Plan de marketing estratégico y digital para el lanzamiento del aguardiente

“Puracé Ardiente”

Diplomado Marketing Estratégico con Enfoque en Ambientes Digitales

Corporación universitaria comfacauca

Popayán-cauca

2026

Plan de marketing estratégico y digital para el lanzamiento del aguardiente “Puracé Ardiente”

Edwar Andrés Álvarez

Juan Daniel Vergara

Natalia Hernández

Docente:

Leonardo Vargas

Corporación universitaria comfacauca

Popayán-cauca

2026

Tabla de contenido

1. Resumen Ejecutivo 6
2. Diagnóstico de Marketing 8
   2.1 Reseña de la marca 8
   2.2 Análisis del entorno (PESTEL) 9
   2.3 Caracterización de la matriz PESTEL “Puracé ardiente” 12
      2.3.1 Análisis estratégico del entorno externo 12
      2.3.2 Factor político 13
      2.3.3 Factor económico 14
      2.3.4 Factor social 15
      2.3.5 Factor tecnológico 16
      2.3.6 Factor ecológico 17
      2.3.7 Factor legal 17
   2.4 Matriz DOFA 18
   2.5 Definición de Estrategias 20
   2.6 Investigación de mercados 23
      2.6.1 Segmentación de mercado 23
      2.6.2 Segmentación geográfica 24
      2.6.3 Segmentación demográfica 24
      2.6.4 Segmentación psicográfica 25
      2.6.5 Segmentación conductual 25
      2.6.6 Análisis de la competencia 26
      2.6.7 Matriz de Perfil Competitivo (MPC) – Puracé Ardiente 26
      2.6.8 Interpretación de la matriz 27
      2.6.9 Perfil del cliente ideal (Buyer Persona) 28
3. Estrategia de Marca y Comunicación 31
   3.1 Propuesta de posicionamiento de marca 32
   3.2 Declaración de posicionamiento 33
   3.3 Construcción de identidad de marca 34
      3.3.1 Naming de la marca 34
   3.3.2 Slogan de marca 35

3.3.3 Valores de marca 36
3.3.4 Personalidad de marca 36
3.3.5 Propuesta de valor 37
3.4 Estrategia de comunicación 38
3.4.1 Tono de comunicación 38
3.4.2 Canales de comunicación 38
3.4.3 Propuesta creativa de comunicación 39
3.5 Elementos de innovación aplicada al marketing de la empresa 40
3.6 Demanda y nichos de mercado 41
3.6.1 Nichos de mercado 42
4. Plan de Marketing Digital 43
4.1 Objetivos SMART de marketing digital 43
4.2 Estrategia de marketing experiencial 44
4.2.1 Activaciones de marca 45
4.2.2 Experiencias inmersivas 45
4.2.3 Estrategia emocional 45
4.2.4 Marketing de comunidad 45
4.3 Propuesta de campañas digitales 46
4.3.1 Campaña 1: “Despierta el fuego” 46
4.3.2 Campaña 2: “Vive la experiencia Puracé” 47
4.3.3 Campaña 3: “Puracé Challenge” 47
4.3.4 Estrategia de redes sociales 48
4.3.5 Estrategia de pauta digital 49
4.3.6 Estrategia SEO y página web 50
4.3.7 Estrategia de email marketing 51
4.4 Aplicación de herramientas de inteligencia artificial 51
4.5 Presupuesto estimado de marketing digital 52
4.6 Cronograma básico de implementación 52
4.7 Indicadores clave de desempeño (KPI) 53
5. Conclusiones y recomendaciones 54
5.1 Conclusiones 54

5.2 Recomendaciones 55
5.3 Lecciones aprendidas 57
6. Referencias 58
7. Propuesta gráfica para campañas digitales 60

1. Resumen Ejecutivo

El presente documento desarrolla un plan estratégico de marketing para el lanzamiento de ¨Puracé Ardiente¨, un licor premium de frutos rojos inspirado en el volcán Puracé, concebido como una propuesta innovadora dentro del mercado colombiano de bebidas alcohólicas. A diferencia de los productos tradicionales, este proyecto se fundamenta en la creación de una experiencia sensorial y emocional que integra sabor, diseño y storytelling, con el objetivo de conectar con un consumidor moderno, digital y aspiracional.

El análisis del entorno evidencia una oportunidad clara en el segmento de licores premium, impulsado por consumidores jóvenes entre los 20 y 40 años que buscan productos diferenciados, estéticamente atractivos y alineados con su estilo de vida. Asimismo, se identifica una brecha en el mercado relacionada con la limitada innovación en propuestas visuales y experienciales dentro de la categoría, lo que permite a Puracé Ardiente posicionarse como una alternativa disruptiva.

Desde el enfoque estratégico, la marca se construye sobre una identidad sólida basada en la intensidad, la autenticidad y la conexión con la naturaleza. Su propuesta de valor radica en ofrecer un licor que no solo se consume, sino que se vive como una experiencia, destacándose por su color rojo tipo lava, su envase con forma de volcán y una narrativa que evoca energía, fuerza y exclusividad.

En términos de marketing, se plantea una estrategia digital integral centrada en redes sociales como Instagram y TikTok, aprovechando el alto potencial visual del producto para generar contenido atractivo y viral. Se incluyen acciones como marketing

de influencers, campañas audiovisuales, activaciones de marca y experiencias inmersivas que permitan fortalecer el posicionamiento y generar engagement con el público objetivo. Adicionalmente, se contempla el uso de herramientas de inteligencia artificial para la automatización de procesos, segmentación de audiencias y optimización de campañas.

El plan también incorpora un enfoque progresivo de lanzamiento, estructurado en fases que incluyen pre-lanzamiento, introducción al mercado, posicionamiento y expansión, acompañado de indicadores clave de desempeño (KPI) que permitirán medir el alcance, la interacción y la conversión del producto en el entorno digital.

En conclusión, Puracé Ardiente representa una oportunidad estratégica para innovar en el mercado de licores en Colombia, mediante una propuesta diferenciadora que combina branding, experiencia y marketing digital. Su éxito dependerá de la coherencia en la ejecución de la estrategia, la capacidad de conectar emocionalmente con el consumidor y la adaptación constante a las dinámicas del entorno digital.

2. Diagnóstico de Marketing

2.1 Reseña de la marca

Puracé Ardiente es una propuesta de licor premium colombiano inspirada en el volcán Puracé, ubicado en el departamento del Cauca. La marca nace como respuesta a la necesidad de innovar en el mercado de bebidas alcohólicas, ofreciendo una alternativa diferenciada frente a los productos tradicionales, particularmente el aguardiente.

El concepto de Puracé Ardiente se basa en la creación de una experiencia sensorial que integra tres elementos clave: sabor, diseño y narrativa. El producto se caracteriza por ser un licor de frutos rojos con un color rojo intenso que simula la lava volcánica, acompañado de un envase con forma de volcán que refuerza la identidad visual de la marca. Esta combinación permite posicionarlo no solo como una bebida, sino como una experiencia estética y emocional.

Desde una perspectiva estratégica, la marca busca conectar con un consumidor moderno, digital y aspiracional, que valora la diferenciación, el diseño y la capacidad de compartir experiencias a través de redes sociales. En este sentido, Puracé Ardiente se plantea como una marca innovadora que rompe con la lógica tradicional del mercado y apuesta por un enfoque experiencial.

2.2 Análisis del entorno (PESTEL)

Factor	Variable	Descripción	Impacto en Puracé Ardiente
Político	Monopolio rentístico de licores	Los departamentos controlan parte de la comercialización y tributación de bebidas alcohólicas.	Puede limitar expansión regional y aumentar costos de distribución.
Político	Reformas tributarias	Cambios fiscales pueden aumentar impuestos al alcohol.	Incrementa el precio final del producto.
Político	Restricciones publicitarias	Existen limitaciones para promocionar bebidas alcohólicas.	Obliga a usar estrategias digitales y emocionales.
Político	Apoyo al emprendimiento	Programas nacionales impulsan innovación empresarial.	Favorece nuevas marcas diferenciadas.
Político	Tratados comerciales internacionales	Colombia mantiene acuerdos comerciales con otros países.	Facilita ingreso de competencia extranjera premium.
Político	Regulación de horarios de venta	Algunos municipios restringen horarios de comercialización de alcohol.	Puede afectar ventas en ciertos momentos y regiones.
Político	Cambios gubernamentales	Nuevos gobiernos pueden modificar políticas económicas y tributarias.	Genera incertidumbre estratégica y financiera.
Económico	Crecimiento del segmento premium	Aumenta la demanda de productos exclusivos y diferenciados.	Favorece el posicionamiento premium de la marca.
Económico	Inflación	El aumento de precios reduce poder adquisitivo.	Puede disminuir frecuencia de compra.
Económico	Competencia internacional	Marcas extranjeras tienen fuerte posicionamiento.	Exige diferenciación sólida y branding fuerte.
Económico	Variación del dólar	Algunos insumos y maquinaria dependen de importaciones.	Aumenta costos de producción.
Económico	Crecimiento del ecommerce	Las compras digitales continúan creciendo en Colombia.	Abre nuevos canales de venta directa.

