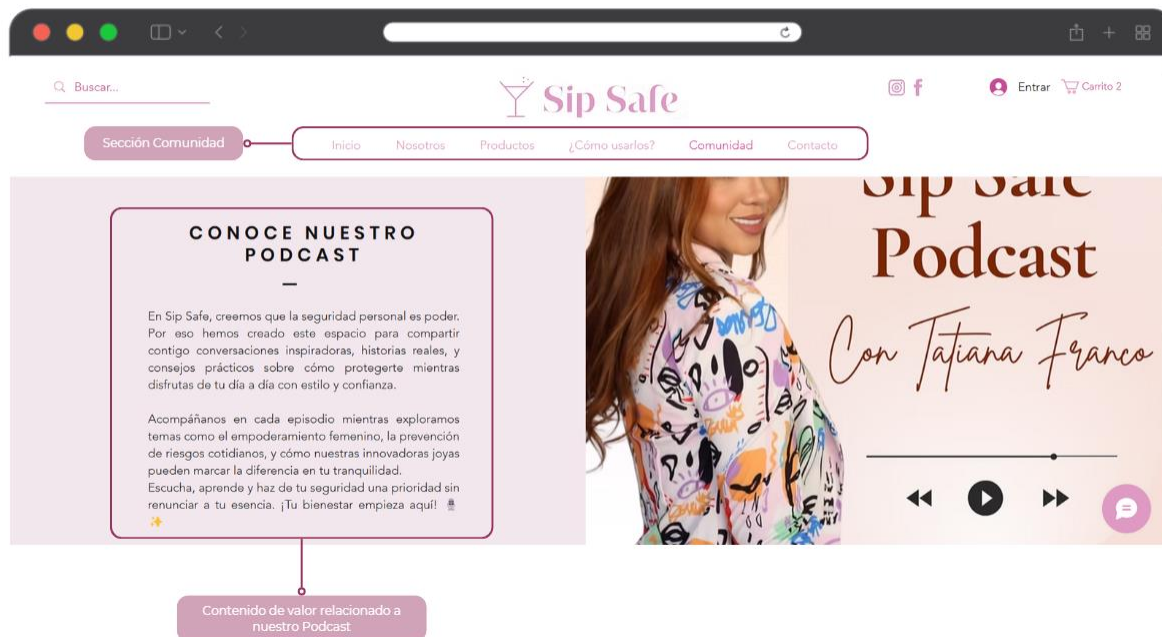
Figura xx: Modo de uso.

Figura 21*Modo de uso*

Fuente: Elaboración propia.

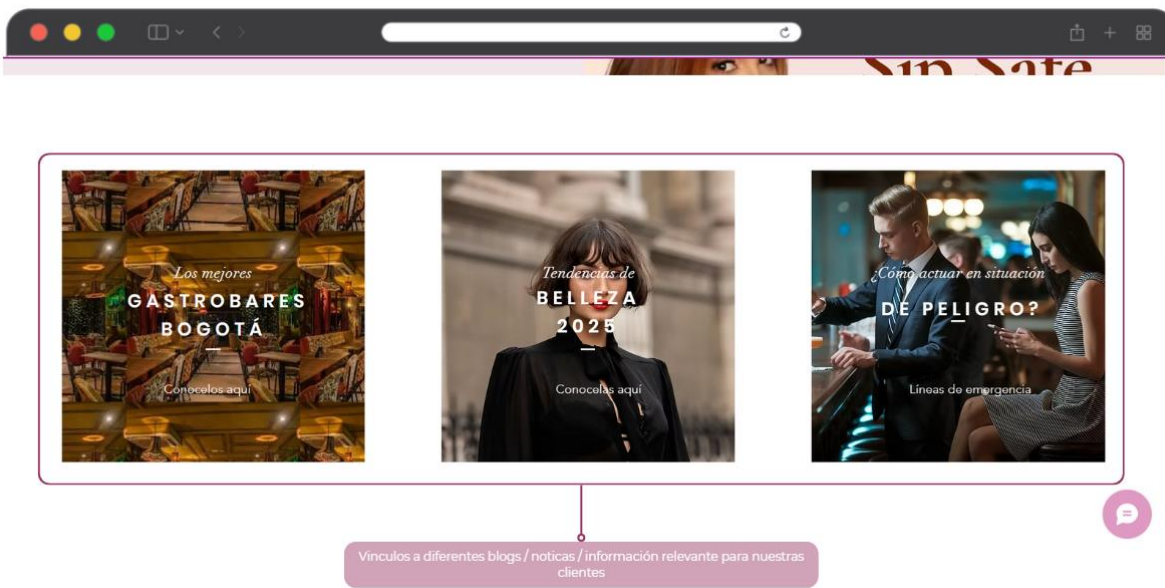
9.5. Sección “Comunidad”

La penúltima sección es fundamental dentro de la estrategia digital de Sip Safe, ya que está orientada a la creación y fortalecimiento de la comunidad. En esta área se materializan los contenidos clave propuestos, como el podcast, que busca ser un espacio de sororidad donde las mujeres puedan compartir sus experiencias y vivencias relacionadas con la seguridad personal. Además, se incluye el blog, un recurso donde se publican las últimas tendencias que interesan a nuestro buyer persona, tales como moda, belleza y ocio, junto con contenido educativo e informativo sobre la prevención de la sumisión química.

Figura 22*Comunidad Sip Safe*

Fuente: Elaboración propia.

Figura 23*Comunidad Sip Safe 2*



Fuente: Elaboración propia.

