

ESTRATEGIA E-COMMERCE 2026

MINT



Tu Importación

Cómo introducir el kit de cuidado de sneakers más completo del mercado colombiano en el catálogo de Tu Importación y convertirlo en una máquina de venta a escala.

PRODUCTO

MINT Kit Essentials

MERCADO

Colombia · 18-35 años

MARCO

Hormozi Value Equation

RESUMEN EJECUTIVO

La oportunidad en una página.

MINT es la marca colombiana de cuidado premium para sneakers que combina tecnología, efectividad y sostenibilidad. Su Kit Essentials resuelve un problema universal entre quienes invierten en tenis: cómo mantener limpios, frescos y con buena imagen unos zapatos que les costaron entre \$400.000 y \$2.000.000 COP. El producto es liviano, no perecedero, complementario al inventario actual de Tu Importación y tiene márgenes saludables para sostener una operación a escala con publicidad pagada.

La tesis es simple: Tu Importación no debe vender el kit como "limpiador de tenis". Debe venderlo como el seguro de imagen para los sneakers premium que ya vende. Eso convierte un producto de ~\$99.500 en un complemento natural a cada par de tenis vendidos, abre tres niveles de oferta (kit core, upsell de cross-sell, suscripción) y permite construir un funnel donde el LTV crece sin fricción.

LO QUE VAS A ENCONTRAR EN ESTE DOCUMENTO

- Investigación de la marca MINT: portafolio, posicionamiento, identidad visual y propuesta de valor.
- Estudio de mercado: tamaño del segmento sneaker en Colombia, competencia directa e indirecta, oportunidad de blue ocean.
- Estrategia tipo Hormozi: grand slam offer, value stack, niveles de conciencia del mercado y ángulos de venta.
- Estrategia de pricing: tres precios, anclajes psicológicos, bundles, garantías y tickets escalonados.
- Embudo de venta y plan de medios: cómo se ven los anuncios, los hooks, las landings y la conversación en WhatsApp.
- Plan de ejecución a 90 días con KPIs, presupuesto sugerido y métricas a vigilar.

\$99K

PRECIO SUGERIDO DEL KIT

Precio base para entrar al mercado con margen y headroom para escalar bundles.

+7%

CRECIMIENTO ANUAL

Tasa proyectada del mercado sneaker hasta 2030 según Kicks Lab y reportes de retail Latam.

4

HUBS SNEAKER

Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla concentran el grueso de la demanda premium.

01

INVESTIGACIÓN · CAPÍTULO UNO

La marca detrás del kit.

CAPÍTULO 1

Quién es MINT.

MINT es una marca 100% colombiana dedicada al cuidado, limpieza y mantenimiento de sneakers premium. Su propuesta de valor gira en cinco ejes: frescura, tecnología, premium, comunidad y sostenibilidad. La marca combina ingredientes efectivos y responsables con un sistema visual contemporáneo (verde lima sobre azul profundo) que conecta directo con la estética streetwear actual.

ESLOGAN OFICIAL

"Always Clean and Fresh."

MINT se posiciona como una marca lifestyle, no un limpiador funcional. Habla de autoexpresión, identidad y cuidado de la inversión. El sneaker no es un zapato: es una declaración de estilo. Mantenerlo impecable es mantener intacta esa declaración. La promesa central *"Tu estilo. Tu inversión. Nuestro cuidado."* resume la relación marca-cliente.

CATÁLOGO Y ESTRUCTURA DE PRODUCTOS

Estructura del portafolio MINT pensada para el lanzamiento. Precios en COP (precio público sugerido al cliente final).

PRODUCTO	CONTENIDO	PRECIO PÚBLICO	ROL EN LA OFERTA
Kit Essentials	Shampoo 250ml + Cepillo + Toalla microfibra + Eliminador de olores 120ml	\$99.500	Producto ancla / hero
Pack Trío	Shampoo + Cepillo + Toalla	\$84.000	Variante para texturas
Shampoo Limpiador	250ml — limpia hasta 100 pares	\$39.900	Reposición / suscripción
Eliminador de Olores	Spray 120ml con scent marketing	\$34.900	Cross-sell impulsivo
Cepillo	Cerdas duras estándar	\$32.900	Reposición
Toalla	Microfibra para secado y absorción	\$29.900	Reposición

Envío gratis sobre \$100.000.

CAPÍTULO 1 · CONTINUACIÓN

Identidad y *posicionamiento*.

El sistema de marca de MINT está construido para sentirse premium pero accesible, técnico pero con calle. La paleta verde lima sobre azul profundo es deliberada: el verde habla de frescura y energía joven, el azul profundo aporta autoridad y confianza. La tipografía editorial italiana refuerza la identidad lifestyle más cerca de una marca de moda que de un producto de aseo.