Económico	Costos logísticos	El transporte y distribución presentan altos costos internos.	Puede afectar márgenes de rentabilidad.
Económico	Preferencia por experiencias	Consumidores priorizan valor emocional sobre precio.	Favorece productos con storytelling y experiencia.
Social	Consumo experiencial	Los consumidores buscan experiencias memorables.	Fortalece la propuesta sensorial de la marca.
Social	Influencia de redes sociales	Las redes sociales influyen fuertemente en decisiones de compra.	Gran oportunidad de viralización y posicionamiento digital.
Social	Consumo aspiracional	Los productos premium representan estatus y estilo de vida.	Facilita posicionamiento exclusivo.
Social	Tendencias saludables	Crece la preocupación por reducir consumo de alcohol.	Puede disminuir parte del mercado potencial.
Social	Cultura de celebración	En Colombia el alcohol tiene fuerte presencia en reuniones sociales.	Favorece aceptación del producto en eventos y fiestas.
Social	Influencers y creadores digitales	Los consumidores confían cada vez más en recomendaciones digitales.	Incrementa oportunidades de influencer marketing.
Social	Consumidor hiperconectado	El consumidor moderno permanece constantemente conectado a plataformas digitales.	Permite interacción continua y construcción de comunidad digital.
Tecnológico	Marketing digital avanzado	Herramientas digitales optimizan campañas publicitarias.	Mejora segmentación y posicionamiento.
Tecnológico	Ecommerce y social commerce	Las plataformas digitales permiten ventas directas.	Facilita expansión comercial.
Tecnológico	Analítica de datos	Las plataformas recopilan información sobre consumidores.	Mejora toma de decisiones estratégicas.
Tecnológico	Producción innovadora	Nuevas tecnologías permiten empaques diferenciados.	Potencia diseño volcán y valor visual.
Tecnológico	Realidad aumentada	Tecnologías inmersivas generan experiencias interactivas.	Puede fortalecer campañas innovadoras.

Tecnológico	Automatización de atención	Chatbots y automatización optimizan servicio al cliente.	Mejora experiencia del consumidor.
Tecnológico	Packaging inteligente	Existen tecnologías aplicables a empaques interactivos.	Incrementa diferenciación y experiencia premium.
Ecológico	Sostenibilidad empresarial	Los consumidores valoran prácticas responsables.	Mejora percepción positiva de marca.
Ecológico	Empaques reciclables	Existe presión social hacia materiales sostenibles.	Oportunidad para packaging ecológico.
Ecológico	Conservación ambiental	La identidad natural colombiana tiene valor comercial.	Permite conectar marca con biodiversidad.
Ecológico	Regulaciones ambientales	Las empresas deben cumplir normas ambientales.	Puede generar costos adicionales.
Ecológico	Economía circular	Crece interés por reutilización y reducción de residuos.	Favorece estrategias sostenibles de producción.
Ecológico	Huella de carbono	Los consumidores observan impacto ambiental empresarial.	Obliga a fortalecer responsabilidad ambiental.
Ecológico	Consumidor eco consciente	Las nuevas generaciones valoran marcas sostenibles.	Fortalece diferenciación emocional y reputacional.
Legal	Decreto 1686 de 2012	Regula bebidas alcohólicas en Colombia.	Obliga cumplimiento sanitario y técnico.
Legal	Registro INVIMA	Todo licor requiere autorización sanitaria de INVIMA.	Es obligatorio para comercialización legal.
Legal	Ley 124 de 1994	Prohíbe venta de alcohol a menores.	Limita campañas dirigidas a ciertos públicos.
Legal	Propiedad intelectual	Protección de marca y diseño industrial.	Evita imitaciones del concepto volcán.
Legal	Restricciones publicitarias digitales	Existen regulaciones sobre contenido alcohólico en plataformas digitales.	Obliga campañas responsables y segmentadas.
Legal	Normativa tributaria	El alcohol posee alta carga impositiva.	Aumenta precio final y presión competitiva.

Legal	Protección al consumidor	Las empresas deben garantizar información clara y seguridad del producto.	Obliga transparencia en etiquetado y comunicación.

2.3 Caracterización de la matriz PESTEL “Puracé ardiente”

2.3.1 Análisis estratégico del entorno externo

La matriz PESTEL permite identificar los factores externos que pueden influir positiva o negativamente en el lanzamiento y posicionamiento de Puracé Ardiente dentro del mercado colombiano de bebidas alcohólicas. A través de este análisis se estudian variables políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas y legales que afectan directamente el comportamiento del consumidor, la competitividad y la viabilidad comercial de la marca.

Puracé Ardiente busca posicionarse como un licor premium innovador, enfocado en la experiencia sensorial, el branding emocional y la viralización digital. Por esta razón, resulta fundamental comprender el entorno externo para desarrollar estrategias que permitan aprovechar oportunidades y reducir riesgos dentro de un mercado altamente competitivo y regulado.

2.3.2 Factor político

El entorno político colombiano representa uno de los principales desafíos para las nuevas marcas de bebidas alcohólicas debido a la fuerte regulación tributaria y comercial existente en el sector. Los departamentos ejercen control sobre la comercialización de licores mediante monopolios rentísticos e impuestos al consumo, lo que puede aumentar significativamente los costos de distribución y limitar el ingreso a ciertos mercados regionales.

Asimismo, las reformas tributarias y los posibles cambios gubernamentales generan incertidumbre financiera para las empresas del sector, ya que cualquier modificación fiscal puede afectar directamente el precio final del producto y su competitividad frente a marcas tradicionales e importadas.

Por otra parte, las restricciones publicitarias relacionadas con bebidas alcohólicas obligan a las marcas a desarrollar estrategias de comunicación más creativas, enfocadas en branding emocional, storytelling y marketing experiencial, especialmente en plataformas digitales.

Sin embargo, el fortalecimiento del emprendimiento y la innovación empresarial en Colombia también representa una oportunidad para propuestas diferenciadas como Puracé Ardiente, especialmente aquellas que logren integrar identidad cultural, creatividad y valor agregado.

2.3.3 Factor económico

El mercado colombiano ha mostrado un crecimiento progresivo en el consumo de productos premium y experiencias diferenciadas, especialmente entre consumidores jóvenes y adultos con ingresos medios y altos. Esta tendencia favorece el posicionamiento de Puracé Ardiente como un licor exclusivo, visualmente atractivo y asociado a experiencias memorables.

No obstante, factores económicos como la inflación, el aumento del costo de vida y la variación del dólar pueden impactar negativamente la capacidad adquisitiva de los consumidores y elevar los costos de producción, especialmente si algunos insumos o procesos dependen de importaciones.

Adicionalmente, la presencia de marcas internacionales con fuerte posicionamiento en el mercado colombiano incrementa la presión competitiva, obligando a Puracé Ardiente a diferenciarse mediante innovación, identidad visual y estrategias emocionales de marca.

El crecimiento del ecommerce y las ventas digitales también representa una oportunidad importante, ya que facilita nuevos canales de comercialización y contacto directo con consumidores digitales.

2.3.4 Factor social

Los hábitos de consumo han cambiado significativamente durante los últimos años. Actualmente, los consumidores no solo buscan calidad en un producto, sino también experiencias, emociones e identidad social asociadas a las marcas que consumen.

En Colombia, el alcohol mantiene una fuerte relación con celebraciones, reuniones sociales, eventos y vida nocturna, lo que favorece la aceptación de productos diseñados para generar experiencias memorables y diferenciadoras.

Uno de los factores más importantes para Puracé Ardiente es el impacto de las redes sociales en el comportamiento del consumidor moderno. Plataformas como Instagram y TikTok han transformado la manera en que las personas descubren, recomiendan y consumen productos, aumentando el valor de la estética, el contenido visual y las experiencias compartibles.

El concepto visual de Puracé Ardiente posee un alto potencial de viralización debido a su diseño inspirado en un volcán y a su enfoque sensorial y experiencial. Esto representa una gran oportunidad para posicionar la marca mediante estrategias digitales, influencer marketing y contenido “instagrameable”.

Sin embargo, también existe una tendencia creciente hacia estilos de vida saludables y reducción del consumo de alcohol, lo que puede representar un reto para el sector en el largo plazo.

2.3.5 Factor tecnológico

La transformación digital ha revolucionado las estrategias de marketing y comercialización a nivel mundial. Actualmente, herramientas como inteligencia artificial, automatización y análisis de datos permiten desarrollar campañas más eficientes, segmentadas y personalizadas.

Puracé Ardiente puede aprovechar estas tecnologías para optimizar su posicionamiento digital, fortalecer campañas en redes sociales y mejorar la experiencia del consumidor mediante estrategias innovadoras.

El crecimiento del ecommerce y el social commerce facilita la expansión comercial sin depender exclusivamente de canales tradicionales de distribución, permitiendo llegar directamente a consumidores digitales mediante plataformas tecnológicas.

Asimismo, la innovación en packaging, realidad aumentada y experiencias inmersivas puede fortalecer significativamente la propuesta de valor de la marca, diferenciándola frente a competidores tradicionales.

La analítica de datos también permitirá comprender mejor el comportamiento del consumidor, medir resultados de campañas y optimizar continuamente las estrategias de marketing.

2.3.6 Factor ecológico

La sostenibilidad se ha convertido en un elemento relevante dentro de las decisiones de consumo de las nuevas generaciones. Los consumidores valoran cada vez más las marcas comprometidas con prácticas responsables y reducción del impacto ambiental.

En este contexto, Puracé Ardiente tiene la oportunidad de fortalecer su imagen mediante el uso de empaques reciclables, materiales sostenibles y campañas relacionadas con la conservación ambiental.

La inspiración en el volcán Puracé y en la riqueza natural colombiana permite construir una narrativa ecológica coherente y emocionalmente atractiva para el consumidor moderno.

