De La Tradición Al Lujo: Plan Estratégico De Marketing Digital Para El Lanzamiento De "Alosky Legado Ancestral"

Yensi Yohana Higidio Castro, Paola Andrea Paja Montaño y Lucy Maribell Vega García

Facultad de Ciencias Empresariales, Corporación Universitaria Unicomfacauca

Diplomado de Marketing Estratégico con Enfoques en Ambientes Digitales

Docente Andrés Leonardo Vargas

30 de Mayo de 2026

Resumen Ejecutivo

El presente plan estratégico de marketing digital tiene como finalidad diseñar el lanzamiento y posicionamiento de “ALOSKY LEGADO ANCESTRAL”, un licor tipo whisky premium inspirado en la bebida ancestral caucana conocida como aloja tradicional. La propuesta surge como una iniciativa de innovación gastronómica y cultural que busca transformar un producto artesanal de tradición popular en una experiencia sofisticada, exclusiva y competitiva dentro del mercado nacional e internacional de bebidas premium.

El proyecto integra elementos de patrimonio cultural, sostenibilidad, transformación digital y branding emocional, aprovechando el reconocimiento de Popayán como Ciudad Creativa de la Gastronomía UNESCO. La estrategia busca convertir la herencia culinaria caucana en un activo económico capaz de generar valor agregado, fortalecer la identidad regional y promover el turismo gastronómico.

Desde el punto de vista comercial, el mercado actual evidencia un crecimiento sostenido en el consumo de productos artesanales, premium y con identidad territorial. Los consumidores contemporáneos valoran cada vez más la autenticidad, la trazabilidad y las historias detrás de las marcas, situación que representa una oportunidad estratégica para posicionar un destilado inspirado en ingredientes autóctonos como maíz, panela, canela y clavo.

El plan contempla un diagnóstico integral del entorno competitivo mediante herramientas DOFA, análisis Porter y Buyer Persona, permitiendo identificar oportunidades de diferenciación frente a whiskies importados y otras bebidas premium.

A nivel de marketing digital, la propuesta incluye estrategias de branding experiencial, campañas omnicanal, automatización mediante inteligencia artificial, posicionamiento SEO,

pauta digital segmentada, marketing de contenidos, storytelling audiovisual y herramientas de trazabilidad mediante códigos QR.

Asimismo, se establecen objetivos SMART, indicadores KPI, cronograma de implementación y presupuesto estimado para garantizar la viabilidad y evaluación del proyecto.

Finalmente, el documento concluye que ALOSKY LEGADO ANCESTRAL posee un alto potencial para convertirse en un referente nacional de lujo cultural colombiano, integrando tradición ancestral, sofisticación contemporánea e innovación digital.

Introducción

La industria de bebidas alcohólicas en Colombia se constituye como un pilar fundamental de la economía nacional, destacándose por su alta facturación anual y dinamismo comercial. Dentro de este sector, el whisky ocupa una posición de privilegio como la categoría de mayor importación y prestigio. Según la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA), su consolidación en el mercado local no solo responde a un estatus de consumo, sino a su estrecha vinculación con la incidencia y frecuencia de eventos culturales y festividades que definen la identidad de las diversas regiones del país.

Sin embargo, el panorama actual del whisky está viviendo una transformación sin precedentes. Mientras que históricamente el mercado ha estado dominado por etiquetas internacionales, el consumidor contemporáneo según reportes de la revista P&M (marzo 2026) ha evolucionado: hoy la lealtad no pertenece solo a una marca, sino a la trazabilidad y la autenticidad. En este contexto nace el Whisky de Aloja Ancestral, una propuesta innovadora que busca llenar el vacío existente entre el destilado de lujo y la identidad regional.

Este nuevo licor no es solo una bebida; es una síntesis histórica. Al integrar la aloja, bebida tradicional de Popayán reconocida por la UNESCO en 2015, logramos una fusión magistral entre ingredientes de herencia española y la sabiduría nativa del Cauca. Esta colaboración permite ofrecer una versatilidad de sabor única, modernizando una tradición centenaria para conectar con las nuevas generaciones de consumidores que valoran el trabajo artesanal, el impacto social en la región y el orgullo por los productos de origen.

Posicionado como un destilado Premium, el Whisky de Aloja ancestral está diseñado para trascender los entornos físicos y digitales, adaptándose tanto a la alta coctelería como al

disfrute puro en eventos sociales y familiares. Es, en esencia, una bebida de herencia generacional elaborada con amor, que invita al consumidor a descubrir que la verdadera exclusividad reside en la historia que se cuenta en cada sorbo.

La gastronomía constituye uno de los principales elementos de identidad cultural de los pueblos, permitiendo preservar tradiciones, transmitir conocimientos ancestrales y fortalecer el desarrollo económico regional. En Colombia, la ciudad de Popayán posee un reconocimiento especial a nivel internacional debido a su riqueza culinaria, histórica y cultural, siendo la primera ciudad del mundo reconocida por la UNESCO como Ciudad Creativa de la Gastronomía.