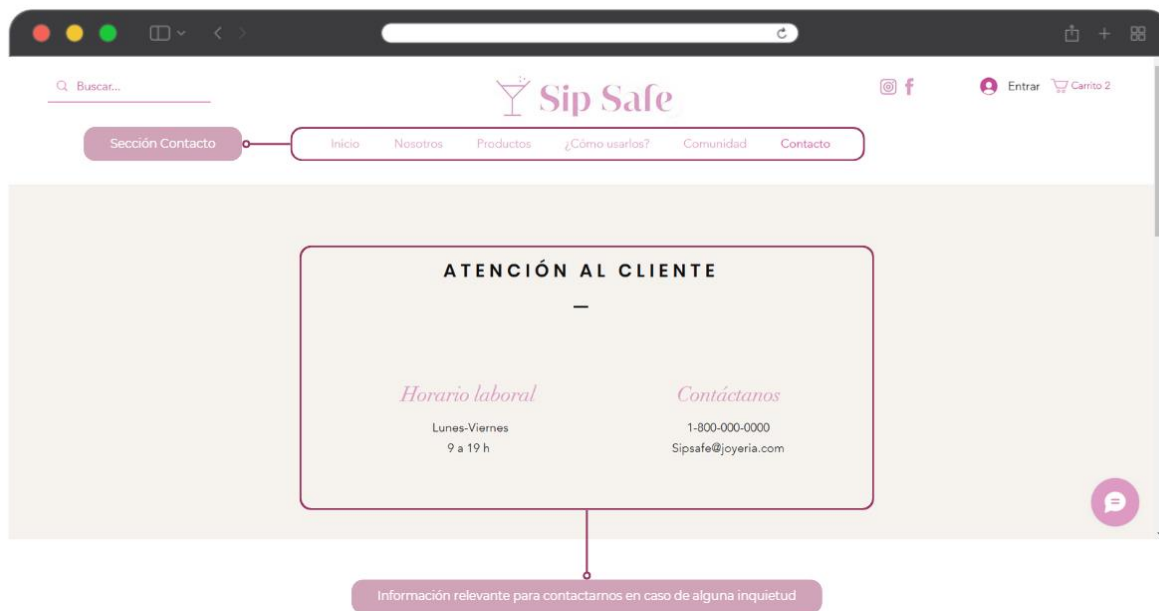
9.6. Sección “Contacto”

La última sección de la página web está dedicada a las opciones de contacto con la marca, ofreciendo a los usuarios diversas formas de comunicación para resolver dudas, realizar consultas o recibir soporte. Esta sección tiene como objetivo hacer que la marca sea más accesible y cercana, asegurando una experiencia de atención al cliente eficiente y amigable.

En la primera parte se encuentra descrito el horario de atención, junto con el número de teléfono y correo electrónico para facilitar el contacto con Sip Safe.

Figura 24

Contacto Sip Safe



Fuente: Elaboración propia.

En la parte posterior de esta sección se encuentra un espacio destinado a consultas especializadas. Queda a disposición del cliente un campo para depositar sus datos. Esto le permitirá a la empresa atender de manera mucho más personalizada a clientes con dudas, sugerencias e incluso reclamos con especial atención.

Figura 25

Contacto 2 Sip Safe

The image shows a web browser window with a contact form. The form is titled "Consultas" and contains the following fields: "Nombre", "Apellido", "Email *", "Asunto", and "Mensaje". Below the fields is an "Enviar" button. A caption below the form reads: "Formulario para que los usuarios dejen sus consultas puntuales".

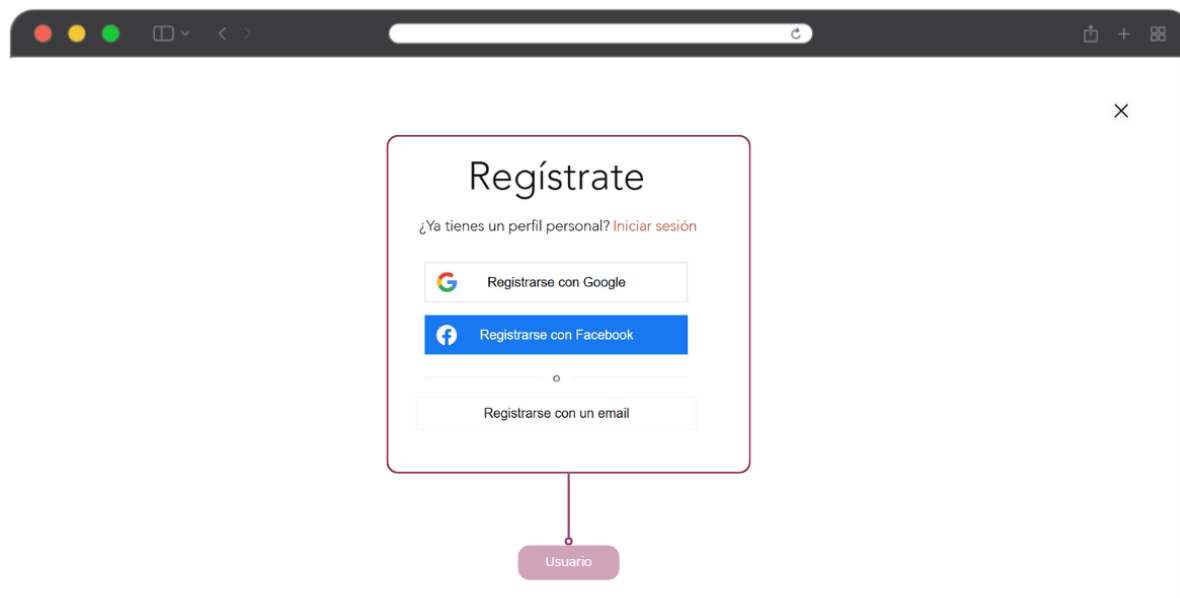
Fuente: Elaboración propia.

9.7. Registro de perfil / Inicio de sesión

La posibilidad de crear una cuenta en nuestro comercio es una herramienta estratégica que permite recolectar datos valiosos de clientes, además de integrarlos a la comunidad. Al contar con una cuenta, los usuarios disfrutan de una experiencia personalizada, acceso a promociones exclusivas y actualizaciones constantes sobre nuevos productos y contenidos. Además, esta acción facilita la comunicación directa con ellos a través de campañas de e-mail marketing. Para hacer el proceso más sencillo y accesible, ofrecemos tres alternativas para crear la cuenta: registro mediante correo electrónico, a través de sus redes sociales o utilizando su cuenta de Google.