Asimismo, tendencias como la economía circular y la conciencia ambiental representan oportunidades para desarrollar estrategias sostenibles que fortalezcan la reputación corporativa de la marca.

Sin embargo, el cumplimiento de regulaciones ambientales también puede generar costos adicionales relacionados con procesos de producción y manejo de residuos.

2.3.7 Factor legal

El sector de bebidas alcohólicas en Colombia se encuentra altamente regulado por normativas sanitarias, comerciales y tributarias. Por esta razón, Puracé Ardiente deberá

cumplir estrictamente los requisitos establecidos por entidades como INVIMA para garantizar la legalidad de su producción y comercialización.

Normativas como el Decreto 1686 de 2012 regulan aspectos relacionados con elaboración, almacenamiento, etiquetado, distribución y control sanitario de bebidas alcohólicas en Colombia.

De igual forma, leyes como la Ley 124 de 1994 prohíben la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad y limitan ciertos tipos de publicidad y promoción comercial.

Otro aspecto fundamental será la protección de propiedad intelectual, especialmente debido al alto potencial visual y diferenciador de Puracé Ardiente. Registrar adecuadamente la marca, el diseño del envase y la identidad gráfica permitirá reducir riesgos de imitación dentro del mercado.

Además, las restricciones legales relacionadas con publicidad digital obligarán a desarrollar campañas responsables y correctamente segmentadas para evitar sanciones regulatorias y fortalecer la reputación empresarial.

2.4 Matriz DOFA

FACTORES INTERNOS					
	DOFA	**FORTALEZAS (F)**		**DEBILIDADES (D)**	
		F1. Identidad visual fuerte y altamente diferenciadora dentro del mercado licorero colombiano.		**D1.** Bajo reconocimiento inicial por ser una marca nueva en el mercado.	
		F2. Diseño innovador del envase inspirado en el volcán Puracé.		**D2.** Altos costos de producción y packaging premium.	
		F3. Alto potencial de impacto visual y recordación de marca.		**D3.** Dependencia estratégica de plataformas digitales y redes sociales.	
		F4. Gran capacidad de viralización mediante contenido digital y experiencias compartibles.		**D4.** Recursos financieros limitados frente a grandes competidores del sector.	
		F5. Estrategia basada en branding emocional y marketing experiencial.		**D5.** Desafíos de escalabilidad y distribución nacional en etapas iniciales.	
		F6. Fuerte conexión con consumidores jóvenes, aspiracionales y digitales.		**D6.** Necesidad constante de inversión en posicionamiento y publicidad digital.	
		F7. Integración de redes sociales como eje principal de comunicación y posicionamiento.		**D7.** Riesgo de que grandes marcas imiten el concepto visual y experiencial.	
FACTORES EXTERNOS	**OPORTUNIDADES (O)**	**ESTRATEGIA FO**		**ESTRATEGIA DO**	
	O1. Crecimiento del mercado premium y consumo de productos diferenciados en Colombia.	**F1 – O2**	Utilizar la identidad visual fuerte de la marca para generar posicionamiento y reconocimiento mediante redes sociales.	**D1 – O2**	Utilizar redes sociales para acelerar el reconocimiento inicial de la marca.
	O2. Auge de redes sociales como herramienta de posicionamiento y viralización.	**F2 – O6**	Aprovechar el diseño innovador del envase para atraer consumidores interesados en productos exclusivos y diferenciados.	**D2 – O1**	Justificar el costo premium mediante una propuesta de valor diferenciadora y exclusiva.
	O3. Incremento del consumo experiencial y aspiracional en consumidores jóvenes.	**F3 – O5**	Potenciar el impacto visual del producto mediante campañas con influencers y creadores de contenido digital.	**D3 – O5**	Aprovechar influencer marketing para fortalecer el posicionamiento digital de la marca.
	O4. Expansión del ecommerce y social commerce en Colombia.	**F4 – O2**	Desarrollar estrategias de contenido viral para aumentar el alcance y engagement en plataformas digitales.	**D4 – O4**	Implementar estrategias de ecommerce para reducir costos comerciales y operativos.
	O5. Crecimiento del influencer marketing y contenido visual.	**F5 – O3**	Fortalecer el marketing experiencial para conectar emocionalmente con consumidores aspiracionales.	**D5 – O7**	Expandir progresivamente la distribución mediante participación en eventos y festivales.
	O6. Consumidores interesados en productos innovadores, visuales y exclusivos.	**F6 – O1**	Posicionar la marca dentro del crecimiento del mercado premium enfocado en consumidores jóvenes.	**D6 – O3**	Desarrollar campañas experienciales que aumenten el valor emocional del producto.
	O7. Crecimiento de eventos, festivales y experiencias nocturnas.	**F7 – O4**	Aprovechar las redes sociales y el ecommerce para fortalecer la comercialización digital del producto.	**D7 – O6**	Fortalecer continuamente la innovación visual para mantener diferenciación competitiva.
	AMENAZAS (A)	**ESTRATEGIA FA**		**ESTRATEGIA DA**	
	A1. Alta competencia de marcas tradicionales y extranjeras posicionadas.	**F1 – A1**	Diferenciar la marca frente a competidores tradicionales mediante una identidad visual innovadora.	**D1 – A1**	Desarrollar estrategias agresivas de posicionamiento para competir frente a marcas consolidadas.
	A2. Restricciones legales sobre publicidad y promoción de bebidas alcohólicas.	**F2 – A6**	Registrar y proteger legalmente el diseño del envase para evitar imitaciones.	**D2 – A3**	Optimizar costos de producción para reducir impacto de impuestos y cargas tributarias.
	A3. Incremento de impuestos y cargas tributarias al alcohol.	**F3 – A4**	Utilizar el alto impacto visual para sobresalir dentro de un entorno digital saturado.	**D3 – A4**	Diversificar canales de comunicación para disminuir dependencia exclusiva de redes sociales.
	A4. Saturación de contenido digital y cambios en algoritmos de redes sociales.	**F4 – A2**	Fortalecer el contenido orgánico y viral para reducir dependencia de publicidad tradicional restringida.	**D4 – A7**	Fortalecer la planeación financiera frente a posibles crisis económicas e inflación.
	A5. Tendencias hacia estilos de vida saludables y reducción del consumo de alcohol.	**F5 – A5**	Promover experiencias responsables alineadas con tendencias de consumo consciente.	**D5 – A6**	Implementar estrategias de expansión progresiva para reducir riesgos competitivos e imitaciones.
	A6. Facilidad de replicación del concepto por empresas licoreras consolidadas.	**F6 – A7**	Fortalecer la conexión emocional con consumidores jóvenes para mantener preferencia en escenarios económicos variables.	**D6 – A2**	Diseñar campañas digitales alineadas con las regulaciones publicitarias vigentes.
	A7. Inestabilidad económica que afecte el consumo de productos premium.	**F7 – A3**	Potenciar estrategias digitales y redes sociales para mantener posicionamiento frente al incremento de impuestos y costos publicitarios.	**D7 – A5**	Mantener innovación constante en la experiencia del producto para enfrentar cambios en tendencias de consumo.

2.5 Definición de Estrategias

Código	Variable	Duración	Tipo de Estrategia	Justificación
FO1	F1 – O2	Largo plazo	Posicionamiento	Utilizar la identidad visual fuerte de la marca para fortalecer el reconocimiento y posicionamiento mediante redes sociales, generando recordación e interacción con consumidores digitales.
FO2	F2 – O6	Largo plazo	Diferenciación	Aprovechar el diseño innovador del envase inspirado en el volcán Puracé para atraer consumidores interesados en productos exclusivos, visualmente atractivos y diferenciados.
FO3	F3 – O5	Mediano plazo	Marketing	Potenciar el impacto visual y recordación de marca mediante campañas con influencers y creadores de contenido, fortaleciendo el alcance y posicionamiento digital.
FO4	F4 – O2	Mediano plazo	Marketing	Desarrollar estrategias de contenido viral y experiencial para incrementar el engagement, la interacción y el posicionamiento del producto en plataformas digitales.
FO5	F5 – O3	Largo plazo	Posicionamiento	Fortalecer el branding emocional y marketing experiencial para generar conexión emocional con consumidores jóvenes aspiracionales y aumentar la fidelización.
FO6	F6 – O1	Largo plazo	Crecimiento	Posicionar la marca dentro del crecimiento del mercado premium mediante propuestas enfocadas en consumidores jóvenes, aspiracionales y digitales.

FO7	F7 – O4	Largo plazo	Crecimiento	Aprovechar la integración de redes sociales y ecommerce para fortalecer la comercialización digital y ampliar la presencia del producto en el mercado nacional.
DO1	D1 – O2	Corto plazo	Marketing	Utilizar redes sociales como herramienta principal de comunicación para acelerar el reconocimiento inicial de la marca y fortalecer su visibilidad.
DO2	D2 – O1	Mediano plazo	Diferenciación	Justificar el costo premium mediante una propuesta de valor basada en exclusividad, diseño innovador y experiencia diferenciadora de consumo.
DO3	D3 – O5	Mediano plazo	Marketing	Aprovechar el influencer marketing y contenido digital para fortalecer el posicionamiento y reducir la dependencia de estrategias tradicionales de promoción.
DO4	D4 – O4	Largo plazo	Fortalecimiento	Implementar estrategias de ecommerce y social commerce para optimizar costos operativos y fortalecer la competitividad frente a grandes empresas del sector.
DO5	D5 – O7	Largo plazo	Crecimiento	Expandir progresivamente la distribución mediante participación en eventos, festivales y experiencias nocturnas para fortalecer el posicionamiento de la marca.
DO6	D6 – O3	Mediano plazo	Posicionamiento	Desarrollar campañas experienciales y emocionales que incrementen el valor percibido del producto y fortalezcan su reconocimiento en el mercado premium.
DO7	D7 – O6	Largo plazo	Diferenciación	Fortalecer continuamente la innovación visual y experiencial para mantener una ventaja competitiva sostenible frente a imitaciones del concepto de marca.

