PLAN ESTRATÉGICO DE MARCA Y PRODUCTO

Astrid Daniela Arias Lemos

MARACU CHIRRI
SLun Yu beka
EL SABOR DE MARACAIBO



Resumen Ejecutivo

Maracuchirri es una marca colombiana de bebidas artesanales elaboradas a base de maracuyá, cuya propuesta de valor combina autenticidad, sabor tropical y una identidad visual potente construida desde cero.

La empresa ha evolucionado de manera significativa en sus etapas iniciales, su empaque fue rediseñado para alcanzar estándares más competitivos, y desarrolló una mascota propia Chirri como núcleo de su estrategia de marca.

El presente documento constituye un plan estratégico completo de marca y marketing digital, elaborado con una visión de consultoría y orientado a resultados reales, Su objetivo es entregar a Maracuchirri una hoja de ruta clara para consolidar su posicionamiento en el mercado colombiano de bebidas saludables, escalar su presencia digital y generar crecimiento sostenido de ventas

PILARES ESTRATÉGICOS DEL PLAN



Identidad de marca sólida centrada en Chirri, mascota creada desde cero con animación propia



Nuevo empaque rediseñado que mejora la percepción de calidad y diferenciación en el punto de venta



Estrategia de contenidos para TikTok e Instagram con potencial de viralización orgánica



Campañas digitales segmentadas y presupuesto optimizado para el nivel de la empresa



Incorporación de herramientas de IA para automatización, contenido y atención al cliente



KPIs definidos con metas concretas y herramientas de medición accesibles

Las estrategias propuestas buscan posicionar a Maracuchirri como la bebida tropical de referencia en el mercado colombiano de bebidas artesanales, con proyección hacia mercados regionales de América Latina, aprovechando la creciente tendencia por productos naturales y el auge del comercio digital.

Diagnóstico de Marketing

La Empresa y el Producto

Maracuchirri nació como iniciativa emprendedora en Colombia para llevar al mercado una bebida artesanal diferenciada, elaborada con maracuyá, su nombre fusiona 'maracuyá' con 'chirri', término coloquial que en el habla popular colombiana evoca algo chévere, animado y lleno de energía, una elección intencional que refleja el espíritu de la marca.

La empresa ha transitado por un proceso real de mejora continua, su envase inicial de tipo esférico translúcido fue la versión de arranque que permitió validar el producto en el mercado; sin embargo, la marca reconoció la necesidad de evolucionar hacia un empaque con mayor impacto visual, mejor hermeticidad y presentación más competitiva. Este salto representa la maduración natural de un emprendimiento que aprende del mercado y actúa.

Paralelamente, se desarrolló desde cero la mascota oficial Chirri, una maracuyá humanizada, alegre y dinámica, cuya animación propia fue creada por el equipo de la marca. Chirri no es un elemento decorativo, es la columna vertebral de la identidad visual y la voz de la marca en todos los canales digitales.





Análisis del Entorno

Matriz DOFA

FORTALEZAS

- Producto 100% natural con sabor tropical auténtico
- Mascota Chirri: identidad visual creada desde cero con animación propia
- Nuevo empaque rediseñado: mayor impacto en punto de venta
- Nombre memorable y culturalmente resonante en Colombia
- Alta capacidad de viralización por identidad visual fuerte

DEBILIDADES

- Capacidad productiva aún en escala de microempresa
- Presencia digital en desarrollo, seguidores iniciales
- Distribución geográfica concentrada, sin cobertura nacional
- Presupuesto publicitario limitado
- Registro INVIMA pendiente para expansión a canales formales

DOFA

OPORTUNIDADES

- Demanda creciente de bebidas naturales y sin conservantes
- Auge del comercio digital y delivery en Colombia
- Generaciones Z y Millennial: valoran autenticidad y origen local
- Nichos sin explotar: eventos, tiendas naturistas, e-commerce
- Potencial de exportación a mercados latinoamericanos

AMENAZAS

- Competencia directa de marcas industriales con alta distribución
- Volatilidad en el precio del maracuyá como materia prima
- Entrada de nuevos competidores artesanales en el segmento
- Cambios regulatorios en normas de bebidas y etiquetado
- Posible imitación del concepto de mascota por competidores

Investigación de Mercados

Segmentación



Colombia: región andina, eje cafetero y principales ciudades.