Dentro de las bebidas tradicionales que hacen parte del patrimonio gastronómico caucano se encuentra la aloja, una bebida artesanal de origen colonial elaborada principalmente a base de maíz, especias naturales como canela y clavo, y procesos tradicionales de fermentación en vasijas de barro. Esta bebida representa una fusión histórica entre las costumbres españolas y los saberes indígenas propios del territorio caucano.

A pesar de su importancia cultural, actualmente la aloja es comercializada principalmente como bebida refrescante en ferias, plazas y eventos populares, limitando su posicionamiento comercial y su reconocimiento dentro de mercados de mayor valor agregado. Debido a ello, surge la necesidad de transformar este producto tradicional en una propuesta innovadora y sofisticada, capaz de competir dentro del segmento premium de bebidas alcohólicas.

El presente plan de mercadeo estratégico propone el lanzamiento de un nuevo licor tipo whisky inspirado en la aloja tradicional de Popayán, integrando tradición, innovación, identidad cultural y estrategias modernas de marketing. El proyecto busca convertir un producto ancestral

en una experiencia premium, elegante y diferenciadora, orientada tanto al mercado nacional como al turismo gastronómico internacional.

La propuesta pretende rescatar el valor histórico y cultural de la aloja, modernizando su presentación, mejorando sus procesos de fermentación y maduración, fortaleciendo su imagen de marca y posicionándose como un licor artesanal de alta categoría que represente el patrimonio gastronómico del Cauca.

Planteamiento Del Problema

Históricamente, el mercado de licores en Colombia ha operado bajo una dualidad marcada: el consumo masivo de destilados locales, como el aguardiente, frente a la aspiración hacia el whisky importado, percibido como el máximo exponente de estatus y sofisticación. Sin embargo, esta dinámica revela una problemática estructural: la incapacidad de consolidar una industria nacional de "autor" con identidad propia. Mientras la importación de whisky alcanzó los $82 millones de dólares en 2024, el dominio de las multinacionales continúa drenando el valor agregado y las regalías fuera de nuestras fronteras. Esta fuga de capital profundiza la brecha de inversión social en regiones con un potencial agrícola excepcional, como el departamento del Cauca.

El perfil del consumidor contemporáneo particularmente el segmento entre los 20 y 40 años ha evolucionado hacia la búsqueda de trazabilidad y autenticidad. Mientras el whisky tradicional muestra un crecimiento ralentizado del 2.7%, categorías con una narrativa cultural potente, como el tequila, demuestran que el mercado premia el origen. En este escenario emerge el Whisky de Aloja Ancestral, una propuesta que busca rescatar la aloja, bebida tradicional de Popayán reconocida por la UNESCO dentro del marco de Ciudad Creativa de la Gastronomía. La problemática central radica en que esta "síntesis histórica" (fusión de especias hispanas con maíz y panela nativa) ha permanecido confinada a la informalidad del consumo doméstico, sin ser escalada a los estándares de la alta destilería global.

A pesar de que el Cauca posee una riqueza incalculable en sus suelos volcánicos y la pureza de sus aguas insumos críticos para un whisky de calidad superior, el sector enfrenta obstáculos críticos:

Estandarización y Calidad: La falta de procesos técnicos alineados con la Resolución 2674 de 2013 impide que los productores artesanales cumplan con las exigencias de inocuidad y BPM (Buenas Prácticas de Manufactura).

Carga Impositiva: La estructura tributaria (25% ad valorem y 5% de IVA) encarece los productos premium nacionales, dejándolos en desventaja competitiva frente a licores industriales de bajo costo o el contrabando.

Vulnerabilidad del Patrimonio: La ausencia de una estrategia de branding emocional limita el reconocimiento de la aloja a un nivel folclórico. Sin una articulación industrial que integre a los trapiches campesinos (amparados por la Ley 2005 de 2019), Popayán corre el riesgo de que su herencia oral sea desplazada por productos sintéticos.

Por tanto, se hace importante diseñar una estrategia integral de marketing estratégico que posicione al Whisky de Aloja ancestral como un referente de lujo con propósito. Este proyecto pretende resolver la transformación de la aloja tradicional en un licor tipo whisky premium, con una propuesta diferenciadora capaz de competir en nuevos mercados a través de un destilado que no solo cumpla con el rigor normativo, sino que proyecte la identidad "payanés" hacia los mercados internacionales más exigentes, transformando una tradición centenaria en un activo económico sostenible y sofisticado.

En la actualidad, la aloja tradicional de Popayán posee un importante valor histórico, cultural y gastronómico; sin embargo, su comercialización continúa limitada a escenarios populares, ferias artesanales y ventas informales, generando una baja percepción de valor frente a otros licores premium presentes en el mercado.