Figura 26

Registro Sip Safe



Fuente: Elaboración propia.

9.8.Chat

La opción de chat en vivo es una herramienta clave para mejorar la experiencia del usuario en nuestra página. Permite responder dudas y mantener una comunicación fluida con los clientes en tiempo real, lo que genera confianza y satisfacción. La inmediatez en la atención es esencial para retener a los visitantes en la página, resolviendo rápidamente sus inquietudes y guiándolos en el proceso de compra. Esta interacción directa no solo mejora la conversión, sino que también fortalece la relación con los clientes, brindándoles un soporte personalizado y eficiente que aumenta las probabilidades de que finalicen su compra.

Figura 27

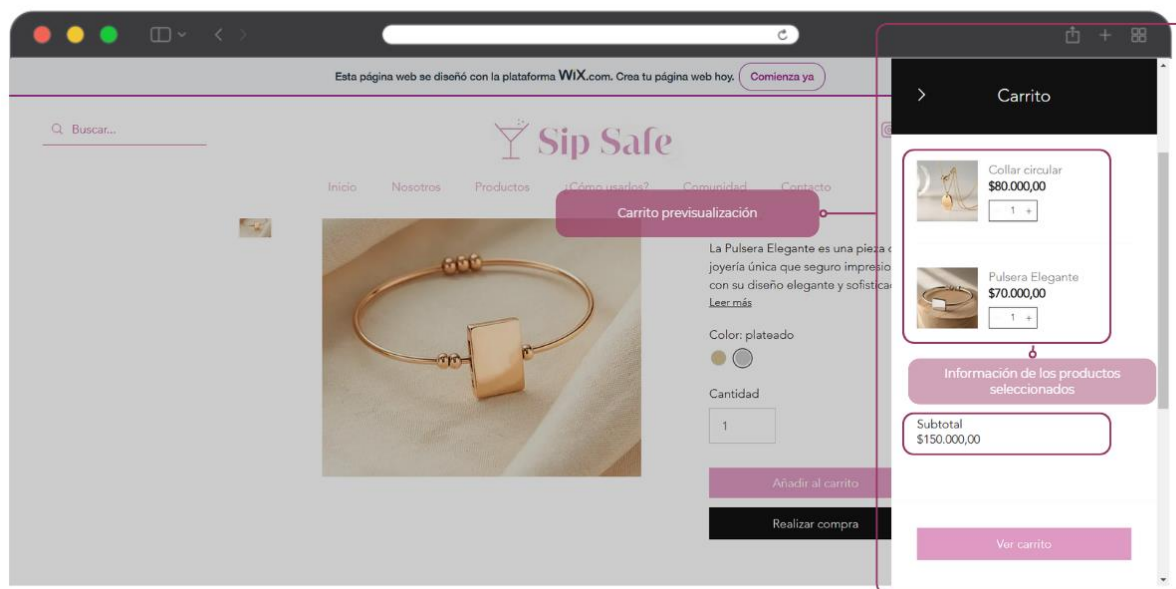
Chatbot Sip Safe



Fuente: Elaboración propia.

9.9. Previsualización de carro de compras

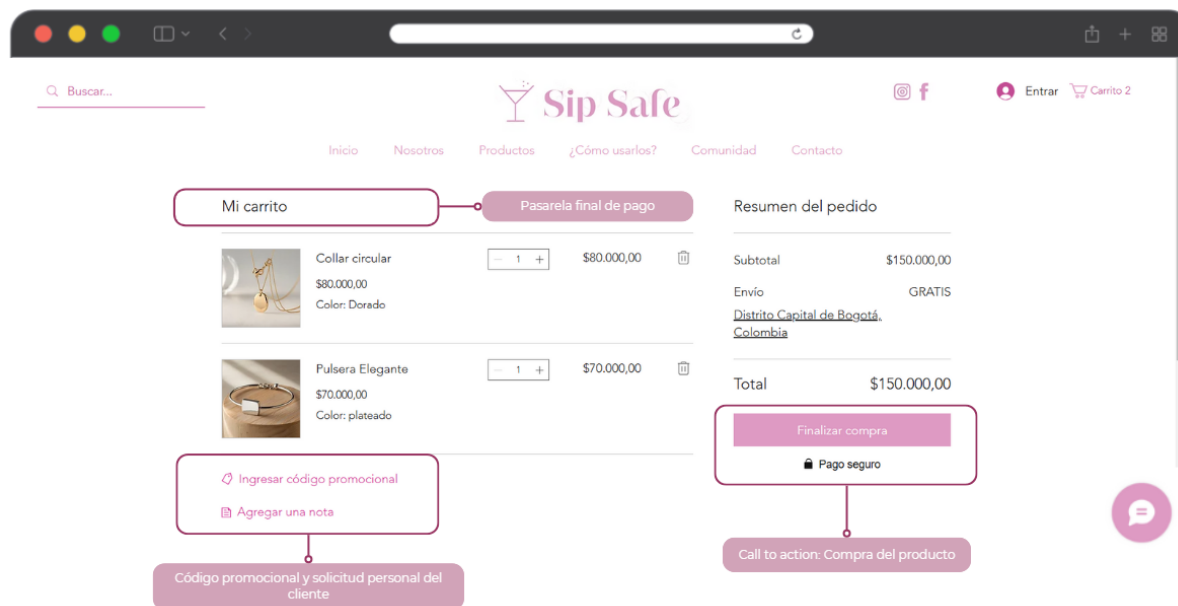
La previsualización del carrito es una funcionalidad clave que permite al cliente llevar un control claro y constante sobre los productos que ha agregado a su compra y el subtotal. Esta herramienta facilita la navegación, ya que los usuarios pueden ver rápidamente los artículos seleccionados sin perder de vista su carrito mientras siguen explorando el sitio. Además, mejora la experiencia de compra al permitirles ajustar las cantidades, eliminar productos o continuar añadiendo artículos de manera fluida, sin interrumpir su recorrido de compra.

Figura 28*Previsualización carrito de compras*

Fuente: Elaboración propia.