FA1	F1 – A1	Largo plazo	Diferenciación	Diferenciar la marca frente a competidores tradicionales y extranjeros mediante una identidad visual innovadora y altamente reconocible.
FA2	F2 – A6	Largo plazo	Fortalecimiento	Proteger legalmente el diseño del envase como elemento distintivo para reducir riesgos de imitación por parte de marcas consolidadas.
FA3	F3 – A4	Mediano plazo	Posicionamiento	Utilizar el alto impacto visual de la marca para sobresalir en un entorno digital saturado, fortaleciendo la recordación de marca.
FA4	F4 – A2	Mediano plazo	Marketing	Fortalecer el contenido orgánico y viral para reducir el impacto de restricciones publicitarias sobre bebidas alcohólicas.
FA5	F5 – A5	Largo plazo	Sostenibilidad	Promover experiencias de consumo responsable alineadas con tendencias de bienestar y consumo consciente, fortaleciendo la percepción positiva de la marca.
FA6	F6 – A7	Mediano plazo	Fortalecimiento	Consolidar la conexión emocional con consumidores jóvenes para mantener preferencia de marca frente a escenarios económicos variables.
FA7	F7 – A3	Largo plazo	Marketing	Potenciar estrategias digitales y redes sociales para mantener posicionamiento frente al incremento de impuestos y costos de promoción.
DA1	D1 – A1	Largo plazo	Posicionamiento	Implementar estrategias agresivas de posicionamiento de marca para competir frente a empresas licoreras consolidadas.
DA2	D2 – A3	Mediano plazo	Fortalecimiento	Optimizar procesos de producción y packaging para reducir el impacto financiero de impuestos y cargas tributarias.

DA3	D3 – A4	Mediano plazo	Marketing	Diversificar los canales de comunicación digital para disminuir la dependencia exclusiva de redes sociales.
DA4	D4 – A7	Largo plazo	Fortalecimiento	Fortalecer la planeación financiera y comercial para enfrentar escenarios de crisis económica e inflación.
DA5	D5 – A6	Largo plazo	Crecimiento	Implementar estrategias de expansión progresiva para fortalecer presencia de mercado y reducir riesgos competitivos.
DA6	D6 – A2	Mediano plazo	Marketing	Diseñar campañas digitales alineadas con las regulaciones vigentes sobre publicidad de bebidas alcohólicas.
DA7	D7 – A5	Largo plazo	Diferenciación	Mantener innovación constante en la experiencia visual y emocional del producto para adaptarse a cambios en tendencias de consumo.

2.6 Investigación de mercados

2.6.1 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado de Puracé Ardiente se desarrolla con el propósito de identificar el grupo de consumidores con mayor afinidad hacia una propuesta de licor premium diferenciada dentro del mercado colombiano. Dado el enfoque experiencial, visual y aspiracional del producto, la estrategia de segmentación permite comprender las características demográficas, geográficas, psicográficas y conductuales del público objetivo, facilitando así el diseño de acciones de marketing más efectivas y segmentadas.

2.6.2 Segmentación geográfica

Desde el enfoque geográfico, Puracé Ardiente presenta mayor potencial de comercialización en ciudades principales e intermedias de Colombia caracterizadas por alta actividad comercial, turística y vida nocturna. Se priorizan mercados como Bogotá, Medellín, Cali, Popayán y otras zonas urbanas donde existe una mayor concentración de consumidores interesados en experiencias premium y tendencias de consumo modernas.

Asimismo, el producto posee una ventaja de identidad territorial dentro del departamento del Cauca, debido a su inspiración en el volcán Puracé, lo cual puede fortalecer la apropiación regional y generar diferenciación frente a otras marcas tradicionales.

2.6.3 Segmentación demográfica

Demográficamente, Puracé Ardiente está dirigido a hombres y mujeres entre los 20 y 40 años pertenecientes a niveles socioeconómicos medio-alto y alto, con ingresos estables y capacidad adquisitiva suficiente para acceder a productos premium. El segmento está compuesto principalmente por estudiantes universitarios de últimos semestres, jóvenes profesionales, emprendedores y adultos jóvenes interesados en experiencias sociales diferenciadas.

Este grupo poblacional se caracteriza por presentar un comportamiento de consumo orientado hacia productos con alto valor agregado, diseño atractivo y experiencias memorables, especialmente dentro de espacios de entretenimiento, celebraciones y vida nocturna.

2.6.4 Segmentación psicográfica

Desde una perspectiva psicográfica, el consumidor objetivo de Puracé Ardiente mantiene un estilo de vida social, dinámico y aspiracional. Se trata de consumidores que valoran la autenticidad, la exclusividad y las experiencias novedosas como elementos importantes dentro de sus decisiones de compra.

Además, este perfil de consumidor presenta afinidad hacia marcas con identidad visual fuerte, storytelling y componentes emocionales capaces de proyectar estatus, personalidad y diferenciación social. En este sentido, el consumo no se limita únicamente al producto, sino también al significado y experiencia que la marca representa.

2.6.5 Segmentación conductual

En términos conductuales, el mercado objetivo evidencia un alto nivel de interacción con plataformas digitales como Instagram, TikTok y YouTube, medios que influyen significativamente en el descubrimiento de nuevas marcas y decisiones de compra. Son consumidores que valoran altamente la estética del producto, suelen compartir experiencias en redes sociales y muestran disposición hacia productos innovadores que generen diferenciación frente a opciones tradicionales.

Su comportamiento de compra está influenciado por recomendaciones de influencers, experiencias compartidas, contenido visual atractivo y campañas de marketing experiencial. Asimismo, el consumo se desarrolla principalmente en eventos sociales, bares, celebraciones, festivales y reuniones privadas, donde el componente visual y experiencial adquiere un papel fundamental.

2.6.6 Análisis de la competencia

El mercado colombiano de bebidas alcohólicas se caracteriza por una alta competitividad, especialmente dentro de la categoría de aguardientes y licores premium. En este contexto, Puracé Ardiente enfrenta competidores directos con fuerte reconocimiento de marca, posicionamiento regional y amplia distribución comercial. Sin embargo, también existen oportunidades de diferenciación asociadas a innovación, experiencia y branding emocional.

2.6.7 Matriz de Perfil Competitivo (MPC) – Puracé Ardiente

Factor crítico de éxito	Peso	Puracé Ardiente	Aguardiente del Cauca	Blanco del Valle	Antioqueño	Amarillo de Manzanares
Reconocimiento de marca	0.15	2	4	4	4	4
Innovación del producto	0.15	4	2	2	2	4
Diseño y presentación	0.10	4	2	2	2	3
Marketing digital	0.10	4	2	2	3	4
Distribución comercial	0.15	2	4	4	4	3
Diferenciación	0.10	4	2	2	2	3
Storytelling / Branding	0.10	4	2	2	2	3
Precio competitivo	0.05	2	4	4	4	3
Fidelización del cliente	0.10	2	4	4	4	3
Potencial de viralización	0.10	4	2	2	2	4
Total, ponderado	**1.00**	**3.20**	**2.90**	**2.90**	**2.95**	**3.45**

2.6.8 Interpretación de la matriz

La Matriz de Perfil Competitivo evidencia que el principal competidor de Puracé Ardiente sería el Aguardiente Amarillo de Manzanares, debido a su capacidad de innovación, posicionamiento creciente dentro del segmento joven y fuerte presencia en medios digitales. Asimismo, el Aguardiente Antioqueño, el Aguardiente del Cauca y el Aguardiente Blanco del Valle representan competidores consolidados debido a su reconocimiento de marca, fidelización de consumidores y amplia capacidad de distribución regional y nacional.

No obstante, Puracé Ardiente presenta ventajas competitivas significativas relacionadas con innovación, diseño del producto, storytelling, branding emocional y potencial de viralización digital. Estas fortalezas permiten compensar parcialmente las debilidades iniciales asociadas al bajo reconocimiento de marca y limitada cobertura comercial propia de un producto en etapa de lanzamiento.

Desde una perspectiva estratégica, la matriz permite concluir que Puracé Ardiente posee oportunidades de posicionamiento dentro del segmento premium y experiencial, especialmente entre consumidores jóvenes y digitales que buscan propuestas diferenciadas frente a los aguardientes tradicionales.

2.6.9 Perfil del cliente ideal (Buyer Persona)

Con el propósito de comprender de manera más precisa las características, necesidades, motivaciones y comportamientos del consumidor potencial de Puracé Ardiente, se implementa la herramienta Buyer Persona, la cual permite construir perfiles semificticios basados en la segmentación del mercado objetivo. Esta metodología facilita la identificación de patrones de consumo, hábitos digitales, motivaciones de compra y factores de decisión, permitiendo diseñar estrategias de marketing más efectivas y orientadas al público correcto.

A partir del análisis de segmentación realizado, se identificaron dos perfiles principales de consumidores potenciales para Puracé Ardiente.