Aunque Popayán cuenta con reconocimiento internacional otorgado por la UNESCO gracias a su patrimonio gastronómico, muchas bebidas tradicionales no han logrado evolucionar hacia productos competitivos de alto nivel que puedan ingresar a mercados especializados nacionales e internacionales.

Adicionalmente, existe una tendencia creciente de consumidores que buscan productos artesanales, auténticos, premium y con identidad cultural. No obstante, actualmente no existe un licor tipo whisky elaborado a partir de la aloja tradicional caucana que combine procesos artesanales, innovación, diseño elegante y estrategias modernas de posicionamiento.

La ausencia de un producto innovador basado en la aloja representa una oportunidad desaprovechada para fortalecer la economía regional, promover la identidad cultural de Popayán y generar valor agregado dentro del sector gastronómico y turístico.

Por ello, surge la necesidad de diseñar un plan de mercadeo estratégico que permita transformar la aloja tradicional en un licor tipo whisky premium, con una propuesta diferenciadora capaz de competir en nuevos mercados y posicionarse como símbolo de tradición y exclusividad.

Justificación

El lanzamiento de este whisky a base de aloja trasciende la oferta comercial convencional para posicionarse como un modelo de innovación con propósito y soberanía industrial. El proyecto se fundamenta en tres pilares estratégicos de viabilidad:

Aunque los mercados de Cundinamarca, Nariño y Antioquia presentan cifras de consumo maduras, el éxito del Whisky de Aloja ancestral radica en su capacidad para capitalizar la evolución del paladar colombiano postpandemia. La crisis sanitaria global redefinió las prioridades del consumidor, generando una mayor conciencia sobre el origen de los productos y un interés creciente por lo natural y lo artesanal. Los datos demográficos indican que el segmento de jóvenes-adultos 20 a 40 años lidera hoy la transición hacia el "lujo consciente", buscando experiencias que ofrezcan trazabilidad y bienestar.

Al posicionar la aloja como un destilado Premium, se atiende una demanda insatisfecha que busca exclusividad sin desconectarse de la identidad local. El sello de Popayán como Ciudad Creativa de la Gastronomía por la UNESCO (2005) actúa como un acelerador de marca, otorgando una validación internacional inmediata que diferencia al producto de las etiquetas multinacionales, ofreciendo un valor inmaterial que el sector industrial no puede replicar.

La viabilidad financiera del proyecto se apoya en una estructura de costos altamente competitiva, optimizada mediante los incentivos de la Ley de la Panela. Dado que la formulación técnica de la aloja exige el uso de panela oscura y maíz pergamino, el producto se integra formalmente a la cadena de valor del agro caucano, permitiendo una operatividad estratégica:

- **Optimización Tributaria**: A diferencia del gravamen del 25% *ad valorem* que enfrentan los whiskies industriales bajo la Ley 1816 de 2016, este destilado de origen artesanal puede operar bajo una tarifa del 0% en el impuesto al consumo. Este diferencial tributario no solo aumenta el margen de utilidad frente a la competencia importada, sino que permite reinvertir el capital en la expansión del negocio.
- **Estandarización de Calidad:** El ahorro fiscal generado se destinará estratégicamente a garantizar el cumplimiento de la Resolución 2674 de 2013, elevando la inocuidad del proceso ancestral a estándares de exportación, cerrando la brecha entre el saber artesanal de las familias payanesas y la competitividad de la alta destilería.

Además de ser un acto de salvaguardia del patrimonio inmaterial y desarrollo regional. El Whisky de Aloja no es solo una síntesis cultural; es la expresión líquida de la geografía del Cauca, respondiendo a la necesidad de crear industria local que genere empleo especializado y desarrollo en su zona de influencia.

- **Perfil Sensorial de Origen:** Utilizando aguas de fuentes volcánicas y maíz cultivado en los suelos minerales de la región (influenciados por el volcán Puracé), este whisky desarrolla un perfil robusto y único. Esta conexión asegura que la tradición oral de Popayán se profesionalice sin perder su esencia.
- **Soberanía Industrial:** El uso del "picante" (fermento madre preservado en ollas de barro) garantiza que el valor agregado permanezca en el territorio. Este modelo de negocio transforma un saber ancestral en una bebida espirituosa de clase mundial, asegurando que el orgullo regional se proyecte hacia los mercados más exigentes del mundo, evitando desplazamientos de capital y fortaleciendo la economía del departamento.

Además, el desarrollo de este proyecto es debido a la necesidad de fortalecer el patrimonio gastronómico de Popayán mediante la creación de productos innovadores que integren tradición cultural y estrategias modernas de mercadeo.