CINCO PILARES DE MARCA

Pilar 01

Frescura

El estado final que el cliente quiere ver. Resultado visible inmediato.

Pilar 02

Tecnología

Formulaciones avanzadas que respetan materiales delicados (gamuza, nubuck, malla).

Pilar 03

Premium

Empaque, comunicación y experiencia a la altura del cliente sneakerhead.

Pilar 04

Comunidad

Acceso a drops, grupo de cuidado y red de sneakerheads que comparten cultura.

Pilar 05

Sostenibilidad

Reducción de hasta 90% del consumo de agua frente al lavado tradicional. Ingredientes responsables.

CANALES Y PRESENCIA

- E-commerce directo — sitio web propio como hub de venta y educación.
- Instagram + TikTok — canal principal de descubrimiento, ads y UGC.
- WhatsApp Business — cierre conversacional y comunidad post-venta.
- Alianzas estratégicas — distribución física potencial con tiendas premium de streetwear (Undergold, Dilusso, Barrio Latino) en Bogotá, Medellín y Cali.

POR QUÉ IMPORTA ESTO PARA TU IMPORTACIÓN

Tu Importación entra a monetizar una marca con un producto pre-validado, dirigida a un público que ya está comprando sneakers premium todos los meses. La pregunta no es si funciona el producto. Es qué tan rápido se puede escalar la distribución aprovechando el catálogo de tenis premium que Tu Importación ya tiene activo.

02

ESTUDIO DE MERCADO · CAPÍTULO DOS

El mercado colombiano de sneakers.

CAPÍTULO 2

Por qué este es *el momento*.

El mercado colombiano de sneakers no es una moda. Es una cultura consolidada que se viene construyendo desde 2017 con tres motores: el trap y reguetón latinoamericano (J Balvin, Bad Bunny, Bizarrap como referentes visuales), la expansión del streetwear local (True, Undergold, Palmeramia) y la maduración del consumidor digital que ya gasta sin pestañear \$400.000–\$2.000.000 COP en un par de tenis. La industria de la moda representó 9,4% del PIB en su mejor año, y el calzado pesa cerca de un 11,84% del consumo de moda. Las exportaciones del segmento ya superaban los USD 27 millones hace varios años. Y desde entonces, la cosa no ha hecho más que crecer.

+7%

CAGR PROYECTADO

Crecimiento anual del mercado sneaker hasta 2030 (Kicks Lab, 2024).

11.8%

DEL CONSUMO DE MODA

Es lo que pesa el calzado en el consumo de moda en Colombia (Inexmoda).

4

HUBS CULTURA SNEAKER

Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla concentran el grueso de la demanda premium.

TRES TRIBUS QUE YA ESTÁN COMPRANDO

El consumidor sneakerhead colombiano no es uno solo. Para diseñar la estrategia, hay que entender qué los mueve a cada uno y qué historia escuchan.

Tribu 01

El Coleccionista

Tiene 5+ pares premium. Conoce siluetas, drops, colorways. Cada par es una pieza. Le duele que se ensucien.

Lo motiva: preservación, autenticidad, detalle.

Tribu 02

El Hypebeast Aspiracional

Compra sneakers como upgrade de imagen. Lo vio en J Balvin, lo vio en TikTok, lo quiere puesto en una salida.

Lo motiva: estatus, presencia, ser visto.

Tribu 03

El Daily Driver

Tiene 1 o 2 pares costosos que usa todos los días. Trabaja, sale, viaja con ellos. Necesita que duren.

Lo motiva: proteger una inversión, ahorrar tiempo.

CAPÍTULO 2 · CONTINUACIÓN

Análisis *competitivo*.

El mercado de cuidado de sneakers en Colombia tiene tres tipos de jugador. Cada uno deja un hueco que el posicionamiento de Tu Importación, amplificando MINT, puede ocupar:

JUGADOR	QUÉ HACE BIEN	DÓNDE FALLA	OPORTUNIDAD
Marcas internacionales Crep Protect, Jason Markk, Reshoevn8r	Autoridad global y comunidad sneakerhead.	Precio alto en Colombia por importación. Poca presencia local.	Tu Importación gana en entrega rápida y precio en COP.
Otras marcas locales Kits genéricos en Mercado Libre	Precio bajo y disponibilidad.	Marca débil, sin storytelling, empaque sin alma. El cliente premium no quiere eso.	MINT ya nace con identidad premium. Tu Importación lo amplifica con storytelling lujo.
DIY / agua y jabón	Gratis.	Daña materiales delicados (gamuza, nubuck). Toma 30+ minutos.	El argumento no es 'limpia'. Es 'protege la inversión de \$1M COP que ya hiciste'.