9.10. Pasarela final de pago

En la pasarela de pago, el cliente puede revisar un resumen detallado de su compra, con opciones para modificar la selección, como eliminar artículos o ajustar las cantidades de los productos. Además, se incluye la opción de ingresar un código promocional para obtener descuentos, así como un campo para agregar solicitudes particulares relacionadas con el pedido. A la derecha de la página, se muestra el resumen de precios, con el total a pagar y una clara visualización de los costos adicionales, en caso de haberlos. Finalmente, el botón "Finalizar compra" redirige al cliente a una plataforma de pago seguro. En el caso de Sip Safe, se ha optado por PSE (Pago Seguro en Línea) como procesadora de pagos, lo que garantiza un proceso de transacción seguro y confiable.

Figura 29*Pasarela de pago*

Fuente: Elaboración propia.

10. Publicidad y Anuncios en Internet

10.1. Pop-up marketing

Para desarrollar esta estrategia, se definió como objetivo la conversión del usuario, con el fin de motivarlo a realizar la compra del producto ofertado. Este pop-up aparecerá en la pantalla del dispositivo, después de 15 segundos en que el usuario haya ingresado a la página web, donde se solicitará que ingrese su correo electrónico para suscribirse al newsletter de Sip Safe y

adicionalmente obtener un 10% de descuento en la primera compra a través de la página web. El código de descuento será enviado a la dirección de correo electrónico que el usuario ingresó, y se podrá aplicar al final del carrito de compras. Esta acción permitirá convertir clientes potenciales en clientes reales, además de ampliar la base de datos de la marca, lo cual es un paso inicial para desarrollar futura lealtad en los clientes de Sip Safe.

Figura 30

Pop-up marketing



Fuente: Elaboración propia.

10.2. Display

Se utilizará un anuncio de publicidad paga tipo Display, con el fin de atraer a los usuarios o clientes potenciales a la página web, a través de un hipervínculo directo. Se mostrará de manera llamativa dentro de otros sitios web que sean del interés del usuario, para así captar su atención y

que, al hacer clic en el enlace, pueda conocer sobre Sip Safe y sus productos, y posiblemente interesarse en adquirirlos.

Figura 31

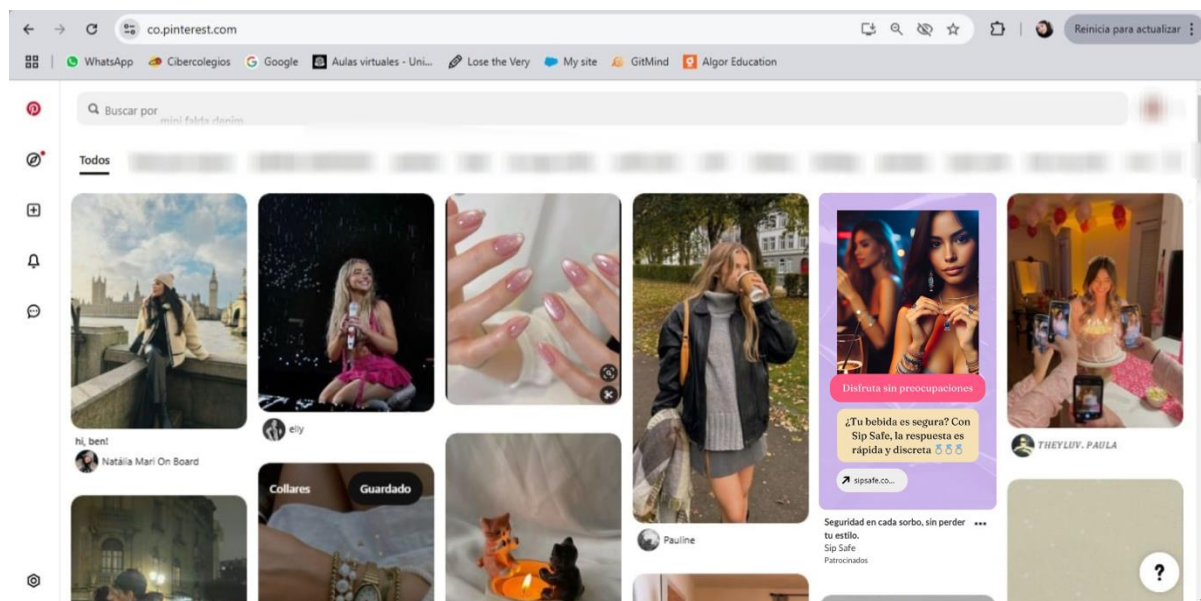
Display publicitario



Fuente: Elaboración propia.

Figura 32

Display publicitario 2



Fuente: Elaboración propia.

10.3. Influencers

Con el objetivo de interactuar con el público objetivo de Sip Safe, se decidió realizar dinámicas online de la mano de dos influenciadoras colombianas: Tatiana Franko (@tatiana_franko en Instagram), y Ana María Cardona (@larubiainmoral en Instagram). Se tuvo en cuenta que la audiencia en sus redes sociales se encuentra alineada con el público objetivo de Sip Safe, además de contar con una comunidad cercana e incluir en sus contenidos temas relacionados con feminismo, moda, bienestar y eventos sociales. Estas dos influenciadoras serían importantes aliadas para Sip Safe, y podrán generar resultados positivos, entre ellos, aumentar la visibilidad de la marca, conectar con el público objetivo, lograr que los usuarios se sientan identificados con la marca y su propuesta de valor, y finalmente, incrementar las ventas.

11. Redes Sociales

El manejo de redes sociales, principalmente en TikTok, Instagram y WhatsApp, estará alineado con los objetivos generales de atracción y acción definidos desde el inicio. Por ende, en esta sección los contenidos se encaminarán hacia la atracción de público y la interacción con ellos. Cada red social se utilizará estratégicamente según su naturaleza y el propósito asignado por Sip Safe. Además, el desarrollo de contenido en redes seguirá las pautas planteadas en el mix de la estrategia de contenidos, priorizando tanto la calidad visual como la claridad del mensaje.