La aloja representa una bebida ancestral con gran valor histórico dentro de la región caucana. Su origen se relaciona con la llegada de los españoles durante la época colonial y con la adaptación de ingredientes propios del territorio por parte de las comunidades indígenas, generando una fusión cultural única entre Europa y América.

Transformar la aloja en un licor tipo whisky premium permitirá:

1. Rescatar y preservar tradiciones gastronómicas del Cauca.
2. Fortalecer la identidad cultural de Popayán.
3. Aprovechar el reconocimiento internacional otorgado por la UNESCO.
4. Generar valor agregado a productos tradicionales.
5. Impulsar el turismo gastronómico y cultural.
6. Crear nuevas oportunidades de negocio y emprendimiento.
7. Ingresar al mercado de bebidas premium artesanales.
8. Diferenciar el producto frente a bebidas alcohólicas convencionales.

Desde el punto de vista comercial, el mercado actual evidencia una creciente demanda de productos artesanales y experiencias auténticas por parte de consumidores nacionales e internacionales. Por esta razón, el proyecto posee un alto potencial de aceptación dentro de segmentos interesados en cultura, gastronomía, lujo y exclusividad.

Asimismo, el proyecto contribuye al desarrollo económico regional mediante la utilización de materias primas locales, fortaleciendo cadenas productivas agrícolas y promoviendo prácticas sostenibles y artesanales.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de mercadeo estratégico para el lanzamiento de un nuevo licor tipo whisky inspirado en la aloja tradicional de Popayán, con el fin de posicionarlo como un producto premium representativo de la identidad gastronómica y cultural del Cauca.

Objetivos Específicos

1. Analizar el mercado de bebidas alcohólicas premium y artesanales en Colombia.
2. Diseñar una estrategia de marketing digital que permita comunicar una presencia omnicanal y transmitir la experiencia de la riqueza del Cauca y el valor artesanal del campo.

Diagnóstico De Marketing

Reseña De La Marca

ALOSKY LEGADO ANCESTRAL es un licor tipo whisky premium inspirado en la bebida ancestral caucana conocida como aloja. Su propuesta busca transformar una tradición artesanal en una experiencia sofisticada capaz de competir dentro del segmento de bebidas premium nacionales.

La marca nace como una fusión entre herencia cultural, innovación gastronómica y marketing emocional, integrando ingredientes autóctonos como maíz, panela, canela y clavo con procesos de fermentación artesanal y maduración controlada.

El concepto de marca se fundamenta en el lujo con propósito, donde cada botella representa historia, identidad regional y desarrollo económico sostenible.

Análisis Del Entorno – Matriz Pestel

Factores Políticos

1. Regulaciones estrictas para bebidas alcohólicas.
2. Control sanitario del INVIMA.
3. Legislación tributaria sobre licores.
4. Incentivos agroindustriales relacionados con producción artesanal.

Factores Económicos

1. Crecimiento del mercado premium.
2. Incremento del turismo gastronómico.
3. Inflación y variación en costos agrícolas.

4. Alto consumo de whisky importado en Colombia.

Factores Sociales

1. Tendencia hacia productos auténticos y artesanales.
2. Consumidores interesados en experiencias culturales.
3. Preferencia por productos con impacto social y sostenibilidad.

Factores Tecnológicos

1. Crecimiento del e-commerce.
2. Automatización del marketing digital.
3. Uso de inteligencia artificial y análisis predictivo.
4. Estrategias omnicanal y trazabilidad QR.

Factores Ecológicos

1. Interés creciente por productos sostenibles.
2. Uso responsable de recursos naturales.
3. Valoración de prácticas agrícolas tradicionales.

Factores Legales

1. Cumplimiento de BPM.
2. Registro sanitario INVIMA.
3. Regulación publicitaria de bebidas alcohólicas.
4. Protección de propiedad intelectual y marca.

Matriz DOFA

Tabla 1 Matriz DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Producto innovador y diferenciador basado en la aloja tradicional de Popayán.	Marca nueva sin posicionamiento previo en el mercado nacional.
Fuerte identidad cultural respaldada por el reconocimiento UNESCO de Popayán como Ciudad Creativa de la Gastronomía.	Altos costos iniciales de producción, certificaciones y registro INVIMA.
Uso de ingredientes autóctonos y naturales: maíz, panela, clavo, canela y agua volcánica del Puracé.	Producción artesanal limitada frente a grandes competidores industriales.
Historia de marca poderosa basada en patrimonio, tradición y sostenibilidad.	Bajo conocimiento técnico inicial sobre destilación premium a gran escala.

Beneficio tributario potencial gracias a la Ley 2005 de 2019.	Necesidad constante de garantizar estandarización y calidad artesanal.
Alto potencial de storytelling y branding emocional.	Riesgo de percepción de “producto artesanal informal” si no se comunica correctamente la calidad premium.
Tendencia de consumo favorable hacia productos artesanales y de origen.	Recursos financieros limitados para campañas publicitarias masivas.
Perfil sensorial único difícil de replicar por marcas industriales.	Tiempo prolongado para maduración y posicionamiento de marca.
Posibilidad de integración con turismo gastronómico y cultural.	Dependencia del canal premium y nichos específicos de consumidores.

OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**

	Crecimiento del mercado de bebidas premium y artesanales en Colombia.	Competencia de whiskies importados con alto reconocimiento internacional.
	Los consumidores buscan autenticidad, trazabilidad y productos con historia.	Contrabando y mercado ilegal de licores en Colombia.
	Auge del turismo gastronómico y cultural en Popayán y el Cauca.	Cambios en la regulación sanitaria o tributaria para bebidas alcohólicas.
	Expansión del marketing digital y e-commerce para productos premium.	Alta sensibilidad del consumidor premium frente a errores de calidad.
	Interés internacional por productos con identidad territorial latinoamericana.	Incremento en costos de materias primas agrícolas.

	Posibilidad de alianzas con hoteles, restaurantes y bares de alta gama (HORECA).	Preferencia de algunos consumidores por marcas tradicionales consolidadas.
	Participación en ferias gastronómicas, festivales y eventos culturales.	Riesgo reputacional por incumplimientos sanitarios o falsificaciones.
	Tendencia hacia productos sostenibles y comercio justo.	Competencia de otros licores artesanales como tequila premium, ron artesanal y viche.
	Uso de herramientas digitales e IA para segmentación y fidelización.	Inestabilidad económica que reduce el consumo de productos premium.
0	Potencial de exportación como producto insignia del patrimonio caucano.	Saturación publicitaria en el segmento premium de bebidas alcohólicas.

Estrategias DOFA

Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades)

1. Posicionar el Whisky de ALOJA como “Patrimonio Líquido del Cauca” utilizando el respaldo cultural de la UNESCO y el auge del turismo gastronómico.
2. Desarrollar alianzas con hoteles boutique, restaurantes gourmet y bares premium del canal HORECA.
3. Participar en ferias nacionales e internacionales de gastronomía y bebidas artesanales.
4. Aprovechar la tendencia de consumo consciente para destacar el impacto social sobre trapiches campesinos.

Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas)

1. Diferenciar el producto frente a whiskies importados mediante su identidad cultural única y origen caucano.
2. Fortalecer la seguridad del empaque y trazabilidad para combatir la falsificación y el contrabando.
3. Garantizar altos estándares de calidad e inocuidad mediante BPM y certificación INVIMA.
4. Destacar el carácter natural y artesanal frente a productos industriales con aditivos artificiales.

Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades)

Reducir debilidades aprovechando oportunidades.

1. Utilizar marketing digital de bajo costo para fortalecer el reconocimiento de marca.
2. Capacitar al equipo en destilación premium, branding y comercialización internacional.
3. Buscar alianzas estratégicas con entidades de turismo, cultura y emprendimiento.
4. Acceder a programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento cultural y agroindustrial.
5. Implementar campañas educativas sobre la calidad y autenticidad del producto artesanal.

Estrategias DA (Debilidades + Amenazas)

Minimizar debilidades y evitar amenazas.

1. Diseñar protocolos estrictos de calidad y producción para evitar riesgos sanitarios.
2. Diversificar proveedores campesinos para reducir la dependencia de una sola fuente agrícola.
3. Controlar cuidadosamente los costos operativos para mantener competitividad frente a marcas internacionales.

4. Realizar estudios constantes del mercado premium y comportamiento del consumidor.

5. Construir una reputación sólida basada en transparencia, legalidad y cumplimiento normativo.

Investigación De Mercados

Segmentación

Demográfica

El Whisky de Aloja Artesanal se dirige a un segmento de:

1. Hombres y mujeres de entre 20 y 40 años
2. Estratos 4, 5, y 6
3. Profesionales, empresarios y Consumidores premium

Geográfica

1. Bogotá.
2. Medellín.
3. Cali.
4. Popayán.
5. Ciudades turísticas y gastronómicas.

Psicográfica

1. Consumidores que valoran la cultura y el lujo.
2. Interés por experiencias exclusivas.

3. Preferencia por productos auténticos.
4. Afinidad por gastronomía y turismo cultural.

Conductual

1. Compradores de licores premium.
2. Consumidores digitales.
3. Participantes en eventos sociales y gastronómicos.
4. Clientes influenciados por branding emocional.

Análisis De La Competencia

Competencia Directa

1. Johnnie Walker.
2. Buchanan’s.
3. Chivas Regal.
4. Tequila premium.
5. Ron artesanal colombiano.

Ventaja Competitiva

ALOSKY LEGADO ANCESTRAL se diferencia por:

1. Origen cultural caucano.
2. Inspiración ancestral.
3. Ingredientes autóctonos.
4. Producción artesanal premium.

5. Experiencia sensorial y narrativa cultural.

Estrategia De Marca Y Comunicación

Propuesta De Posicionamiento

"ALOSKY LEGADO ANCESTRAL es el primer licor tipo whisky premium inspirado en la tradición ancestral caucana, creado para consumidores que buscan lujo auténtico, sofisticación cultural y experiencias memorables."