Proyección: mercado latinoamericano







Demográfica



Hombres y mujeres de 15 a 40 años; estudiantes, trabajadores jóvenes, consumidores urbanos y peri-urbanos









Psicográfica



Estilo de vida saludable y activo; valoran lo natural, lo local y lo auténtico; sensibles al origen del producto







Investigación de Mercados

Conductual

Buscan alternativas a gaseosas industriales; dispuestos a pagar prima por calidad artesanal; compran por delivery y redes sociales

Buyer Persona Cliente Ideal

- Estudiante universitaria
- Activa en Instagram y TikTok
- Compra con frecuencia por Rappi y WhatsApp



- Motivaciones: bienestar, consumo consciente, marcas con historia y personalidad propia
- Comportamiento digital: crea contenido, sigue creadores de bienestar, responde a desafíos y tendencias virales

- Frustraciones: bebidas con exceso de azúcar, marcas genéricas sin identidad, empaques poco llamativos
- Relación con Maracuchirri: le atrae el sabor intenso, el diseño renovado del envase y la energía divertida de Chirri
- Mensaje que la conecta: "Natural de verdad, con personalidad de sobra"

Análisis de Competencia

COMPETIDOR	TIPO	FORTALEZA CLAVE	VENTAJA DE MARACUCHIRRI
Hit / Del Valle	Industrial masivo	Distribución y precio	Mayor autenticidad, origen local, identidad emocional
Jugos naturales locales	Artesanal local	Frescura y cercanía	Empaque rediseñado + mascota Chirri: identidad superior
Agua de panela embot.	Artesanal tradicional	Tradición y bajo costo	Diferenciación por sabor tropical y universo de marca propio
Nuevos artesanales (startup)	Artesanal digital	Presencia en redes	Personaje animado y empaque con mayor recordación visual

Estrategia de Marca y Comunicación

Posicionamiento de Marca

DECLARACIÓN DE POSICIONAMIENTO

Para jóvenes colombianos que buscan una bebida que sea tan auténtica como ellos, Maracuchirri es la opción natural con actitud. No es solo una bebida de maracuyá: es una experiencia de marca con identidad, color y un personaje que la hace inconfundible. Mientras las grandes marcas son masivas, Maracuchirri es cercana, colombiana y real.

Identidad de Marca

MARACUCHIRRI fusiona 'maracuyá' —la fruta que es el alma del producto— con 'chirri', expresión popular colombiana usada para describir algo chévere, animado y lleno de vida. El resultado es un nombre fácil de recordar, fonéticamente atractivo y profundamente colombiano, que carga con sentido desde la primera vez que se escucha.

Slogan



Siente el trópico, vive el chirr

Valores de Marca

AUTENTICIDAD	ALEGRÍA	NATURALEZA	IDENTIDAD LOCAL
Artesanal, sin artificios, con raíces colombianas	Chirri irradia energía positiva en cada punto de contacto	Ingredientes naturales, compromiso con el origen	Marca cercana, que habla el mismo idioma que su cliente

La Mascota

Uno de los activos más valiosos que Maracuchirri ha construido es su mascota oficial: Chirri. A diferencia de muchas marcas que adaptan personajes genéricos o compran ilustraciones de stock, Maracuchirri desarrolló a Chirri desde cero, con animación propia, personalidad definida y coherencia visual en todos sus formatos.

DECLARACIÓN DE POSICIONAMIENTO

Concepto	Maracuyá humanizada con expresión alegre, ojos
Personalidad	Divertido, espontáneo, optimista, 100%
Origen	Diseñado y animado íntegramente por el equipo
Propósito estratégico	Humanizar la marca, generar recordación
Aplicaciones	Empaque renovado · Instagram Reels · TikTok ·

El Nuevo Empaque

El empaque de Maracuchirri pasó por un proceso deliberado de mejora. La versión inicial cumplió su función de validar el producto en el mercado, pero la marca tomó la decisión estratégica de evolucionar hacia un diseño más competitivo, con mayor impacto visual en punto de venta, mejor hermeticidad y una presentación coherente con el posicionamiento de marca que se construye.