Es importante mencionar que las tres redes sociales contarán con vínculos entre ellas. Por ejemplo, desde Instagram la usuaria se podrá dirigir hacia el chat de Whatsapp y la cuenta de Tiktok.

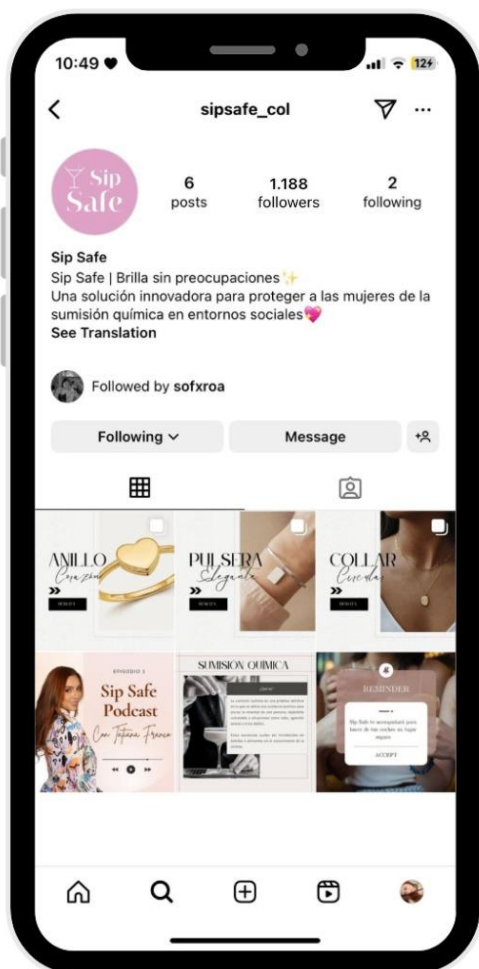
11.1. Instagram

El objetivo de Instagram es aprovechar sus herramientas para conectar con la comunidad y dar a conocer la marca de manera efectiva. En este caso, la plataforma estará orientada hacia la atracción y la interacción. A través de contenidos alineados con la matriz de contenidos, se abordarán temas como la concientización sobre la sumisión química y la promoción de nuestro podcast, desarrollado en colaboración con Tatiana Franco, creadora del reconocido podcast Vos Podés. Esta estrategia busca no solo atraer a nuevos usuarios, sino también fomentar el diálogo y empezar a consolidar una comunidad entre nuestras seguidoras.

Por otro lado, se utilizarán carruseles de fotos como herramienta clave para exponer la variedad de productos que ofrece Sip Safe, integrando este componente dentro de la estrategia de mercadeo. Estos carruseles destacarán de manera clara los atributos y beneficios tanto de los accesorios como de las tiras reactivas, mostrando su funcionalidad, diseño y valor diferencial.

Figura 33

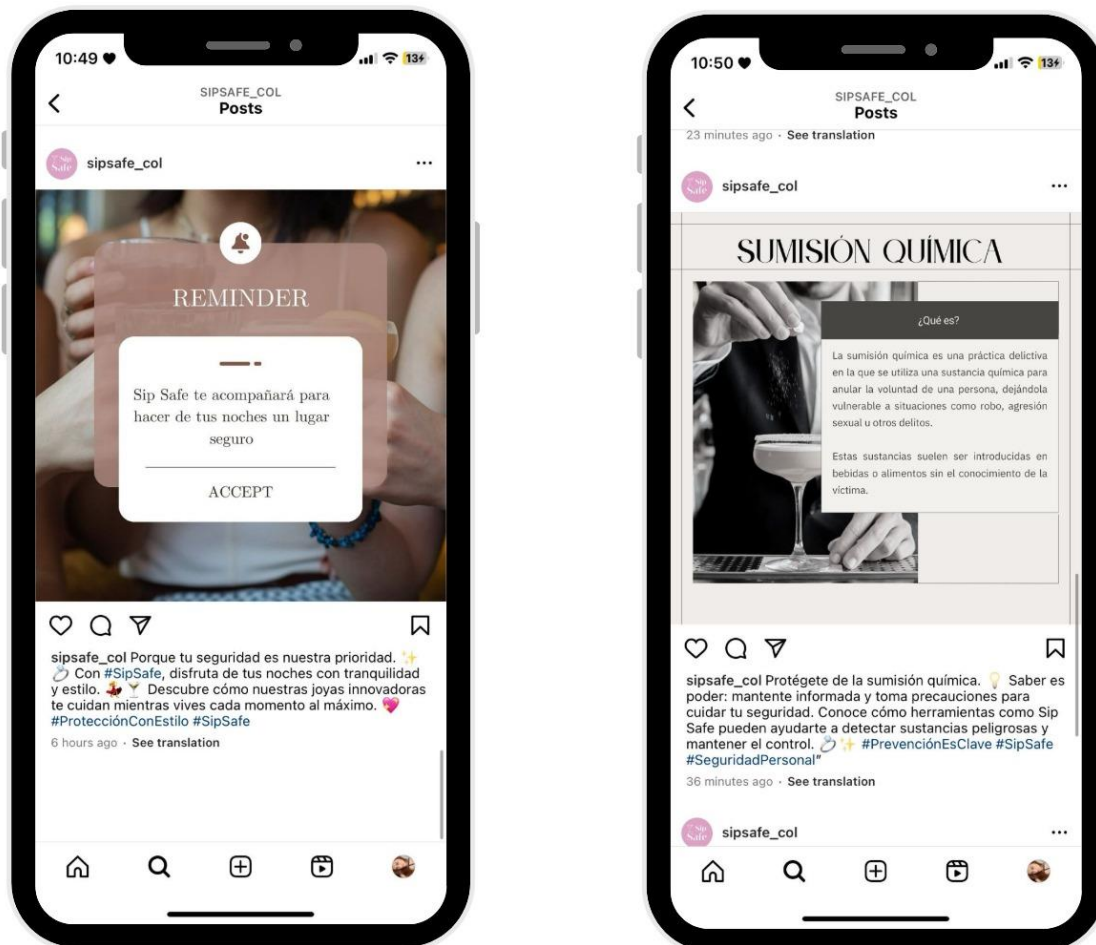
Página principal Instagram



Fuente: Elaboración propia.