Identidad De Marca

NAMING: "ALOSKY LEGADO ANCESTRAL"

El nombre combina tradición, exclusividad y sofisticación.

SLOGAN: "No es solo un whisky, es nuestra historia."

Valores De Marca

1. Autenticidad.
2. Elegancia.
3. Herencia cultural.
4. Innovación.
5. Sostenibilidad.
6. Exclusividad.

Identidad Visual

La identidad visual de ALOSKY LEGADO ANCESTRAL se inspira en la sofisticación del lujo contemporáneo fusionado con la esencia cultural del Cauca. El diseño del whisky refleja exclusividad, herencia y elegancia artesanal.

Colores Corporativos

1. Negro mate profundo: representa elegancia, misterio y exclusividad.
2. Dorado metálico: simboliza lujo, prestigio y tradición premium.
3. Ámbar whisky: transmite calidez, sofisticación y autenticidad.
4. Cobre oscuro: evoca artesanía, historia y fermentación ancestral.

Concepto Visual Del Envase

La botella premium posee una silueta elegante y escultórica inspirada en la geografía del departamento del Cauca. El diseño central incorpora un relieve artístico del mapa caucano en acabado dorado, exaltando el origen territorial del producto.

Los grabados inferiores de la botella recrean patrones ancestrales y texturas coloniales inspiradas en el arte caucano y las vasijas tradicionales utilizadas en la fermentación de la aloja.

Elementos Gráficos

1. Mapa del Cauca grabado en relieve dorado.
2. Tipografía serif elegante de estilo premium.
3. Símbolos geométricos ancestrales.
4. Texturas inspiradas en barro artesanal.

5. Detalles coloniales y ornamentales.
6. Acabados metálicos de lujo.

Diseño Del Empaque Premium

El empaque edición especial está inspirado en la silueta geográfica del Cauca, elaborado en acabado negro y dorado con ilustraciones grabadas de montañas, arquitectura colonial y paisajes representativos de Popayán.

La experiencia de apertura busca transmitir exclusividad, patrimonio cultural y sofisticación, convirtiendo cada botella en una pieza de colección.

Estrategias De Comunicación

Tono De Comunicación

1. Elegante.
2. Exclusivo.
3. Emocional.
4. Cultural.
5. Sofisticado.

Canales De Comunicación

Canales digitales

1. Instagram.
2. TikTok.

3. Facebook.
4. LinkedIn.
5. YouTube.
6. Página web.
7. Email marketing.
8. WhatsApp Business.

Canales Presenciales

1. Ferias gastronómicas
2. Eventos premium
3. Hoteles boutique
4. Restaurantes gourmet
5. Catas privadas





Propuesta Creativa

La narrativa de marca girará alrededor del concepto “Patrimonio líquido del Cauca”, mostrando el proceso artesanal, los ingredientes locales y las historias humanas detrás de la producción.

La comunicación visual buscará transmitir lujo contemporáneo mediante fotografía cinematográfica, storytelling documental y experiencias sensoriales.

Elementos De Innovación Aplicados Al Marketing

1. Códigos QR interactivos en cada botella
2. Experiencias de realidad aumentada
3. Trazabilidad digital del producto
4. Inteligencia artificial para segmentación predictiva
5. Automatización de campañas
6. Storytelling audiovisual inmersivo
7. Marketing experiencial multisensorial

Plan De Marketing Digital

Objetivos Smart

Objetivo 1

Incrementar el reconocimiento de marca en un 60% durante el primer año mediante campañas digitales segmentadas en Instagram, TikTok y Meta Ads.

Objetivo 2

Lograr 25.000 seguidores orgánicos en redes sociales durante los primeros 12 meses.

Objetivo 3

Generar 5.000 leads calificados mediante campañas de email marketing y formularios web.

Objetivo 4

Alcanzar presencia en 50 establecimientos premium HORECA durante el primer año.

Objetivo 5

Obtener una tasa de recompra del 30% mediante estrategias de fidelización digital.

Estrategia De Marketing Experiencial

La estrategia de marketing experiencial se fundamenta en transformar el consumo del producto en una experiencia cultural, emocional y sensorial.

Experiencias Principales

1. **Catas Sensoriales Premium:** Eventos exclusivos con maridaje gastronómico caucano.
2. **Storytelling Inmersivo:** Microdocumentales sobre tradición, territorio y elaboración artesanal.
3. **Experiencia QR:** Cada botella permitirá acceder a contenido interactivo:
    - Historia del productor.
    - Proceso artesanal.
    - Maridajes.
    - Eventos exclusivos.
    - Certificados de autenticidad.