LA ANGULAR

El blue ocean: nadie está vendiendo el kit como un producto de lujo accesible. Las marcas locales se enfocan en limpieza funcional ("quita manchas"). Las internacionales se posicionan como performance ("tecnología avanzada"). Nadie ocupa la posición de "el detalle que separa a los que se visten de los que imponen presencia". Esa es exactamente la voz que MINT puede ejecutar a través del canal de Tu Importación. Ahí está el espacio.

03

GRAND SLAM OFFER · CAPÍTULO TRES

La estrategia Hormozi.

CAPÍTULO 3

Una oferta que da *miedo rechazar*.

Alex Hormozi tiene una idea central que vamos a usar como columna vertebral de esta estrategia: la mayoría de productos no fallan por el producto. Fallan por la oferta. Una oferta es lo que el cliente percibe que recibe a cambio de lo que paga. Si el primer lado de la balanza pesa muchísimo más que el segundo, la decisión deja de ser racional y se convierte en irresistible. Eso es una Grand Slam Offer.

LA ECUACIÓN DE VALOR DE HORMOZI

$$\text{Sueño cumplido} \times \text{Probabilidad de éxito} \div (\text{Tiempo de espera} \times \text{Esfuerzo})$$

Para hacer la oferta de MINT irresistible, hay que mover los cuatro factores. Subir el numerador (sueño y certeza) y bajar el denominador (tiempo y esfuerzo). Así:

FACTOR	QUÉ MOVER	CÓMO LO HACEMOS
↑ Sueño cumplido	Que no compre 'limpiador'. Que compre 'imagen impecable'.	Reposicionar el kit como 'seguro de imagen' para sneakers premium. El outcome no es tenis limpios, es no perder presencia.
↑ Probabilidad de éxito	Eliminar la duda de '¿esto realmente funciona?'	Garantía de devolución 30 días, antes/después en video, UGC con sneakers reconocibles (Jordan, Yeezy, Air Force).
↓ Tiempo a resultado	El cliente quiere ver el efecto YA.	Mensaje central: '5 minutos. Cero excusas.' Entrega 24-48h en ciudades principales.
↓ Esfuerzo / sacrificio	El cliente no quiere un ritual de limpieza.	Demostrar el proceso en 3 pasos. Incluir todo (cepillo, toalla, eliminador) en un solo kit.

LOS 5 NIVELES DE CONCIENCIA DEL MERCADO

A quién le hablas hoy y qué le tienes que decir.

Una de las herramientas más útiles para vender un producto a escala es el modelo de Eugene Schwartz que Hormozi reutiliza constantemente. La idea: el mismo producto necesita un mensaje completamente distinto según qué tan consciente esté el prospecto del problema y de las soluciones. Si le hablas igual a todos, le hablas mal a casi todos.

Nivel 01 · Inconsciente

No sabe que tiene un problema.

PERSONA

El tipo no piensa que sus tenis sucios son un problema. Solo los usa.

MENSAJE QUE FUNCIONA

Hook con golpe emocional: 'Mira lo que pasa cuando llegas con tenis sucios a una primera cita / reunión / evento'. Vender el dolor antes que el producto.

FORMATO TÁCTICO

Ad de TikTok / Reel storytelling: chico llega elegante a un sitio, hacen zoom a los tenis sucios, escena incómoda. Texto: 'Cuidaste todo. Menos lo que más miran.'

Nivel 02 · Consciente del Problema

Sabe que sus tenis están feos pero no busca solución.

PERSONA

Ya le molesta verlos sucios. No ha buscado nada. Cree que limpiar tenis es complicado.

MENSAJE QUE FUNCIONA

Mostrar antes/después en 5 minutos. 'No tienes que llevarlos a un servicio. Lo haces tú en tu casa, en lo que dura un episodio'.

FORMATO TÁCTICO

Reel con timer real corriendo. Comienza tenis sucios, termina tenis impecables al ritmo de la música.

Nivel 03 · Consciente de Soluciones

Sabe que existen kits, no sabe cuál.

PERSONA

Ya googló. Vio 4 marcas. Está confundido por precio y calidad.

MENSAJE QUE FUNCIONA

Comparativa directa. 'Por qué MINT rinde 100 pares vs los \$40.000 de un kit chino que rinde 10'. Educación.

FORMATO TÁCTICO

Carousel comparativo, video de unboxing y demo, reseñas con fotos de Jordan/Yeezy reales.

NIVELES 4 Y 5 · CLIENTE CALIENTE

Cuando el cliente *ya conoce MINT*.

Nivel 04 · Consciente del Producto

Conoce MINT, no ha comprado.

PERSONA

Ha visto el contenido de MINT. Le gusta.
No ha pulled the trigger.

MENSAJE QUE FUNCIONA

Eliminar el último obstáculo: precio o riesgo. Bundle con descuento por tiempo limitado, garantía de 30 días, envío gratis.

FORMATO TÁCTICO

Retargeting con oferta: 'Solo hasta el viernes — Kit Essentials + Eliminador de Olores con 15% de descuento'.