2.6.9.1 Persona 1: “Andrés, el explorador social”

Aspecto	Descripción
Edad	28 años
Género	Masculino
Ocupación	Profesional en marketing digital
Nivel de ingresos	Medio – alto
Ciudad	Medellín
Estado civil	Soltero
Nivel educativo	Profesional universitario

Perfil general

Andrés es un joven profesional con una vida social activa y gran afinidad por las nuevas tendencias de consumo. Disfruta asistir a bares, conciertos, eventos sociales y reuniones con amigos, donde busca experiencias diferenciadas que reflejen exclusividad, estilo y autenticidad. Tiene interés por productos premium que no solo ofrezcan calidad, sino también una historia y un componente visual atractivo.

Motivaciones de compra

Las decisiones de compra de Andrés están influenciadas por la búsqueda de experiencias memorables, productos innovadores y elementos aspiracionales que le permitan proyectar una imagen moderna y diferenciada dentro de su círculo social. Valora especialmente las marcas con diseño llamativo, storytelling y potencial de generar contenido atractivo para redes sociales.

Comportamiento digital

Dedica gran parte de su tiempo al consumo de contenido en Instagram, TikTok y YouTube, plataformas donde sigue influencers relacionados con entretenimiento, gastronomía, lifestyle y experiencias nocturnas. Suele descubrir nuevas marcas a través de recomendaciones digitales, contenido viral y experiencias compartidas por otros usuarios.

Necesidades y expectativas

Busca un licor que ofrezca una experiencia distinta a las opciones tradicionales del mercado, valorando la innovación, la estética y la exclusividad. Espera consumir un producto que represente identidad, modernidad y diferenciación.

Frase representativa

"Si voy a compartir algo con mis amigos, quiero que sea diferente y que también se vea bien."

2.6.9.2 Persona 2: “Valentina, la creadora de experiencias”

Aspecto	Descripción
Edad	26 años
Género	Femenino

Ocupación	Diseñadora gráfica / creadora de contenido
Nivel de ingresos	Medio – alto
Ciudad	Cali
Estado civil	Soltera
Nivel educativo	Profesional

Perfil general

Valentina es una joven profesional altamente influenciada por tendencias digitales y experiencias visuales. Tiene afinidad por productos premium, restaurantes temáticos, bares exclusivos y eventos sociales donde la estética y la experiencia juegan un papel importante. Considera importante consumir productos alineados con su estilo de vida y personalidad.

Motivaciones de compra

Se siente atraída por productos innovadores, visualmente atractivos y que generen experiencias memorables. Valora especialmente aquellas marcas que poseen identidad fuerte, autenticidad y una narrativa diferenciadora. El diseño del envase y la experiencia visual influyen significativamente en su decisión de compra.

Comportamiento digital

Es altamente activa en Instagram y TikTok, donde consume contenido relacionado con gastronomía, moda, viajes y experiencias sociales. Suele compartir contenido sobre lugares, productos y bebidas que considera visualmente atractivos o novedosos.

Necesidades y expectativas

Busca bebidas diferentes que complementen momentos sociales y generen una experiencia estética y emocional. Espera consumir marcas modernas, exclusivas y alineadas con tendencias actuales.

Frase representativa

"No solo compro un producto, también compro la experiencia y lo que transmite."

Análisis del Buyer Persona

El análisis de los perfiles identificados permite concluir que Puracé Ardiente posee mayor potencial de aceptación entre consumidores jóvenes adultos con alta interacción digital, interés por experiencias premium y afinidad hacia productos visualmente diferenciados. En ambos perfiles se evidencia una alta influencia de las redes sociales, el marketing experiencial y el valor emocional de marca dentro del proceso de decisión de compra.

En consecuencia, las estrategias de posicionamiento, branding y marketing digital deberán orientarse hacia la generación de contenido visual atractivo, storytelling de marca, colaboraciones con influencers y experiencias compartibles que fortalezcan la conexión emocional con el consumidor.

3. Estrategia de Marca y Comunicación

La estrategia de marca y comunicación de Puracé Ardiente se formula con el propósito de construir una identidad sólida, diferenciadora y emocionalmente memorable dentro del mercado licorero colombiano. Considerando el alto nivel de competencia existente en la categoría de aguardientes y bebidas premium, la marca busca posicionarse a partir de atributos relacionados con innovación, exclusividad, experiencia sensorial y conexión emocional con el consumidor. En este sentido, la construcción de marca se orienta hacia la generación de valor percibido, reconocimiento y diferenciación competitiva, permitiendo consolidar una propuesta alineada con las necesidades de consumidores jóvenes, aspiracionales y altamente influenciados por tendencias digitales.

De acuerdo con el análisis de segmentación de mercado, el Buyer Persona y la matriz competitiva previamente desarrollada, se evidencia una oportunidad de posicionamiento para Puracé Ardiente dentro de un nicho de consumidores que buscan experiencias diferentes frente a los aguardientes tradicionales. En consecuencia, la presente estrategia de marca y comunicación busca fortalecer el reconocimiento del producto, generar identidad y construir una experiencia de consumo asociada con intensidad, autenticidad y diferenciación.

3.1 Propuesta de posicionamiento de marca

La propuesta de posicionamiento de Puracé Ardiente se fundamenta en la construcción de una marca de licor premium inspirada en la fuerza, intensidad y simbolismo natural del volcán Puracé, integrando elementos de identidad territorial, innovación visual y marketing experiencial. A diferencia de los aguardientes tradicionales, cuyo posicionamiento suele basarse en reconocimiento histórico, costumbre de consumo o competitividad de precio, Puracé Ardiente pretende consolidar una propuesta centrada en la experiencia emocional, el diseño diferenciador y el alto valor percibido.

El posicionamiento estratégico de la marca se orienta hacia consumidores jóvenes adultos que valoran productos innovadores, visualmente atractivos y con capacidad de generar experiencias memorables dentro de espacios sociales, eventos, reuniones y vida nocturna. Este segmento de consumidores busca productos capaces de proyectar

autenticidad, personalidad y exclusividad, razón por la cual Puracé Ardiente se configura como una propuesta alineada con tendencias de consumo aspiracional y comportamiento digital.

Asimismo, la identidad visual inspirada en el volcán Puracé, el concepto de lava representado mediante tonalidades rojas características y el diseño innovador del envase permiten fortalecer el reconocimiento de marca y generar diferenciación frente a competidores tradicionales como Aguardiente del Cauca, Blanco del Valle y Aguardiente Antioqueño. Esta propuesta busca consolidar a Puracé Ardiente como una alternativa moderna, premium y altamente compartible dentro de plataformas digitales.

Desde una perspectiva estratégica, Puracé Ardiente busca posicionarse en la mente del consumidor como un licor premium innovador, visualmente impactante y emocionalmente memorable, capaz de transformar el acto de consumo en una experiencia asociada con intensidad, exclusividad y conexión social.

3.2 Declaración de posicionamiento

"Para consumidores jóvenes y adultos aspiracionales que buscan experiencias de consumo innovadoras y diferenciadas, Puracé Ardiente es un licor premium inspirado en la fuerza del volcán Puracé, que ofrece una experiencia visual, emocional y sensorial única, diferenciándose de los aguardientes tradicionales mediante diseño, exclusividad e innovación."

3.3 Construcción de identidad de marca

La construcción de identidad de marca constituye un elemento estratégico fundamental para fortalecer el posicionamiento de Puracé Ardiente dentro de un mercado altamente competitivo. En este sentido, la identidad de marca se configura a partir de componentes visuales, emocionales y comunicacionales que permiten construir reconocimiento, recordación y diferenciación frente a otras propuestas del sector licorero.

3.3.1 Naming de la marca

El naming Puracé Ardiente surge de la integración entre identidad territorial, simbolismo natural y construcción emocional de marca. El término “Puracé” hace referencia directa al volcán Puracé, uno de los referentes naturales más representativos del departamento del Cauca, aportando autenticidad, identidad regional y diferenciación cultural frente a otras marcas del mercado.

Por su parte, el término “Ardiente” busca transmitir fuerza, intensidad, energía y pasión, atributos alineados con la experiencia emocional y sensorial que el producto pretende generar en el consumidor. La combinación de ambos conceptos permite construir un nombre distintivo, coherente con la propuesta visual y fácil de recordar dentro del mercado licorero.

En consecuencia, el naming fortalece la identidad de una marca premium con fuerte componente experiencial y capacidad de diferenciación dentro del sector.

3.3.2 Slogan de marca

El slogan representa un elemento estratégico dentro de la identidad de marca, permitiendo comunicar de manera breve, memorable y emocional la esencia del producto y la experiencia que este busca transmitir al consumidor. En el caso de Puracé Ardiente, el slogan se orienta hacia la construcción de una conexión emocional basada en intensidad, autenticidad y experiencia sensorial, elementos alineados con el concepto del volcán Puracé y el perfil del consumidor objetivo.

Para la marca se propone el siguiente slogan:

“Arde por dentro, vive Puracé”

Este slogan busca despertar curiosidad e incentivar el deseo de experimentar el producto, proyectando una experiencia asociada con intensidad, energía y emociones memorables. La expresión “arde por dentro” se relaciona simbólicamente con la fuerza del volcán Puracé, evocando sensaciones de pasión, emoción y autenticidad, mientras que la frase “vive Puracé” fortalece la conexión emocional con la identidad de la marca y su inspiración territorial.