Figura 34

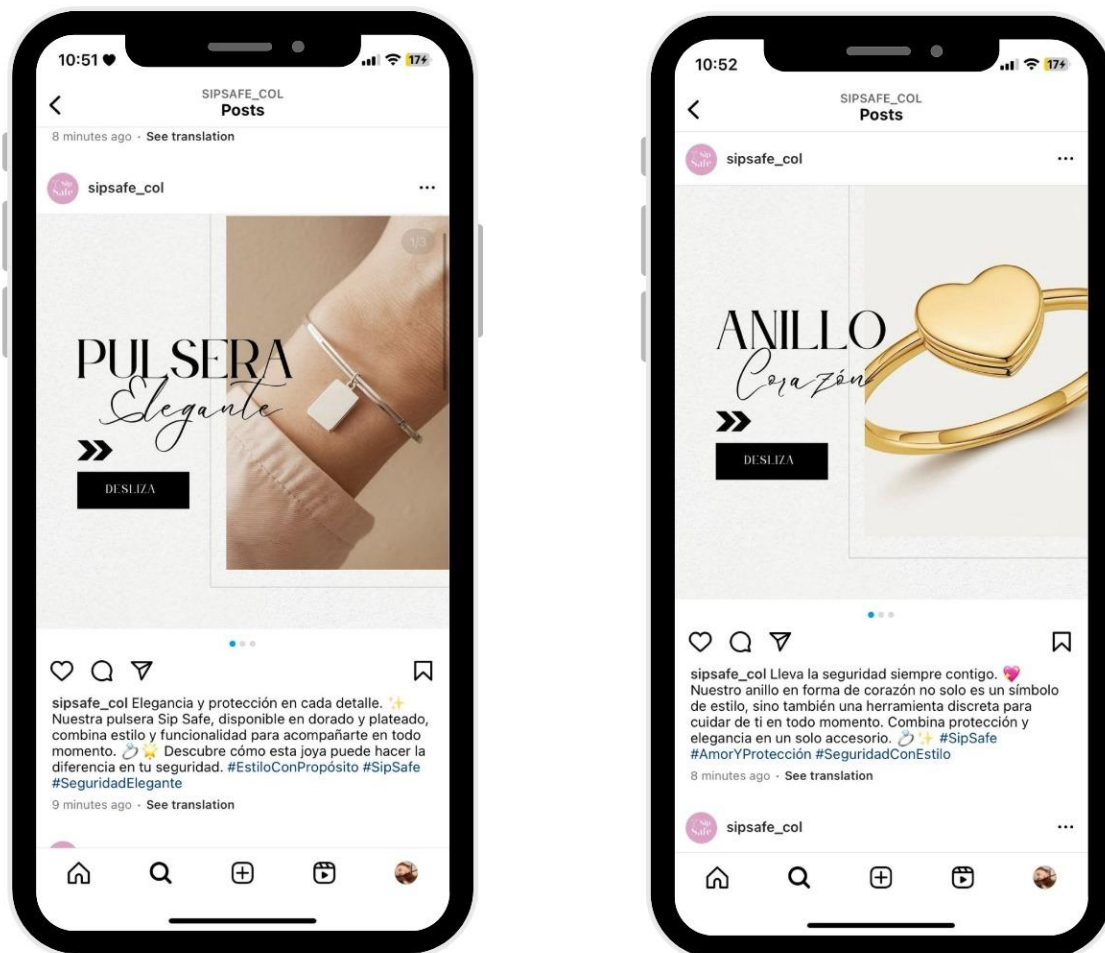
Post sobre sumisión química Instagram



Fuente: Elaboración propia.

Figura 35

Carrusel de fotos – Productos Sip Safe



Fuente: Elaboración propia.

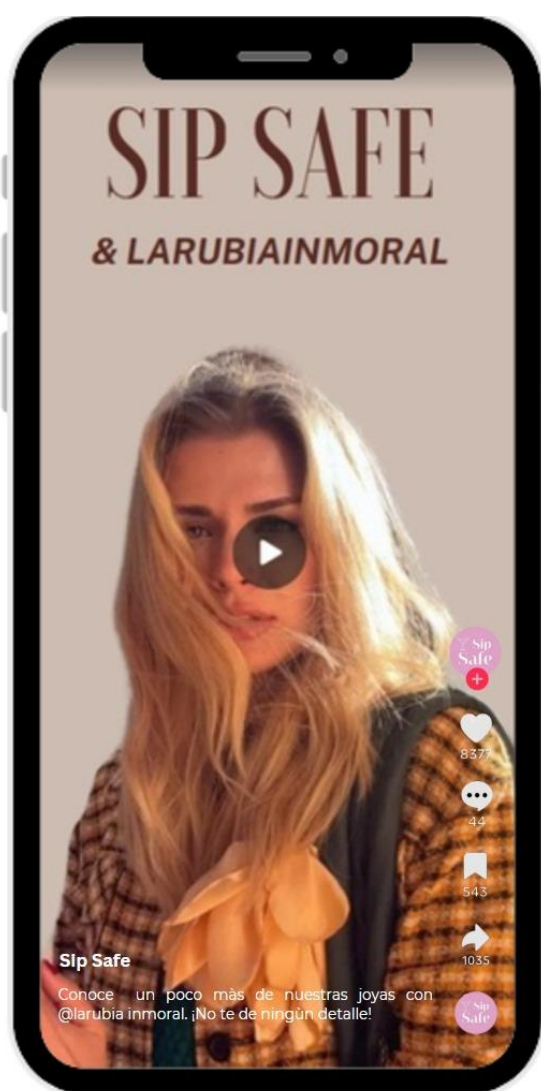
11.2. Tiktok

TikTok se enfocará principalmente en la atracción, aprovechando su algoritmo para maximizar el alcance y captar la atención de una amplia audiencia a través del uso estratégico de hashtags, tendencias y formatos dinámicos. Estos, de llegar a despertar interés, permitirá que se pueda dirigir a los usuarios hacia los perfiles de Instagram, WhatsApp y la página web de Sip Safe. En esta plataforma, el contenido estará orientado a conectar con la comunidad, generando interés a través de temáticas relevantes y atractivas. Entre estos se encuentran nuevamente el podcast y

contenido educativo e informativo. Además, se destacará de forma sutil pero efectiva que Sip Safe es la creadora o patrocinadora del contenido, reforzando el mensaje de que sus accesorios son herramientas imprescindibles para la seguridad y el empoderamiento de las mujeres.