Nivel 05 · Más Consciente

Ya compró antes. Solo necesita un empujón.

PERSONA

Cliente recurrente o ya en lista de WhatsApp / email.

MENSAJE QUE FUNCIONA

Recompra automatizada, lanzamientos limitados, suscripción.

FORMATO TÁCTICO

Email/WhatsApp: 'Tu shampoo se acaba en ~2 semanas. Pide hoy y llega antes del fin de semana'.

DISTRIBUCIÓN SUGERIDA DE PAUTA POR NIVEL

En el lanzamiento, la mayoría del presupuesto debe ir a los niveles 1 y 2 (top of funnel masivo). A medida que se acumula audiencia, el peso se mueve hacia retargeting y recompra. Esquema sugerido para los primeros 90 días:

NIVEL	MES 1	MES 2	MES 3
Niveles 1 + 2 (TOFU)	70%	55%	45%
Nivel 3 (educación)	20%	20%	15%
Nivel 4 (retargeting)	10%	20%	25%
Nivel 5 (recompra)	—	5%	15%

ÁNGULOS DE VENTA

5 historias distintas *para vender el mismo kit.*

Un solo ángulo es un solo público. Cinco ángulos es cinco veces el alcance sin cambiar el producto. La regla: cada anuncio, cada reel, cada caption ataca un único ángulo. Un ángulo confundido es un ángulo perdido.

Ángulo 01

El seguro de imagen

"Tus tenis costaron \$1.200.000 COP. ¿En serio te vas a arriesgar a verte mal por \$99.500?"

PARA QUIÉN

Sneakerheads / Daily Drivers de tribu coleccionista.

RACIONAL

Por menos del 8% de lo que pagaste por tus tenis, los proteges de por vida.

Ángulo 02

El detalle que te delata

"Puedes tener el outfit más duro. Si los tenis están sucios, perdiste la pelea antes de hablar."

PARA QUIÉN

Hypebeast aspiracionales que cuidan la imagen.

RACIONAL

El mensaje no es lo que ganas. Es lo que pierdes si no lo tienes.

Ángulo 03

5 minutos, cero excusas

"Nadie tiene tiempo para llevar los tenis a un servicio. Por eso MINT cabe en tu mesa."

PARA QUIÉN

Profesional ocupado / hombre o mujer 25-35 que valora eficiencia.

RACIONAL

Velocidad como argumento. Esto compite contra 'no hago nada', no contra otros kits.

Ángulo 04

El upgrade del outfit

"Puedes comprar el reloj. Puedes comprar el jean. Pero la presencia se construye en los detalles."

PARA QUIÉN

Cliente premium aspiracional con lifestyle aspiracional.

RACIONAL

Conecta el kit con el resto del catálogo de Tu Importación. Es parte del lujo.

ÁNGULOS DE VENTA · CONTINUACIÓN

Ángulo 05

La inversión que se paga sola

"Un kit de \$99.500 te ahorra reemplazar tenis de \$800.000. La cuenta no falla."

PARA QUIÉN

Cliente racional / financiero que justifica todo con ROI.

RACIONAL

Para quienes dicen 'gasto mucho en tenis'. Le das una razón para gastar más.

LA OFERTA. ¿QUÉ HAY EN LA CAJA?

Este es el corazón de la estrategia. La oferta de venta de Tu Importación no es "kit a \$99.500". Es un stack de valor percibido superior a \$250.000 COP que se entrega por menos de la mitad. Cuando el cliente lee lo que hay dentro, la decisión deja de ser comparar precios. Empieza a compararse contra no comprar — y pierde.

LO QUE ENTREGAS (VALUE STACK)

MINT Kit Essentials — Shampoo 250ml + Cepillo + Toalla microfibra + Eliminador de olores 120ml	\$110.000
+ Bonus 1 — Mini guía PDF: 'Cómo limpiar gamuza, malla, cuero y suela sin dañarlos'	\$29.000
+ Bonus 2 — Acceso a comunidad WhatsApp: drops, sneakers a la venta y cuidado.	\$49.000
+ Bonus 3 — Cupón \$50.000 OFF en cualquier sneaker del catálogo de Tu Importación.	\$50.000
+ Garantía 30 días — Si no quedas satisfecho, te devolvemos el 100%.	Sin precio
+ Envío gratis a todo Colombia.	\$15.000
Valor total del paquete	\$253.000

Tu inversión hoy**\$99.500**

Nota sobre el precio: \$99.500 es solo el precio base. Tu Importación entrega un stack que vale 2,5x más que ese precio. Margen y percepción de ganga al mismo tiempo.

LA SENSACIÓN QUE BUSCAS DEJAR

La asimetría *que vende*.