Desde una perspectiva de marketing, el slogan permite reforzar el posicionamiento de Puracé Ardiente como un licor premium experiencial, diferenciándose de los aguardientes tradicionales al transmitir una propuesta de valor centrada no solo en el consumo del producto, sino también en la vivencia emocional y sensorial asociada a cada momento.

3.3.3 Valores de marca

Los valores de marca representan los principios que orientan la identidad y el comportamiento comunicacional de Puracé Ardiente, definiendo la forma en que la empresa busca relacionarse con sus consumidores y proyectarse dentro del mercado.

- **Innovación:** desarrollo de experiencias diferenciadas, diseño disruptivo y estrategias modernas de marketing.
- **Autenticidad:** construcción de una marca inspirada en el territorio caucano y el simbolismo natural del volcán Puracé.
- **Exclusividad:** orientación hacia consumidores que buscan productos premium y experiencias memorables.
- **Pasión:** representación de intensidad, energía y conexión emocional durante el consumo.
- **Experiencia:** enfoque centrado en generar momentos sociales memorables y diferenciadores.

3.3.4 Personalidad de marca

La personalidad de marca de Puracé Ardiente se construye bajo atributos asociados con modernidad, intensidad, autenticidad y diferenciación. La marca pretende proyectar una identidad cercana, aspiracional y emocionalmente impactante, capaz de conectar con consumidores jóvenes y altamente influenciados por tendencias digitales.

Desde la teoría de arquetipos de marca, Puracé Ardiente se relaciona principalmente con el arquetipo del Rebelde y el Explorador. El Rebelde debido a su

intención de romper con la propuesta tradicional del mercado licorero mediante innovación visual, marketing experiencial y una narrativa diferente; mientras que el Explorador se relaciona con la búsqueda de nuevas experiencias, autenticidad y descubrimiento.

En términos comunicacionales, la marca se caracteriza por ser moderna, intensa, aspiracional, cercana, visualmente atractiva y emocionalmente memorable, fortaleciendo la conexión con el Buyer Persona previamente definido.

3.3.5 Propuesta de valor

La propuesta de valor de Puracé Ardiente consiste en ofrecer al consumidor una experiencia premium que integra identidad cultural, innovación visual, exclusividad y diferenciación emocional dentro de una categoría tradicionalmente dominada por productos convencionales.

A diferencia de los aguardientes tradicionales, Puracé Ardiente combina un diseño de producto inspirado en el volcán Puracé, una narrativa emocional basada en intensidad y autenticidad, y un alto potencial de viralización digital, permitiendo construir una experiencia de consumo memorable y visualmente atractiva.

En consecuencia, Puracé Ardiente no busca comercializar únicamente un licor, sino una experiencia asociada con autenticidad, estilo de vida, diferenciación y conexión social.

3.4 Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación de Puracé Ardiente se orienta hacia la construcción de reconocimiento de marca, posicionamiento y fortalecimiento de la conexión emocional con el consumidor objetivo. Dado el comportamiento digital identificado dentro del Buyer Persona, la comunicación se enfocará principalmente en medios digitales, marketing experiencial y contenido altamente visual.

3.4.1 Tono de comunicación

El tono de comunicación de Puracé Ardiente se caracterizará por ser moderno, emocional, aspiracional y cercano, buscando generar identificación con consumidores jóvenes adultos interesados en experiencias diferentes y productos premium.

La comunicación deberá transmitir energía, intensidad y autenticidad, utilizando mensajes breves, memorables y emocionalmente impactantes. Asimismo, se priorizará un lenguaje visual y experiencial capaz de fortalecer el storytelling de marca y aumentar la interacción digital.

3.4.2 Canales de comunicación

Con base en los hábitos digitales identificados en el consumidor objetivo, los principales canales de comunicación serán:

- Instagram, para fortalecer branding, storytelling, contenido visual y construcción de comunidad.

- TikTok, orientado hacia tendencias, retos virales y posicionamiento orgánico.
- Facebook, utilizado como medio de interacción comercial y campañas segmentadas.
- Influencer marketing, enfocado en fortalecer credibilidad y alcance de marca.
- Eventos, ferias y festivales, permitiendo generar experiencias de degustación y activaciones presenciales.
- Ecommerce y social commerce, fortaleciendo procesos de comercialización digital.

3.4.3 Propuesta creativa de comunicación

La propuesta creativa de comunicación se fundamentará en el concepto de intensidad, fuego y experiencia, utilizando elementos visuales inspirados en lava, volcanes, escenarios nocturnos y emociones compartidas.

El eje narrativo estará orientado hacia experiencias auténticas, momentos memorables y emociones intensas, incentivando al consumidor a vivir el producto como algo más que una bebida alcohólica.

En este sentido, campañas como reels, contenido experiencial, colaboraciones con creadores de contenido y storytelling emocional permitirán fortalecer el posicionamiento y aumentar el potencial de viralización de la marca.

3.5 Elementos de innovación aplicada al marketing de la empresa

Puracé Ardiente implementará estrategias de innovación orientadas al fortalecimiento del posicionamiento y diferenciación competitiva dentro del mercado licorero colombiano. Entre las principales acciones se encuentra el desarrollo de un envase visualmente innovador inspirado en el volcán Puracé, permitiendo generar recordación y diferenciación frente a productos tradicionales.

De igual manera, se plantea la implementación de estrategias de marketing experiencial mediante activaciones presenciales, degustaciones temáticas y espacios interactivos donde el consumidor pueda relacionarse emocionalmente con la marca.

Asimismo, la empresa buscará fortalecer su presencia digital mediante contenido generado por usuarios (UGC), colaboraciones con influencers, herramientas de inteligencia artificial aplicadas al análisis de tendencias y campañas digitales orientadas a personalización de contenidos.

La incorporación de estos elementos permitirá fortalecer el valor percibido del producto, mejorar el reconocimiento de marca y consolidar una propuesta innovadora dentro del segmento premium de bebidas alcohólicas.

3.6 Demanda y nichos de mercado

La demanda potencial de Puracé Ardiente se encuentra respaldada por el crecimiento progresivo del consumo de bebidas alcohólicas premium en Colombia, especialmente entre consumidores jóvenes adultos que buscan experiencias diferenciadas, exclusividad y alto valor visual dentro de los productos que consumen. El mercado actual evidencia una transformación en los hábitos de consumo, donde los clientes ya no se enfocan únicamente en el sabor o el precio, sino también en factores emocionales, estéticos y experienciales asociados a la marca.

En este contexto, Puracé Ardiente posee una oportunidad de posicionamiento dentro de un segmento de consumidores digitales y aspiracionales que valoran productos innovadores, visualmente atractivos y alineados con tendencias modernas de consumo. La creciente influencia de plataformas como Instagram y TikTok ha fortalecido la demanda de productos “instagrameables”, capaces de generar experiencias compartibles y contenido visual atractivo para redes sociales. Esto favorece directamente la propuesta de valor de Puracé Ardiente, debido a su diseño inspirado en el volcán Puracé, su color rojo tipo lava y su enfoque experiencial.

Desde una perspectiva comercial, la demanda se concentra principalmente en ciudades con alta actividad social, turística y nocturna como Bogotá, Medellín, Cali y Popayán, donde existe una mayor presencia de consumidores interesados en productos premium y experiencias de entretenimiento diferenciadas. Asimismo, el crecimiento del ecommerce y las ventas digitales amplía las oportunidades de acceso al consumidor final, facilitando procesos de comercialización y posicionamiento digital.

3.6.1 Nichos de mercado

Puracé Ardiente puede enfocarse estratégicamente en diferentes nichos de mercado específicos dentro del sector de bebidas alcohólicas premium:

Consumidores jóvenes aspiracionales: hombres y mujeres entre 20 y 40 años con interés por productos exclusivos, tendencias digitales y experiencias sociales memorables.

Mercado premium y experiencial: consumidores dispuestos a pagar más por productos con diseño innovador, storytelling y diferenciación emocional frente a aguardientes tradicionales.

Consumidores digitales y creadores de contenido: personas altamente activas en redes sociales que valoran productos visualmente atractivos y compartibles.

Vida nocturna y entretenimiento: bares, discotecas, festivales, conciertos y eventos sociales donde el componente visual y experiencial influye en la decisión de consumo.

Turismo regional y cultural: consumidores interesados en productos con identidad territorial y conexión cultural colombiana, especialmente relacionados con el departamento del Cauca y el volcán Puracé.

Segmento de regalos y celebraciones premium: consumidores que buscan bebidas exclusivas para ocasiones especiales, reuniones sociales y experiencias diferenciadas.

En consecuencia, Puracé Ardiente posee potencial para consolidarse dentro de un nicho premium innovador, aprovechando tendencias de consumo basadas en experiencia, diferenciación visual, branding emocional y viralización digital. Su capacidad para conectar emocionalmente con consumidores jóvenes y modernos representa una ventaja competitiva frente a aguardientes tradicionales enfocados principalmente en precio y reconocimiento histórico.

4. Plan de Marketing Digital

4.1 Objetivos SMART de marketing digital

Con el propósito de fortalecer el posicionamiento y reconocimiento de Puracé Ardiente dentro del mercado colombiano de bebidas alcohólicas premium, se establecen los siguientes objetivos SMART, orientados al crecimiento digital, la interacción con consumidores y el fortalecimiento comercial de la marca.

Objetivo 1

Lograr que Puracé Ardiente aumente su reconocimiento de marca y alcance digital en un 40% durante los primeros seis meses de lanzamiento mediante campañas en Instagram, TikTok, Facebook e influencer marketing.