Figura 36

Colaboración Sip Safe & LaRubiaInmoral



Fuente: Elaboración propia.

11.3. WhatsApp

Finalmente, en WhatsApp se consolidará la interacción directa con potenciales clientes, enfocándose en fortalecer el reconocimiento y la comprensión de los productos de Sip Safe. Aunque la plataforma permite generar contenido comunitario a través de los canales, la prioridad será utilizar el canal de comunicación —Es decir, el chat—para ofrecer atención personalizada y responder dudas de manera inmediata. La cercanía que permite el chat facilitará el proceso de compra, ya que se podrá dirigir a las mujeres hacia la página web para incentivar la conversión posteriormente.

Figura 37

Chat clientes WhatsApp



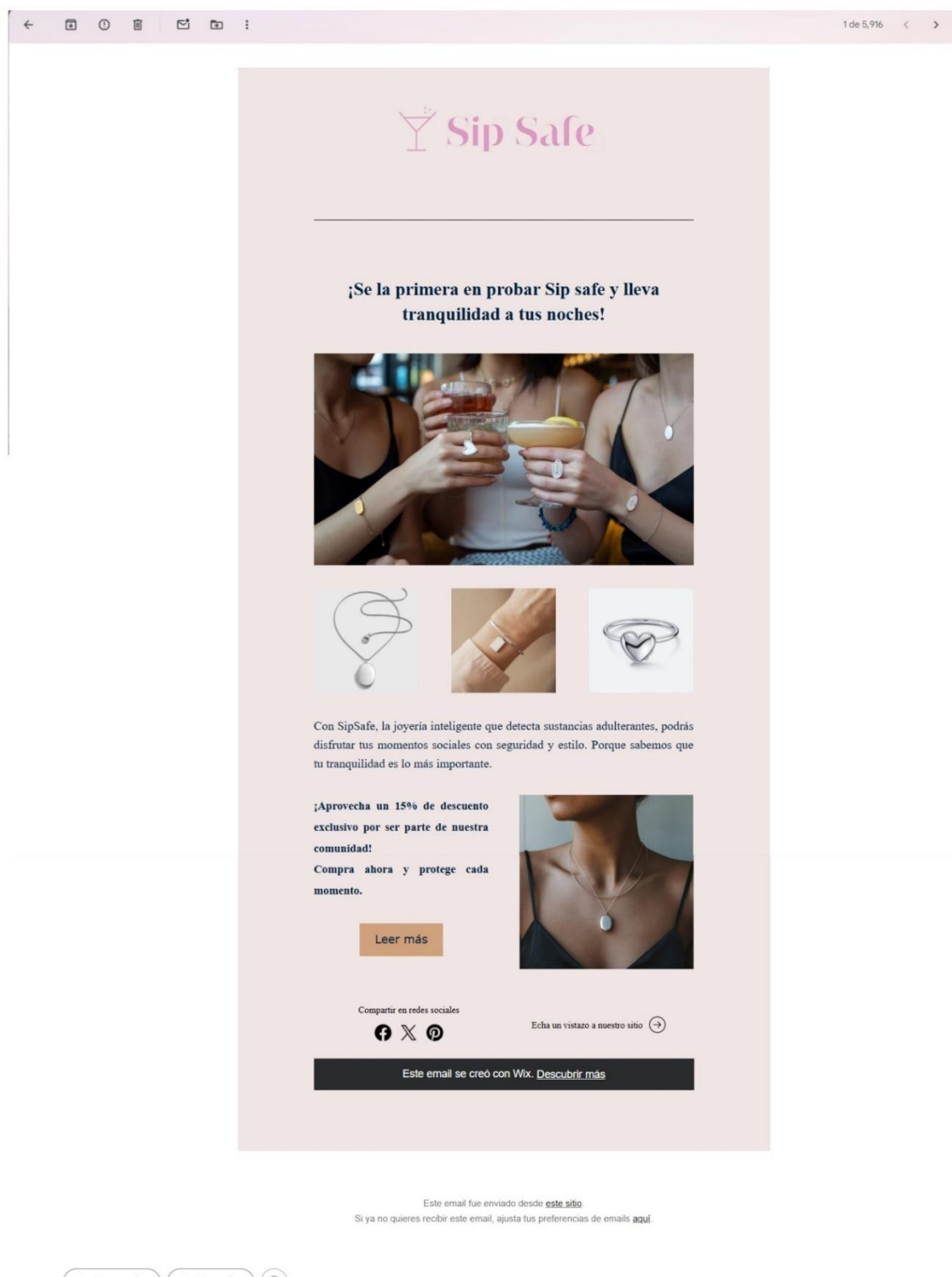
Fuente: Elaboración propia.

12. E-Mail Marketing

Una vez la persona se inscriba en la página web de Sip Safe, es decir cuando ya ha navegado y ha interactuado en la página, recibirá este correo; en donde se invita al consumidor a hacer una primera compra, por esta razón se le ofrece un 15% de descuento, de tal manera que el cliente se anime a tomar acción comprando el producto que desee en Sip Safe.

Figura 38

E-mail Marketing



Fuente: Elaboración propia.

13. Estrategias de Marketing de proximidad

Un email de proximidad por mensaje de texto es una estrategia innovadora que aprovecha la rapidez y efectividad de los SMS para llegar directamente a los usuarios con contenido relevante y personalizado. En el caso de Sip Safe, esta herramienta es clave para conectar con nuestros clientes de manera inmediata, ofreciendo información valiosa sobre nuestras exclusivas joyas de seguridad, lanzamientos especiales y promociones diseñadas para protegerte con estilo.