FRASE MENTAL DEL CLIENTE AL CERRAR LA PÁGINA

"Por menos de un parqueadero de fin de semana, blindas tus tenis para siempre."

Esa es la frase mental que el cliente debería tener al cerrar la página. La oferta no se compara con otro kit. Se compara con un gasto cualquiera. Esa es la asimetría que vende.

EL PRINCIPIO DETRÁS

Cuando un producto se compara contra otros productos de su misma categoría, la decisión se vuelve técnica: ¿quién tiene mejor precio, mejor rendimiento, mejor marca? Es una pelea de márgenes y ofertas. Cuando un producto se compara contra otras formas de gastar dinero ("vs. un parqueadero", "vs. un domicilio", "vs. salir un sábado"), la decisión se vuelve emocional: ¿qué prefiero hacer con esa plata hoy?

Ese cambio de marco de referencia es lo que hace que MINT no compita contra Crep Protect o Jason Markk. Compite contra la resignación. Y esa pelea, bien contada, no se pierde.

REGLA DE COPY EN TODA LA CAMPAÑA

Nunca compares MINT contra otro kit. Compáralo contra el costo emocional de no comprarlo.

04

ESTRATEGIA DE PRECIOS · CAPÍTULO CUATRO

*Pricing. Tres precios, una
decisión.*

CAPÍTULO 4

La regla de los 3 precios.

Un solo precio es una sola conversión. Tres precios obligan al cerebro a elegir cuál, no si. La psicología detrás se llama decoy pricing y es lo que hace que cuando alguien ve una opción 'media' bien diseñada, la elija. La estrategia tiene tres niveles, cada uno con un objetivo de negocio distinto:

<p>BÁSICO</p> <p><i>Kit Essentials</i></p> <p>\$99.500</p> <p>Para entrar. Captura el cliente curioso.</p>	<p>★ MÁS VENDIDO</p> <p><i>Kit Fresh</i></p> <p>\$115.900</p> <p>Tu cliente real. Aquí está el margen.</p>	<p>VIP</p> <p><i>Kit Lifestyle</i></p> <p>\$189.000</p> <p>Para tribu coleccionista. Sube ticket promedio.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kit completo ✓ Bonus PDF ✓ Envío gratis ✓ Garantía 30 días 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kit completo ✓ Eliminador olores extra ✓ Bonus PDF + WhatsApp ✓ Cupón \$50K en sneakers ✓ Envío gratis 24-48h ✓ Garantía 30 días 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kit Fresh completo ✓ Caja para sneakers premium ✓ Bolsa de viaje ✓ Cupón \$80K en sneakers ✓ Envío express ✓ Garantía 60 días

POR QUÉ ESTE ESCALONAMIENTO FUNCIONA

El pack del medio está diseñado para ganar. Tiene el precio que justifica la mayor cantidad de bonos visibles, está marcado como 'más vendido' (prueba social inducida) y se diferencia del básico por solo \$16.400 — una distancia psicológica baja para lo que ofrece. Estimación realista: ~60% de los clientes elegirán el Kit Fresh, 20% el Essentials, 20% el Lifestyle. Ticket promedio proyectado: **\$125.000–\$130.000 COP.**

OFERTAS ADICIONALES PARA GATILLAR URGENCIA

- **Lanzamiento limitado:** 'Solo las primeras 100 unidades a este precio. Después sube a \$129.000'. Cuenta regresiva visible en la landing.
- **Bundle con sneaker:** 'Llévate cualquier par de tenis del catálogo y suma el kit con 30% off'. Cross-sell directo al carrito.
- **Suscripción shampoo:** 'Recibe el repuesto cada 4 meses con 20% de descuento'. Crea LTV recurrente.
- **Black Friday / Día sin IVA:** bundle agresivo + 'envío en 24h o gratis para siempre'.
- **Programa de referidos:** 'Refiere a un amigo y ambos ganan \$25.000 OFF'. Convierte clientes en vendedores.

EL EMBUDO

El viaje del cliente, *paso a paso.*

El embudo es una cadena. Cualquier eslabón débil rompe la venta. Acá está el diseño completo: desde el primer impacto en feed hasta el segundo pedido. Cada paso tiene un trabajo único; si pides más de un trabajo a un paso, falla.