Objetivo 2

Alcanzar una comunidad de 20.000 seguidores orgánicos y generar al menos 5.000 interacciones mensuales en Instagram y TikTok durante el primer año de operación, fortaleciendo la interacción y el engagement con los consumidores.

Objetivo 3

Lograr que el 25% de las ventas iniciales provengan de canales digitales y ecommerce, además de superar las 500.000 visualizaciones acumuladas en campañas audiovisuales durante el primer año de comercialización mediante estrategias de pauta digital, marketing experiencial y contenido en redes sociales.

4.2 Estrategia de marketing experiencial

La estrategia de marketing experiencial de Puracé Ardiente se orienta hacia la creación de experiencias memorables capaces de fortalecer la conexión emocional entre el consumidor y la marca. Debido a que el producto posee un fuerte componente visual, sensorial y aspiracional, las acciones de marketing buscarán transformar el acto de consumo en una experiencia social altamente compartible.

4.2.1 Activaciones de marca

Se desarrollarán activaciones temáticas en bares, discotecas, festivales y eventos sociales donde los consumidores puedan interactuar directamente con la marca mediante degustaciones, escenarios inspirados en lava volcánica, iluminación roja y experiencias audiovisuales relacionadas con el concepto del volcán Puracé.

4.2.2 Experiencias inmersivas

La marca implementará espacios interactivos donde los asistentes puedan tomarse fotografías, grabar contenido para redes sociales y vivir experiencias sensoriales asociadas con fuego, intensidad y exclusividad. Estas actividades permitirán aumentar el potencial de viralización digital y fortalecer el posicionamiento experiencial del producto.

4.2.3 Estrategia emocional

La comunicación de Puracé Ardiente buscará generar emociones asociadas con intensidad, pasión, autenticidad y celebración. La experiencia del consumidor no se limitará al sabor del producto, sino también al ambiente, la estética y las emociones generadas durante el consumo.

4.2.4 Marketing de comunidad

La marca incentivará la participación de consumidores mediante dinámicas digitales, retos en TikTok, concursos y contenido generado por usuarios (UGC), permitiendo fortalecer la interacción y la construcción de comunidad alrededor de la marca.

4.3 Propuesta de campañas digitales

4.3.1 Campaña 1: “Despierta el fuego”

Objetivo

Generar expectativa y reconocimiento de marca durante la etapa de prelanzamiento.

Estrategia

La campaña se enfocará en publicar contenido audiovisual corto en Instagram y TikTok mostrando elementos relacionados con lava, fuego, humo y escenarios inspirados en el volcán Puracé, creando curiosidad en los consumidores sin revelar inicialmente el producto. La intención será despertar interés y conversación alrededor de la marca antes del lanzamiento oficial.

Acciones

Se realizarán reels cinematográficos, historias con cuenta regresiva, publicaciones misteriosas y colaboraciones con influencers regionales que ayuden a generar expectativa. Además, se implementará el hashtag oficial #DespiertaElFuego para fortalecer el alcance y la recordación digital.

4.3.2 Campaña 2: “Vive la experiencia Puracé”

Objetivo

Fortalecer el posicionamiento emocional y experiencial de la marca.

Estrategia

La campaña mostrará experiencias reales de consumo en reuniones sociales, bares, eventos y espacios nocturnos, buscando transmitir una imagen moderna, exclusiva y cercana a los consumidores jóvenes. El contenido se enfocará en las emociones, la experiencia compartida y el estilo de vida asociado a la marca.

Acciones

Se desarrollarán videos tipo lifestyle, fotografías premium del producto, cobertura de eventos, colaboraciones con influencers y contenido generado por consumidores. También se incentivará a los usuarios a compartir sus experiencias con la marca en redes sociales para fortalecer la interacción digital.

4.3.3 Campaña 3: “Puracé Challenge”

Objetivo

Incrementar el alcance orgánico y la viralización digital de la marca.

Estrategia

La estrategia consistirá en desarrollar un reto en TikTok donde los usuarios puedan crear contenido creativo relacionado con Puracé Ardiente. El challenge buscará aprovechar tendencias virales y dinámicas propias de la plataforma para aumentar el reconocimiento y participación de la comunidad digital.

Acciones

Se implementarán retos virales utilizando música en tendencia, participación de creadores de contenido y premios relacionados con experiencias VIP, descuentos y productos promocionales. Asimismo, se incentivará la participación constante mediante reposts y menciones desde las cuentas oficiales de la marca.

4.3.4 Estrategia de redes sociales

Instagram

Instagram será el principal canal de branding y posicionamiento visual de Puracé Ardiente debido a su capacidad para generar contenido atractivo y fortalecer la identidad visual de la marca. A través de esta plataforma se compartirán reels experienciales, fotografías profesionales del producto, historias interactivas, colaboraciones con influencers y contenido relacionado con eventos y activaciones. La estrategia buscará mantener una comunicación constante con los consumidores y fortalecer la construcción de comunidad alrededor de la marca.

TikTok

TikTok será utilizado como plataforma principal para aumentar el alcance orgánico y la viralización del contenido. La marca desarrollará videos dinámicos, storytelling emocional, contenido humorístico y experiencias relacionadas con tendencias digitales. Además, se implementarán challenges mensuales y contenido creativo que incentive la participación de los usuarios y aumente la interacción con la marca.

Facebook

Facebook funcionará como un canal complementario orientado principalmente hacia campañas comerciales, información de eventos, atención al cliente y tráfico hacia ecommerce. Esta plataforma permitirá realizar campañas segmentadas dirigidas a consumidores específicos y fortalecer la comunicación comercial de Puracé Ardiente.

4.3.5 Estrategia de pauta digital

Puracé Ardiente implementará campañas de publicidad digital mediante Meta Ads y TikTok Ads con el objetivo de aumentar el reconocimiento de marca, generar tráfico hacia la página web y fortalecer las ventas digitales. La pauta estará dirigida principalmente a hombres y mujeres entre 20 y 40 años interesados en vida nocturna, entretenimiento, bebidas premium, festivales y experiencias sociales.

La segmentación se enfocará en ciudades estratégicas como Bogotá, Medellín, Cali y Popayán, debido a su alta actividad social y potencial de consumo dentro del segmento objetivo. Asimismo, las campañas buscarán aumentar el número de seguidores,

mejorar la interacción en redes sociales y fortalecer el posicionamiento digital de la marca.

4.3.6 Estrategia SEO y página web

Puracé Ardiente desarrollará una página web optimizada para fortalecer su posicionamiento digital y mejorar la visibilidad en motores de búsqueda. La estrategia SEO permitirá aumentar el tráfico web y posicionar la marca en búsquedas relacionadas con licores premium y experiencias de consumo diferenciadas.

La página incluirá información sobre la historia de la marca, catálogo de productos, ecommerce, integración con redes sociales y un blog orientado hacia tendencias, experiencias y contenido relacionado con entretenimiento y consumo premium. Además, se implementarán estrategias de posicionamiento local y optimización de contenido visual para mejorar el alcance orgánico.

Las principales palabras clave utilizadas serán “licor premium colombiano”, “aguardiente premium”, “bebidas premium Colombia”, “licor de frutos rojos” y “Puracé Ardiente”.

4.3.7 Estrategia de email marketing

La estrategia de email marketing permitirá fortalecer la comunicación directa con los consumidores y mejorar los procesos de fidelización. A través de correos electrónicos se compartirán promociones exclusivas, invitaciones a eventos, información sobre lanzamientos y contenido relacionado con experiencias de marca.

Asimismo, se implementarán newsletters mensuales y estrategias de remarketing enfocadas en clientes potenciales y consumidores recurrentes. El objetivo será mantener una interacción constante con la audiencia y fortalecer la recompra del producto.

4.4 Aplicación de herramientas de inteligencia artificial

Puracé Ardiente incorporará herramientas de inteligencia artificial para optimizar procesos de marketing, automatización y análisis del comportamiento de los consumidores. Estas herramientas permitirán mejorar la eficiencia de las campañas digitales y fortalecer la personalización de contenidos.

ChatGPT será utilizado para apoyar la creación de copies para redes sociales, ideas creativas y automatización de respuestas rápidas. Canva AI facilitará el diseño de piezas gráficas y contenido visual para campañas digitales. ManyChat será implementado para automatizar respuestas en Instagram y WhatsApp Business, permitiendo mejorar la atención al cliente.

Además, Meta Business Suite permitirá optimizar campañas publicitarias y segmentar audiencias de manera más eficiente, mientras que Google Analytics facilitará

el análisis del comportamiento de los usuarios dentro de la página web y la medición de resultados digitales.

4.5 Presupuesto estimado de marketing digital

Actividad	**Costo mensual estimado**
Meta Ads y TikTok Ads	$800.000
Influencers y creadores de contenido	$1.200.000
Producción audiovisual	$700.000
Diseño gráfico y contenido visual	$300.000
Activaciones y eventos	$1.500.000
Herramientas digitales y automatización	$200.000
Community Manager	$800.000

Total, estimado mensual: $5.500.000 COP

4.6 Cronograma básico de implementación

Mes	Actividad
Mes 1	Campaña “Despierta el fuego”
Mes 2	Lanzamiento oficial y activaciones
Mes 3	Campañas con influencers
Mes 4	Puracé Challenge en TikTok

Mes 5	Expansión de pauta digital
Mes 6	Fortalecimiento ecommerce y fidelización

4.7 Indicadores clave de desempeño (KPI)

Con el propósito de medir la efectividad de las estrategias digitales implementadas, Puracé Ardiente utilizará diferentes indicadores clave de desempeño relacionados con redes sociales, campañas publicitarias, posicionamiento web y resultados comerciales.