Turismo Gastronómico

Experiencias “Del campo a la copa” en Popayán y el Cauca.

Propuesta De Campañas Digitales

Campaña 1 – “El Sabor De La Herencia”

Objetivo: Dar a conocer el origen ancestral del producto.

Estrategia

1. Videos cinematográficos.
2. Reels emocionales.
3. Historias interactivas.
4. Influencers gastronómicos.

Canales: Instagram, TikTok y YouTube.

Campaña 2 – “Lujo Con Propósito”

Objetivo: Conectar el consumo premium con el impacto social regional.

Estrategia

1. Storytelling campesino
2. Testimonios
3. Documentales cortos
4. Publicidad emocional

Canales: Facebook, LinkedIn y YouTube.

Estrategia SEO

Acciones SEO

1. Optimización web.
2. Blog gastronómico.
3. Palabras clave premium.
4. SEO local.
5. Backlinks gastronómicos.

Palabras Clave Principales

1. Whisky artesanal colombiano.
2. Licor premium colombiano.
3. Aloja caucana.
4. Whisky artesanal de Popayán.
5. Bebidas premium colombianas.

Estrategia De Email Marketing

Automatizaciones

- Correos de bienvenida.
- Lanzamiento de ediciones especiales.
- Invitaciones a eventos.
- Recuperación de carritos.
- Programas VIP.

Frecuencia

- 2 campañas mensuales.
- 1 newsletter premium.
- Campañas especiales en temporadas.

Estrategia De Pauta Digital

Meta ADS

Segmentación por:

- Intereses premium.
- Gastronomía.
- Turismo.
- Licores.
- Lujo.

Google ADS

Campañas de búsqueda

- Whisky premium.
- Licores artesanales.
- Regalos corporativos premium.

TikTok Ads

Contenido aspiracional y experiencial.

Aplicación De Herramientas De IA

Chatbot Inteligente

Implementación de un chatbot en WhatsApp Business y página web para:

- Atención automática.
- Recomendaciones de compra.
- Reservas de eventos.
- Soporte postventa.
- Fidelización.

Automatización De Marketing

Herramientas de automatización para:

- Correos personalizados
- Segmentación dinámica
- Recordatorios automáticos
- Seguimiento de leads

Segmentación Predictiva

Uso de inteligencia artificial para:

- Analizar comportamiento de compra.
- Identificar clientes potenciales.
- Predecir recompra.
- Personalizar campañas.

Analítica Inteligente

Implementación de dashboards para:

- Monitoreo de ventas.
- Engagement.
- ROI.
- Conversión digital.

Presupuesto Estimado

Tabla 2 Presupuesto

ACTIVIDAD	INVERSIÓN ESTIMADA
Branding y diseño visual	$8.000.000
Producción audiovisual	$12.000.000
Desarrollo web y e-commerce	$10.000.000
Pauta digital	$15.000.000
Influencers y alianzas	$6.000.000
Automatización y CRM	$5.000.000

Eventos y catas	$9.000.000
Packaging premium	$7.000.000
Investigación y analítica	$3.000.000
Contingencia	$5.000.000
TOTAL	$80.000.000

Elaboración Propia.

Cronograma De Implementación

ACTIVIDAD	**MES 1**	**MES 2**	**MES 3**	**MES 4**	**MES 5**	**MES 6**
Desarrollo de marca	X	X				
Diseño web	X	X				
Producción audiovisual		X	X			
Estrategia SEO		X	X	X	X	X
Campañas digitales			X	X	X	X
Implementación IA			X	X		

Lanzamiento oficial	X		
Eventos experienciales	X	X	X
Evaluación KPI		X	X

Indicadores KPI

Tabla 3 Indicadores

KPI	META
Alcance digital	1.000.000 usuarios
Engagement redes sociales	8%
Tráfico web mensual	15.000 visitas
Leads generados	5.000
Conversión e-commerce	4%
Tasa de recompra	30%
Retorno sobre inversión ROI	25%
Apertura email marketing	35%
Seguidores en redes	25.000
Ventas en canal HORECA	50 establecimientos

Estrategia Del Producto

Características

- Licor tipo whisky artesanal.
- Elaborado a base de aloja fermentada.
- Maduración controlada.
- Perfil aromático premium.
- Producción limitada.
- Ediciones numeradas.

Diseño Del Envase

- Botella escultórica de lujo con acabado cristal ámbar.
- Relieve central inspirado en el mapa del Cauca.
- Grabados artesanales con inspiración ancestral caucana.
- Tapa metálica dorada con detalles ornamentales premium.
- Etiqueta negra mate con acabados dorados.
- Empaque edición especial inspirado en la silueta del departamento del Cauca.
- Tarjeta de autenticidad con mensaje institucional de marca.
- Código QR interactivo para experiencia digital inmersiva.