#	ETAPA	OBJETIVO	FORMATO / CANAL	MÉTRICA CLAVE
1	Atracción (TOFU)	Detener el scroll.	Reels TikTok/IG con hook visual fuerte. Antes/después.	CTR > 1.5% View rate > 25%
2	Curiosidad	Convertir vista en clic.	Caption con curiosidad + 'link en bio' o 'escribenos FRESH'.	Saves + DMs
3	Decisión	Convertir el clic en compra.	Landing page específica con la Grand Slam Offer + tres precios.	CR > 2.5%
4	Conversión asistida	Cerrar al que duda.	WhatsApp con script de venta humano. Resolución de objeciones.	Cierre WhatsApp > 25%
5	Onboarding	Maximizar la primera experiencia.	Mensaje 'gracias' con video tutorial + cupón próxima compra.	NPS post-uso
6	Recompra	Crear LTV.	Email/WhatsApp a los 90 días: 'tu shampoo ya casi se acaba'.	Recompra > 30%

CUELLO DE BOTELLA QUE VIGILAR

Si el cliente llega a la landing y no entiende en 5 segundos qué está comprando, qué obtiene extra y por qué hoy es buen momento, lo perdiste. El paso más débil de cualquier ecommerce que vende por anuncios pagos es el paso 3 (decisión). La landing tiene que repetir la oferta tres veces, mostrar el value stack visualmente y rematar con una sola pregunta: '¿lo quieres? sí / no'.

05

COPYWRITING & SCRIPTS · CAPÍTULO CINCO

Lo que dices. Lo que escriben.

CAPÍTULO 5

Tres reels listos *para grabar esta semana.*

Aquí van tres scripts ya contruidos sobre los ángulos del capítulo anterior. Cada uno tiene una intención distinta. Probarlos los tres en paralelo con presupuesto bajo (\$30.000–\$50.000 COP/día por reel) durante 5 días, y dejar que el algoritmo te diga cuál mover a escala.

REEL 01 · ÁNGULO PRESENCIA

Outfit perfecto. Detalle que arruina todo.

Hook: vergüenza ajena. Funciona porque el espectador completa la escena en su cabeza antes de que termine.

ESCENA 1 (0:00–0:03)

Plano cerrado de un hombre alistándose. Reloj. Camisa premium. Perfume. Música in-crescendo. Texto en pantalla: "Outfit perfecto."

ESCENA 2 (0:03–0:06)

Cámara baja al piso. Tenis sucios. La música corta seca. Texto: "Y un detalle que arruina todo."

ESCENA 3 (0:06–0:11)

Aparece el kit MINT. Manos limpiando un sneaker reconocible (Air Force, Jordan, Yeezy) en time-lapse. Texto: "5 minutos. Cero excusas."

ESCENA 4 (0:11–0:15)

Plano final del mismo hombre saliendo. Tenis impecables. Voz/texto: "Los tenis hablan antes que tú."

CTA: "Escribenos FRESH y te mostramos el kit." Logo Tu Importación + MINT.

REEL 02 · ÁNGULO INVERSIÓN

¿Cuánto pagaste por estos?

Para sneakerheads que justifican gasto. La frase activa el cerebro racional.

ESCENA 1 (0:00–0:04)

Plano de varios pares de sneakers en una repisa. Voz directa a cámara: "¿Cuánto pagaste por estos?"

ESCENA 2 (0:04–0:09)

Mano señalando uno. Texto: "\$1.200.000." Otro: "\$850.000." Otro: "\$2.000.000."

ESCENA 3 (0:09–0:13)

Plano del kit MINT en la mesa. "¿Y para protegerlos? \$99.500." Pausa visual.

ESCENA 4 (0:13–0:17)

Demo rápida de limpieza. Texto: "Haz la cuenta. Es el seguro más barato que vas a contratar este año."

CTA: "Disponible en Tu Importación. Envío 24h."

REEL 03 · UGC***Tenis como nuevos en 5 minutos.***

Para grabarlo con un cliente real (UGC). Performa el doble que producción estudio porque se ve auténtico.

ESCENA 1 (0:00-0:03)

Cliente real frente a cámara, casual. "Te apuesto que en 5 minutos te muestro mis tenis como nuevos."

ESCENA 2 (0:03-0:10)

Timer visible en pantalla, contando. Limpieza en proceso. Comentarios improvisados naturales: 'mira esa mancha', 'esto la verdad jamás lo había logrado en casa'.

ESCENA 3 (0:10-0:14)

Resultado final. Plano comparativo lado-a-lado del antes/después. "Listo. Lo único que necesité fue esto." (muestra el kit MINT).

ESCENA 4 (0:14-0:17)

Plano calmado. "Lo conseguí en Tu Importación. Te dejo el link."

CTA Caption: "Esto debería ser ilegal. 5 minutos y los tenis quedan así. Link en bio."

HEADLINES QUE DETIENEN EL SCROLL.

Estos son hooks listos para usar como primera línea de captions, anuncios Meta, o primer texto en pantalla. Probados en estructuras Hormozi: curiosidad, amenaza, o promesa específica.