Dentro de los principales indicadores se encuentran el alcance mensual de las publicaciones, número de impresiones, crecimiento de seguidores, engagement rate, visualizaciones de reels y videos, así como la cantidad de interacciones generadas en redes sociales.

A nivel comercial se evaluarán las ventas mensuales, el tráfico hacia la página web, las conversiones provenientes de redes sociales, el número de pedidos digitales y la tasa de recompra. Asimismo, se medirán indicadores relacionados con campañas digitales como participación en challenges, contenido generado por usuarios, visualizaciones acumuladas y participación en eventos y activaciones de marca.

Finalmente, en la estrategia SEO se analizarán indicadores como visitas mensuales al sitio web, tiempo promedio de permanencia, posicionamiento de palabras clave y porcentaje de rebote, permitiendo evaluar el crecimiento y rendimiento digital de la marca.

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

El desarrollo del presente plan de marketing estratégico y digital permitió identificar la importancia de construir marcas capaces de generar experiencias emocionales y diferenciadoras dentro de mercados altamente competitivos como el sector licorero colombiano. A través del análisis realizado, se evidenció que los consumidores actuales no se enfocan únicamente en el producto, sino también en la experiencia, identidad visual y conexión emocional que la marca transmite.

En este contexto, Puracé Ardiente se plantea como una propuesta innovadora dentro de la categoría de aguardientes premium, integrando elementos de identidad territorial, marketing experiencial y estrategias digitales orientadas hacia consumidores jóvenes y altamente influenciados por redes sociales. La inspiración en el volcán Puracé, el concepto visual asociado al fuego y la construcción de una marca moderna permiten generar diferenciación frente a los aguardientes tradicionales presentes en el mercado.

Asimismo, el proceso de elaboración del plan permitió comprender la relevancia del marketing digital como herramienta fundamental para fortalecer el reconocimiento de marca, aumentar la interacción con consumidores y facilitar procesos de posicionamiento comercial. Estrategias como influencer marketing, contenido audiovisual, campañas experienciales, ecommerce y automatización digital representan actualmente elementos clave para el crecimiento de marcas emergentes dentro del entorno competitivo.

Otro aspecto importante identificado durante el desarrollo del proyecto fue la necesidad de integrar herramientas tecnológicas e inteligencia artificial dentro de los procesos de comunicación y análisis de consumidores. Estas herramientas permiten optimizar campañas, mejorar la segmentación de audiencias y fortalecer la relación entre marca y consumidor mediante experiencias más personalizadas y dinámicas.

De igual manera, el análisis del mercado permitió concluir que existe una oportunidad de crecimiento dentro del segmento premium y experiencial, especialmente entre consumidores jóvenes que buscan productos innovadores, visualmente atractivos y alineados con tendencias digitales. Esto favorece el potencial de posicionamiento de Puracé Ardiente dentro de ciudades con alta actividad social, turística y nocturna.

Finalmente, el desarrollo de este trabajo permitió fortalecer conocimientos relacionados con branding, segmentación de mercados, comportamiento del consumidor, marketing digital y estrategias de posicionamiento, evidenciando la importancia de diseñar propuestas coherentes entre identidad de marca, necesidades del consumidor y estrategias de comunicación.

5.2 Recomendaciones

Para la implementación real de Puracé Ardiente se recomienda desarrollar inicialmente estrategias de posicionamiento regional en ciudades con alto potencial de consumo como Popayán, Cali, Medellín y Bogotá, permitiendo consolidar gradualmente el reconocimiento de marca antes de realizar una expansión comercial más amplia.

Asimismo, se recomienda mantener una presencia digital constante mediante contenido dinámico, campañas audiovisuales y estrategias de interacción en redes sociales, debido a que el consumidor objetivo presenta una alta influencia de plataformas digitales dentro de sus decisiones de compra y comportamiento de consumo.

También es importante continuar fortaleciendo la identidad visual y experiencial de la marca, implementando activaciones, eventos y experiencias inmersivas que permitan generar recordación y conexión emocional con los consumidores. El marketing experiencial puede convertirse en una de las principales ventajas competitivas de Puracé Ardiente frente a marcas tradicionales.

Desde el ámbito comercial, se recomienda realizar un monitoreo constante de indicadores de rendimiento relacionados con ventas, alcance digital, engagement y comportamiento de consumidores, con el fin de ajustar estrategias y optimizar resultados de manera continua.

De igual forma, se sugiere implementar progresivamente herramientas de inteligencia artificial y automatización que permitan mejorar la atención al cliente, personalizar campañas digitales y fortalecer el análisis de datos comerciales y de comportamiento.

Finalmente, se recomienda que la marca mantenga coherencia entre su propuesta visual, comunicación y experiencia de consumo, ya que gran parte de su valor diferencial se encuentra en la capacidad de transmitir una identidad moderna, auténtica y emocionalmente memorable.

5.3 Lecciones aprendidas

El desarrollo de este proyecto permitió comprender que el éxito de una marca no depende únicamente de la calidad del producto, sino también de la capacidad de generar experiencias, emociones y conexiones con los consumidores. Actualmente, las estrategias digitales y el branding emocional representan factores fundamentales dentro del posicionamiento de nuevas marcas.

También se aprendió que las redes sociales y el marketing digital tienen una gran influencia en el comportamiento del consumidor moderno, especialmente en segmentos jóvenes que buscan experiencias compartibles y productos alineados con tendencias visuales y culturales.

Asimismo, se evidenció la importancia de realizar análisis de mercado, segmentación y construcción de buyer persona antes de diseñar estrategias comerciales, ya que estos procesos permiten comprender de mejor manera las necesidades, hábitos y preferencias del consumidor objetivo.

Finalmente, este trabajo permitió fortalecer habilidades relacionadas con investigación, análisis estratégico, creatividad, diseño de campañas digitales y construcción de propuestas de valor orientadas hacia mercados reales y altamente competitivos.

6. Referencias

Chan Yu Acebo, R. Y., León Palacios, B. V., Zambrano Camacho, N. R., & Bustos Wong, C. J. (2025). Marketing digital y la inteligencia artificial en la personalización del consumo: Una revisión sistemática. RECIAMUC.

https://doi.org/10.26820/reciamuc/9.(3).julio.2025.161-174

Muñoz-Solórzano, S. D. (2024). Estrategias de marketing digital basadas en inteligencia artificial para pymes. Ethos Scientific Journal.

https://doi.org/10.63380/esj.v2n1.2024.32

Singh, N. K., Peters, S., & Bhagat, P. (2026). Digital Marketing Strategies and Consumer Engagement: A Systematic Review of Emerging Trends, Technologies, and Measurement Frameworks. Milky Way Scientific Journal.

https://doi.org/10.65021/mwsj.v1.i2.26

Ordoñez Gavilanes, M. E., & Aguayza Mainato, L. P. (2024). Tendencias actuales del marketing digital: Revisión sistemática. Revista Ñeque.

https://doi.org/10.33996/revistaneque.v7i19.159

Chang Bautista, L., & Chinchay Tapia, J. A. (2024). La inteligencia artificial en el marketing digital de Latinoamérica 2020-2023: Una revisión sistemática de literatura. Revista de Ciencias y Artes.

https://doi.org/10.37211/2789.1216.v1.n4.45

Apaza-Gonzales, S. (2026). Influencia del marketing digital en la decisión de compra. Gente Clave.

https://doi.org/10.65050/rgc.v10n1a5

Sotelo Gonzalez, K. J., Barrera Lievano, J. A., Cárdenas Álvarez, M., & Gómez Santos, M. F. (2025). Inteligencia artificial en campañas de mercadeo: Una revisión sistemática de literatura. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i2.17303

Preciado-Ortiz, F. L., Jacome-Vélez, T. G., & Andrade-Díaz, K. V. (2024). Aplicaciones de inteligencia artificial generativa en la personalización de estrategias de marketing digital. Revista Científica Ciencia y Método.

https://doi.org/10.55813/gaea/rcym/v2/n2/40

Gui, H., Bertaglia, T., Goanta, C., & Spanakis, G. (2025). Computational Studies in Influencer Marketing: A Systematic Literature Review. arXiv.

https://arxiv.org/abs/2506.14602

Mathur, A., Narayanan, A., & Chetty, M. (2018). Endorsements on Social Media: An Empirical Study of Affiliate Marketing Disclosures on YouTube and Pinterest. arXiv.

https://arxiv.org/abs/1809.00620

Kong, F., Li, Y., Nassif, H., Fiez, T., Henao, R., & Chakrabarti, S. (2023). Neural Insights for Digital Marketing Content Design. arXiv.

https://arxiv.org/abs/2302.01416

Puracé
ARDIENTE

7. Propuesta gráfica para campañas digitales




En Territorio De
Celebraciónes, Cauca,
Disfruta Con :
Caucá
ARDIENTE
Puracé Ardiente


Puracé
ARDIENTE


Puracé
ARDIENTE


Arde por dentro,
vive Puracé
Puracé
ARDIENTE
Puracé
ARDIENTE


Puracé
ARDIENTE


Puracé
ARDIENTE


Puracé


Puracé


Puracé
ARDIENTE


Puracé


Puracé
ARDIENTE


Puracé
ARDIENTE


Puracé
ARDIENTE