Figura 39

Mensaje de texto Sip Safe



Fuente: Elaboración propia.

14. Acciones de Omnicanalidad dentro de la estrategia

14.1. Automatización de mensajes directos

En una de las publicaciones de Instagram donde se esté hablando del producto, se tendrá una caption que, además de dar más detalles y complementar la publicación, esta incluirá un call to action. Se invitará a los usuarios a comentar una determinada palabra o frase para obtener más información sobre el producto mencionado en la publicación, la cual recibirán inmediatamente en sus mensajes directos.

El mensaje directo que recibe el usuario tendrá una descripción del producto junto a sus características. Al final del mensaje, será incluido un enlace que dirige a la sección del producto en la página web.

15. Conclusiones

- En primer lugar, es esencial destacar que Colombia tiene una gran oportunidad de mercado, y gran posibilidad para ingresar con Sip Safe. Esto debido a que no hay competidores directos en el país. Pues los dos competidores analizados se encuentran con superioridad de mercado en Estados Unidos (por parte de nightcap) y en España (por parte de la manilla centinela).
- Así mismo, es importante destacar que, en el mercado internacional, el competidor más grande sería nightcap. A través del análisis de la competencia, se pudo evidenciar que los competidores directos de ellos son compañías que venden la misma “pijama” para las copas o

vasos. Esto, aunque tiene la misma finalidad que Sip Safe, al mismo tiempo es un producto totalmente diferente. Lo que demuestra que Sip Safe puede entrar al mercado como un producto innovador y único, destacándose por su tecnología y por su punto en la discreción y la elegancia.

- Por último, aunque Sip Safe no tiene competidores directos en Colombia, es importante destacar que esta ventaja no garantiza el éxito sin una estrategia de mercadeo sólida y efectiva. Por esto, durante el desarrollo del trabajo, se planteó una estrategia robusta, basada en el uso de las redes sociales, una página web clara, y un e-mail marketing concreto. Sin embargo, es esencial considerar que el éxito del competidor nightcap, ha dependido de una combinación de ventas directas, búsquedas orgánicas y presencia en plataformas como YouTube y Reddit. Lo que refuerza la necesidad de ejecutar la estrategia propuesta, y adaptarla continuamente según las dinámicas del mercado colombiano, para así maximizar la visibilidad de Sip Safe, de tal manera que los clientes empiecen a tomar acción interactuando con la marca.

16. Referencias Bibliográficas

- Castellanos Moreno, C. A. (2014). SUSTANCIAS FACILITADORAS DE ASALTO SEXUAL EN VÍCTIMAS NO FATALES EN BOGOTÁ, COLOMBIA. *Universidad Nacional de Colombia*.
- Concejo de Bogotá. (6 de Marzo de 2018). *Las drogas que se usan para atacar sexualmente a las mujeres*. Obtenido de Concejo de Bogotá: <https://concejodebogota.gov.co/las-drogas-que-se-usan-para-atacar-sexualmente-a-las-mujeres/concejo/2018-03-06/150935.php>
- Cromatografía en capa fina (TCL)*. (s.f.). Obtenido de Merck: <https://www.sigmaaldrich.com/CO/es/applications/analytical-chemistry/thin-layer-chromatography>
- Échele Cabeza. (11 de Agosto de 2023). *SUMISIÓN QUÍMICA. ¿QUÉ ES Y CÓMO PREVENIRLA?* Obtenido de Échele Cabeza: <https://www.echelecabeza.com/sumision-quimica-que-es-y-como-prevenirla/>
- Estrategias de marketing: 10 tips para escribir un caption exitoso*. (2019, octubre 25). Gradiweb.com. <https://www.gradiweb.com/es/estrategias-de-marketing/>
- Forero Olaya, J. A. (2023). Análisis y evaluación de la modalidad de suministro de escopolamina y benzodiazepinas en el ser humano como instrumento para la comisión de conductas delictivas contra el patrimonio económico en Colombia. *Universidad Libre de Colombia*.
- Instituto Nacional de Salud. (2023). *Informe de Evento Primer Semestre Violencia de Género e Intrafamiliar y Ataques con Agentes Químicos, 2023*. Bogotá: Instituto Nacional de Salud de Colombia.
- La definición y concepto de omnicanalidad para tu empresa*. (2020, mayo 18). Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/definicion-de-omnicanalidad/>

Movimiento por la Paz -MDPL. (2022). INFORME SOBRE LA PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD DE LAS MUJERES EN LAS CIUDADES DE BOGOTÁ, CARTAGENA Y TUMACO. *Proyecto Ciudades Seguras y en Paz: por una vida libre de violencia contra las mujeres en Colombia.*

Noctámbulos. (2020). Las cifras importan: datos para entender la violencia sexual. Recopilación de estadísticas sobre violencias sexuales, salud, consumo de drogas y ocio nocturno. *Fundación salud y comunidad.*

Panyella-Carbó, M. N., & Agustina, J. R. (2019). Sumisión química versus vulnerabilidad química: análisis criminológico de los delitos sexuales facilitados mediante el uso de sustancias psicoactivas a partir de una muestra de sentencias. *Revista Española de Investigación Criminológica*, Artículo 5, Número 17.

SimilarWeb Identity. (2024). Obtenido de <https://pro.similarweb.com/>

Sumisión Química. ¿Qué es y cómo prevenirla? (2023, agosto 11). Échele Cabeza.

<https://www.echelecabeza.com/sumision-quimica-que-es-y-como-prevenirla/>

Winstock, A., Barratt, M., Davies, E., Aldridge, A., Puljevic, C., Ferris, J., & Zhuparris, A. (2022). Interim Findings from GDS2022: Drink Spiking. *Global Drug Survey*.

¿Qué es un call to action? (2014, septiembre 1). *Samu Parra*. <https://samuparra.com/que-es-un-call-action-ejemplos/>