- Tus tenis cuestan más que tu jean. ¿Por qué los limpias con menos cuidado?
- El detalle que separa a los que se visten... de los que imponen presencia.
- Si gastaste un millón en tenis, esto te va a doler.
- Lavar tenis con jabón en polvo es como lavar el iPhone con cloro.
- 5 minutos. La diferencia entre 'tenis usados' y 'tenis nuevos'.
- Lo que tu novia no te dice: nota cuando los tenis están sucios.
- Cuidé el outfit. Olvidé los tenis. Adivinen qué notó todo el mundo.
- El 90% de los hombres que invierten en sneakers no saben mantenerlos.
- Esto es lo único que un sneakerhead en serio necesita en su mesa.

SCRIPT DE WHATSAPP

Cuando llega "FRESH".

Este es el guion exacto para responder cuando alguien escribe 'FRESH' o pregunta por el kit. Diseñado en pasos cortos para conversación natural en mobile, no para leer en pantalla. Cada mensaje es independiente.

MENSAJE 1 · APENAS ESCRIBEN

"¡Hola! Bienvenido a Tu Importación 🌟 Veo que te interesó el kit MINT. Antes de mostrártelo, una pregunta rápida: ¿cuántos pares de tenis tienes que cuides regularmente?"

MENSAJE 2 · DESPUÉS DE SU RESPUESTA

"Perfecto. Para [X] pares te sirve perfectamente el Pack más vendido. Te muestro qué incluye 📦"
[Imagen del kit completo + el bonus + cupón]

MENSAJE 3 · LA OFERTA

Kit Fresh — \$115.900 🔥

- ✓ Shampoo limpiador (rinde 100 pares)
- ✓ Cepillo + Toalla microfibra
- ✓ Eliminador de olores extra
- ✓ Cupón \$50.000 OFF en cualquier sneaker del catálogo
- ✓ Envío gratis a todo Colombia 24-48h
- ✓ Garantía 30 días

¿Lo enviamos hoy?

MENSAJE 4 · OBJECCIÓN PRECIO

"Te entiendo. Mira el cálculo: si cuidas un par de \$800.000 y te dura el doble, ya recuperaste 8x lo que cuesta el kit. Y rinde 100 lavadas. Es literalmente el seguro más barato. ¿Te lo despacho hoy o esperas el lunes?"

MENSAJE 5 · OBJECCIÓN 'LO PIENSO'

"Sin problema. Un detalle: el precio del Kit Fresh es solo para los primeros 100 kits del lanzamiento — quedan [X]. Si sale del stock, sube a \$139.000. Si quieres te aparto uno hasta mañana sin compromiso. ¿Te aparto?"

MENSAJE 6 · CIERRE

"Listo, ¿a qué dirección lo enviamos? Te paso el link de pago seguro y queda confirmado."

06

ROADMAP · CAPÍTULO SEIS

Plan de ejecución. 90 días.

CAPÍTULO 6

Los primeros 90 días.

La estrategia se ejecuta en tres bloques de 30 días. Cada bloque tiene un objetivo único y métricas claras. Si el objetivo del mes no se cumple, no se pasa al siguiente: se itera. Esa disciplina es lo que separa una marca que escala de una marca que se queda en intentos.

01

VALIDACIÓN

Probar oferta y encontrar el ángulo ganador.

- Negociar inventario inicial con MINT (50–100 unidades)
- Producir los 3 reels base + 2 UGC con clientes
- Crear landing simple con la Grand Slam Offer
- Lanzar 3 ads en Meta + TikTok (\$100K–\$150K/día total)
- Conectar WhatsApp Business con respuestas guardadas

Métrica de éxito: CR landing > 2% · 10–25 ventas/día al cierre del mes · Identificar reel ganador (>3% CTR)

02

ESCALADO

Doblar inversión en lo que funciona y matar lo que no.

- Multiplicar presupuesto del reel/ad ganador 3–5×
- Producir 5 variaciones del ángulo ganador
- Activar retargeting con descuento 15%
- Lanzar suscripción shampoo + programa referidos
- Sumar email/WhatsApp para clientes ya comprados

Métrica de éxito: 30–60 ventas/día · AOV \$130K+ · CAC < \$30K · ROAS > 2.5

03

OPTIMIZAR

Aumentar el ticket y la recompra. Cerrar el ciclo.

- Lanzar Kit Lifestyle (\$189.000) y bundle con sneaker
- Activar cross-sell desde compra anterior
- Programa de embajadores con UGC pago
- Ampliar a marketplaces (Mercado Libre, Tiendanube)
- Primera campaña con micro-influencer del nicho

Métrica de éxito: 100+ ventas/día · AOV \$150K+ · % recompra > 25% · ROAS > 3.5

PRESUPUESTO SUGERIDO

90 días. *Plata sobre la mesa.*

Este es el presupuesto recomendado para los primeros 90 días. Es una guía con holgura: si el mes 1 valida con menos, el mes 2 escala mejor. Si el mes 1 no valida, no se pasa al mes 2 con el mismo presupuesto — se itera.