Diferenciación

- Primer whisky inspirado en aloja caucana.
- Patrimonio cultural convertido en lujo.
- Ingredientes autóctonos.

- Storytelling regional.

Estrategia De Precio

ALOSKY LEGADO ANCESTRAL se posicionará bajo una estrategia de precio premium basada en percepción de exclusividad, calidad artesanal y experiencia cultural.

Precio Estimado

Botella estándar 750 ml: $150.000 COP.

Estrategia

- Precio basado en valor.
- Exclusividad limitada.
- Posicionamiento de lujo.
- Percepción aspiracional.

Estrategia De Distribución

Canales Físicos

- Hoteles boutique.
- Restaurantes gourmet.
- Licoreras premium.
- Ferias gastronómicas.
- Eventos corporativos.

Canales Digitales

- Página web.

- E-commerce.
- WhatsApp Business.
- Marketplaces especializados.

Conclusiones

El desarrollo del presente plan estratégico de marketing digital permitió identificar el alto potencial comercial y cultural que posee ALOSKY LEGADO ANCESTRAL dentro del mercado colombiano de bebidas premium.

La transformación de la aloja tradicional caucana en un licor tipo whisky premium representa una oportunidad innovadora para fortalecer el patrimonio gastronómico de Popayán y generar valor agregado mediante estrategias de branding emocional y posicionamiento digital.

El análisis realizado evidencia que los consumidores contemporáneos valoran cada vez más los productos auténticos, artesanales y con identidad territorial, lo que favorece la propuesta diferencial del proyecto.

Asimismo, el uso de herramientas digitales, automatización e inteligencia artificial permite construir una experiencia omnicanal sofisticada, fortaleciendo la relación entre marca y consumidor.

Finalmente, se concluye que la combinación entre tradición ancestral, innovación y marketing estratégico puede convertir a ALOSKY LEGADO ANCESTRAL en un referente nacional e internacional del lujo cultural colombiano.

Recomendaciones

1. Fortalecer continuamente la calidad e inocuidad del producto mediante certificaciones y BPM.
2. Consolidar alianzas estratégicas con hoteles, restaurantes y operadores turísticos.
3. Mantener una comunicación digital coherente con el posicionamiento premium.
4. Implementar campañas permanentes de storytelling cultural.
5. Fortalecer el comercio electrónico y la trazabilidad digital.
6. Invertir en innovación tecnológica y análisis de datos.
7. Desarrollar nuevas ediciones limitadas y experiencias exclusivas.
8. Expandir progresivamente hacia mercados internacionales.

Lecciones Aprendidas

El desarrollo del proyecto permitió comprender la importancia del marketing estratégico como herramienta de transformación empresarial y cultural.

Asimismo, evidenció que las marcas modernas no solo venden productos, sino experiencias, historias y valores.

Finalmente, el trabajo permitió integrar conocimientos de branding, comunicación digital, innovación, investigación de mercados y herramientas tecnológicas aplicadas al marketing contemporáneo.

LEGADO ANCESTRAL es el primer licor tipo whisky premium inspirado en la tradición ancestral caucana, creado para consumidores que buscan lujo auténtico y experiencias memorables.


ALOJA
CAUCA
ALOSKY
TAPA INTELIGENTE
ALOSKY
NO ES SOLO UN WHISKY,
ES NUESTRA HISTORIA.


ALOJA
LEGADO ANCESTRAL
CAUCA, TIERRA DE HISTORIA,
CULTURA Y SABOR
ALOJA
LEGADO ANCESTRAL
CAUCA
NO ES SOLO UN WHISKY,
ES NUESTRA HISTORIA
ALOJA

Referencias Bibliográficas

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing (15.ª ed.). Pearson Educación.

Porter, M. E. (2009). Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. Editorial Pirámide.

UNESCO. (s.f.). Popayán, Ciudad Creativa de la Gastronomía. Recuperado de UNESCO Creative Cities Network

Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia. (2013). Resolución 2674 de 2013 por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012. Bogotá, Colombia.

Congreso de la República de Colombia. (2019). Ley 2005 de 2019. Bogotá, Colombia.

Revista P&M Colombia. (2025). Tendencias de marketing y consumo en Colombia.

Asociación Nacional de Anunciantes. (2025). Estudios y reportes de tendencias publicitarias y comportamiento del consumidor.

Google Trends. (2025). Tendencias de búsqueda sobre bebidas premium y marketing digital.

Statista. (2025). Reportes estadísticos sobre consumo de bebidas alcohólicas premium.

HubSpot. (2025). Marketing Report 2025: Tendencias globales de marketing digital.

Meta Business Insights. (2025). Métricas y tendencias de comportamiento digital en plataformas Meta.