VERSIÓN ANTERIOR

- Envase esférico plástico translúcido
- Etiqueta básica con logo inicial
- Presentación de validación de mercado
- Impacto visual limitado en punto de venta

VERSIÓN ACTUAL

- Diseño renovado con mayor diferenciación visual
- Presencia de Chirri en el empaque como sello de identidad
- Materiales y cierre mejorados para mayor calidad percibida
- Coherencia visual con toda la estrategia de marca





Estrategia de Comunicación

Tono y Voz

•Alegre, fresco y directo — como Chirri: sin rodeos, con personalidad

•Lenguaje coloquial colombiano cuidado: cercano pero no informal en exceso

•Narrativa consistente: Chirri habla, actúa y representa la marca en todos los formatos

•Paleta visual: amarillo, naranja y verde — colores que evocan trópico, frescura y naturaleza

Canales y Formatos

CANAL	ROL ESTRATÉGICO	FORMATO PRIORITARIO
TikTok	Viralización y conquista de Gen Z	Videos cortos con Chirri, challenges, trends
Instagram	Branding, comunidad y conversión	Reels, carruseles, stories, UGC
WhatsApp Business	Ventas directas y atención al cliente	Catálogo, respuestas automáticas, pedidos
Facebook Ads	Segmentación y retargeting pagado	Anuncios de conversión, tráfico a tienda
E-mail / Newsletter	Fidelización y recompra	Ofertas exclusivas, novedades de Chirri

Innovación Aplicada

- Identidad Premium: Un diseño más limpio y moderno que eleva la calidad percibida de la marca.
- Impacto Sensorial: Acabados con relieve en la impresión de la lata para destacar visualmente en el estante.
- Conexión Digital: Integración de un código QR (Smart Packaging) para interactuar con el consumidor.

Plan de Marketing Digital

Objetivos SMART

OBJETIVO	INDICADOR DE ÉXITO
Alcanzar 5.000 seguidores combinados en Instagram y TikTok en 6 meses	Seguidores por plataforma - mes
Generar 200 pedidos mensuales vía WhatsApp y plataformas de delivery	Pedidos registrados mensualmente
Mantener una tasa de engagement mínima del 5% en redes sociales	(Likes + comentarios + compartidos) - alcance
Captar 500 suscriptores de e-mail en los primeros 2 meses de activación del	Lista de correos activos y tasa de apertura
Posicionar la marca en búsquedas locales de Google para términos de bebidas naturales en 6	Posición SEO y volumen de búsqueda orgánica

Marketing Experiencial

Objetivos SMART

La experiencia con Maracuchirri no termina en el sabor: cada punto de contacto debe reforzar la personalidad de la marca. Chirri es el conductor de esta experiencia en todos los formatos.

EXPERIENCIAS DE MARCA PROPUESTAS

- Pop-up La Chirriteca: degustaciones en ferias, universidades y eventos con presencia de Chirri
- Reto viral El Chirriaso: challenge en TikTok e Instagram donde usuarios crean contenido con el filtro AR de Chirri
- Embajadores Chirri: micro-influencers seleccionados por autenticidad, que viven la marca en su día a día
- Kit de bienvenida para primeros 100 clientes online: stickers, llaverito, nota manuscrita y código de descuento
- Chirri en tu ciudad: serie de videos cortos donde Chirri visita diferentes ciudades colombianas

Campañas Digitales

Campaña 1 - Lanzamiento – Chirri llega a Colombia

Objetivo	Plataformas	Formato	Duración	Inversión
Generar conocimiento de marca y primeros seguidores orgánicos	Instagram, TikTok, Facebook	Video animado de Chirri presentando el nuevo empaque + Reels de behind-the-scenes de la marca	2 semanas intensivas de lanzamiento	$200.000 COP en pauta + contenido orgánico propio

Marketing Experiencial

Campaña 2 · Contenidos SEO – 'El blog del maracuyá'

Objetivo	Contenidos	Keywords	Herramientas
Posicionamiento orgánico en Google y generación de tráfico cualificado	Artículos sobre beneficios del maracuyá, recetas, bienestar y estilo de vida saludable	'bebida de maracuyá Colombia', 'maracuyá artesanal', 'bebidas naturales colombianas'	WordPress + Google Search Console + Ubersuggest (gratuito)

Campaña 3 · Influencer – 'Los chirris de Colombia'

Objetivo	Perfil objetivo	Mecánica	Métrica clave
Amplificación de marca y generación de ventas por código de referido	Micro-influencers (5K–50K seguidores) en nichos de salud, gastronomía y lifestyle colombiano	Producto + código de descuento exclusivo por influencer; comisión por venta generada	Ventas por código, alcance del contenido publicado, nuevos seguidores atribuibles

Campaña 4 · Fidelización – 'Chirri te escribe'

Objetivo	Canal	Herramienta	Contenido
Fidelización de cliente y estímulo a la recompra	E-mail marketing mensual (2 envíos/mes)	Mailchimp plan gratuito (hasta 500 contactos)	Novedades de Chirri, recetas con maracuyá, ofertas exclusivas para suscriptores