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	TOTAL
Inventario MINT	\$3.500.000	\$5.000.000	\$8.000.000	\$16.500.000
Pauta Meta + TikTok	\$3.000.000	\$6.000.000	\$10.000.000	\$19.000.000
Producción contenido (UGC + reels)	\$1.500.000	\$1.000.000	\$1.500.000	\$4.000.000
Landing + tooling (Shopify, WhatsApp API)	\$800.000	\$300.000	\$300.000	\$1.400.000
Influencers / embajadores	—	\$1.000.000	\$2.500.000	\$3.500.000
TOTAL	\$8.800.000	\$13.300.000	\$22.300.000	\$44.400.000

PROYECCIÓN DE INGRESOS

Con AOV de \$130.000 y 1.500–2.000 ventas a 90 días, el ingreso bruto proyectado oscila entre \$195M–\$260M COP. Margen operativo positivo desde el mes 2 si se respeta el ROAS objetivo. Estos números asumen que la oferta validó en el mes 1; si no validó, el mes 2 debe enfocarse en iterar creativos antes de escalar.

REGLAS NO NEGOCIABLES DEL PRESUPUESTO

- Nunca escalar más del 50% del presupuesto en un día si el ROAS está por debajo del objetivo.
- Siempre reservar mínimo 10% del mes para producción de creatividad nueva — el ad gana fatiga rápido.
- Si el CAC supera el 35% del AOV durante 5 días seguidos: pausar y revisar landing/oferta antes de seguir pautando.

LO QUE MEDIMOS

KPIs que *dicen la verdad*.

No todas las métricas importan igual. Estas son las que de verdad dictan si la estrategia funciona o no. Si las primeras tres están bien, el resto suele alinearse. Si están mal, ningún ajuste cosmético las salva.

KPI	QUÉ MIDE	OBJETIVO MES 1	OBJETIVO MES 3
CTR del anuncio	Qué tan fuerte es el hook	> 1.5%	> 2.5%
CR de landing	Qué tan clara es la oferta	> 2.0%	> 3.5%
AOV (ticket promedio)	Si el bundle medio funciona	> \$115.000	> \$150.000
CAC (costo de adquisición)	Cuánto pagas por cliente nuevo	< \$40.000	< \$25.000
ROAS	Cuánto vendes por peso invertido	> 2.0	> 3.5
% Recompra a 90 días	Si el cliente vuelve	—	> 25%
NPS post-uso	Si el producto cumple	> 40	> 60
Cierre WhatsApp	Si los humanos cierran	> 20%	> 35%

RIESGOS A MITIGAR ANTES DE LANZAR

- **Riesgo de inventario:** empezar con 50–100 unidades y reposición rápida con MINT. No comprometer capital en stock muerto antes de validar.
- **Riesgo de posicionamiento:** el cliente debe entender en el primer impacto que MINT es premium, no commodity. Solución: cuidar la dirección de arte de todo el creative — fotografía limpia, paleta verde/azul consistente, tipografía editorial.
- **Riesgo de devoluciones:** garantía 30 días puede generar reclamos. Mitigar con video tutorial post-compra que enseñe a usar bien el producto.
- **Riesgo de saturación de ad:** el creative gana fatiga rápido. Producir 1 reel nuevo cada 7 días desde el día 1.
- **Riesgo de competencia:** si funciona, otras tiendas copiarán. La defensa no es el producto: es la velocidad de ejecución y la voz de marca.

CIERRE

Por qué este producto *y por qué ahora.*

Tu Importación no necesita más productos. Necesita más razones para que el cliente vuelva. Cada par de tenis vendido es un cliente que en algún momento los va a ensuciar y va a tener que decidir qué hacer. Si Tu Importación no le ofrece la respuesta a esa pregunta, alguien más lo va a hacer. El kit MINT no es un producto adicional. Es el cierre natural del ciclo: compras los tenis, los proteges, los disfrutas, y vuelves cuando se acaba el shampoo. Tres puntos de contacto donde antes había uno. Tres oportunidades de venta donde antes había una despedida.

LA FRASE QUE LO CIERRA TODO

"El lujo no solo se compra. Se cuida."

Esa frase resume todo este documento. La oferta no compite contra otros kits. Compite contra la resignación de ver tus tenis sucios y no hacer nada al respecto. Y esa pelea, bien contada, no se pierde.

PRÓXIMOS PASOS CONCRETOS

- Formalizar acuerdo comercial con MINT esta semana (mayorista o consignación) y bloquear inventario inicial.
- Construir landing page con los tres precios y el value stack — el copy ya está en este documento.
- Producir el primer batch de tres reels — los scripts ya están escritos.
- Configurar WhatsApp Business con el script — ya está escrito mensaje por mensaje.
- Lanzar pauta con \$100K-\$150K COP/día y dejar correr 5 días sin tocar nada.
- Después del día 5: leer datos, doblar lo que funciona, matar lo que no.