Herramientas de Inteligencia Artificial

HERRAMIENTA	APLICACIÓN EN MARACUCHIRRI	BENEFICIO DIRECTO
ChatGPT / Claude AI	Redacción de contenido para redes, blog y e-mail	Menor tiempo y costo en producción de contenido
ManyChat	Chatbot en Instagram DM y WhatsApp para pedidos y FAQs	Atención automatizada 24/7, más conversiones
Canva Magic / Firefly	Variantes visuales de Chirri para campañas estacionales	Velocidad en producción creativa sin costo de diseñador externo
Meta Ads (IA integrada)	Segmentación predictiva en Facebook e Instagram	Mayor ROAS: el dinero llega a quien tiene más probabilidad de comprar
Google Analytics 4	Análisis de comportamiento y embudos de conversión	Decisiones basadas en datos reales, no suposiciones

Presupuesto y Cronograma

RUBRO	MENSUAL	TOTAL 6 MESES
Pauta Meta Ads (Facebook / Instagram)	$200.000	$1.200.000
Pauta TikTok Ads	$150.000	$900.000
Producción de contenido (diseño y video)	$300.000	$1.800.000
Influencer marketing (micro-influencers)	$250.000	$1.500.000
Herramientas digitales (Mailchimp, Canva Pro)	$80.000	$480.000
INVERSIÓN TOTAL	**$980.000**	**$5.880.000**

Presupuesto y Cronograma

Cronograma de Implementación

ACCIÓN	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Configurar perfiles y nuevo empaque en redes	●					
Lanzamiento campaña 'Chirri llega a Colombia'	●	●				
SEO y blog de contenidos		●	●	●	●	●
Activación influencer marketing			●	●	●	●
E-mail marketing mensual		●	●	●	●	●
Revisión de KPIs y ajuste de estrategia			●	●	●	●

Indicadores Clave de Desempeño (KPI)

INDICADOR	META	HERRAMIENTA
Seguidores en redes sociales	5.000 en 6 meses	Meta Business Suite / TikTok Analytics
Tasa de engagement	⩾ 5%	Later / Hootsuite / Meta Insights
Ventas digitales mensuales	200 pedidos / mes	WhatsApp Business / Registro propio
Tasa de apertura e-mail	> 25%	Mailchimp Dashboard
Tráfico web orgánico	+300 visitas / mes	Google Analytics 4 / Search Console
ROAS en pauta digital	⩾ 2.5x	Meta Ads Manager / TikTok Ads
Tasa de conversión	⩾ 2%	Google Analytics 4

Conclusiones y Recomendaciones

Situación Actual y Potencial

Maracuchirri llega al mercado en un momento favorable. La demanda de bebidas naturales y artesanales crece de manera sostenida en Colombia, y el consumidor joven está dispuesto a pagar más por marcas que tengan historia, personalidad y propósito. La marca ya tiene dos activos únicos que la mayoría de competidores artesanales no tienen: un personaje animado propio y un empaque renovado que comunica calidad.

El reto no es el producto que tiene méritos reales sino la construcción sistemática de una presencia digital que convierta esos activos en ventas y en comunidad fiel.

Recomendaciones Estratégicas

ACCIONES PRIORITARIAS PARA EL EQUIPO MARACUCHIRRI

• Proteger la marca: registrar 'Maracuchirri' y la imagen de Chirri ante la SIC antes de escalar la comunicación digital
• Activar TikTok e Instagram de manera constante desde el primer mes: la consistencia supera la perfección en las redes sociales
• Escalar producción antes de escalar ventas: garantizar capacidad de respuesta antes de activar campañas de alto alcance
• Gestionar el trámite INVIMA como prioridad paralela: es la llave para entrar a canales formales de distribución
• Desarrollar una tienda online propia (Shopify o WooCommerce) para no depender exclusivamente de plataformas de terceros
• Medir cada acción desde el primer día: sin datos no hay decisiones, y sin decisiones informadas el presupuesto se desperdicia
Usar a Chirri en todo: cada publicación, cada empaque, cada respuesta en redes. La consistencia es lo que construye marcas

Proyección a 12 Meses

HORIZONTE	HITO ESPERADO
Meses 1-2	Perfiles activos, primer lanzamiento, base de seguidores y primeros pedidos online
Meses 3-4	Campaña de influencer activa, e-mail list creciendo, 200 pedidos/mes alcanzados
Meses 5-6	5.000 seguidores, SEO posicionando, revisión de KPIs y optimización de campañas
Meses 7-12	Expansión a nuevas ciudades, entrada a canales formales con INVIMA, tienda online propia, registro de marca