

LA TABERNA

LIQUOR STORE

Era digital / Consumo en hogares

INHAUS
ESTUDIO CREATIVO

Brief

Crear awareness mientras se potencian los canales de venta digitales de la marca para consumo en hogares.



Contexto

- La Taberna es una marca cercana y sabia.
- están potenciando sus canales digitales (e-commerce)
- Están renovando sus locales

Promesa de marca

Generar temas de conversación, conocimiento e historias inolvidables.



El mensaje

Al rededor de cada producto hay una historia, queremos que los consumidores las conozcan, compartan y creen sus propias historias.

Público objetivo

Connoisseurs en Proceso

Buscan nuevas experiencias y ampliar su conocimiento, saben lo que quieren, pero siempre están abiertos a más.

Son generosos con lo que tienen y con lo que saben, les gusta ser una referencia de estilo de vida para sus amigos.



INSIGHT

Esa sensación maravillosa de conocer a alguien admirable y generoso, que te invita a su hogar, te comparte su bebida favorita y te cuenta su historia.

Hay muchos sitios donde te preparan drinks perfectos, pero ¿te has dado cuenta que el mejor trago es el que te tomas en casa de un amigo?



Referencias







A close-up photograph of a hand using a silver cocktail pick to place a bright red cherry onto a red cocktail in a glass. The cocktail is garnished with ice cubes. The background is dark and out of focus, showing another hand holding the glass.

Concepto

TU DRINK, TU HISTORIA

Todo drink conlleva una o varias historias, descúbrelas a través de La Taberna.

Te invitamos a ser parte de un selecto grupo de personas que han hecho cosas valiosas con su vida y están deseosos de compartir sus experiencias.

LA TABERNA
LIQUOR STORE

Estrategia de contenido

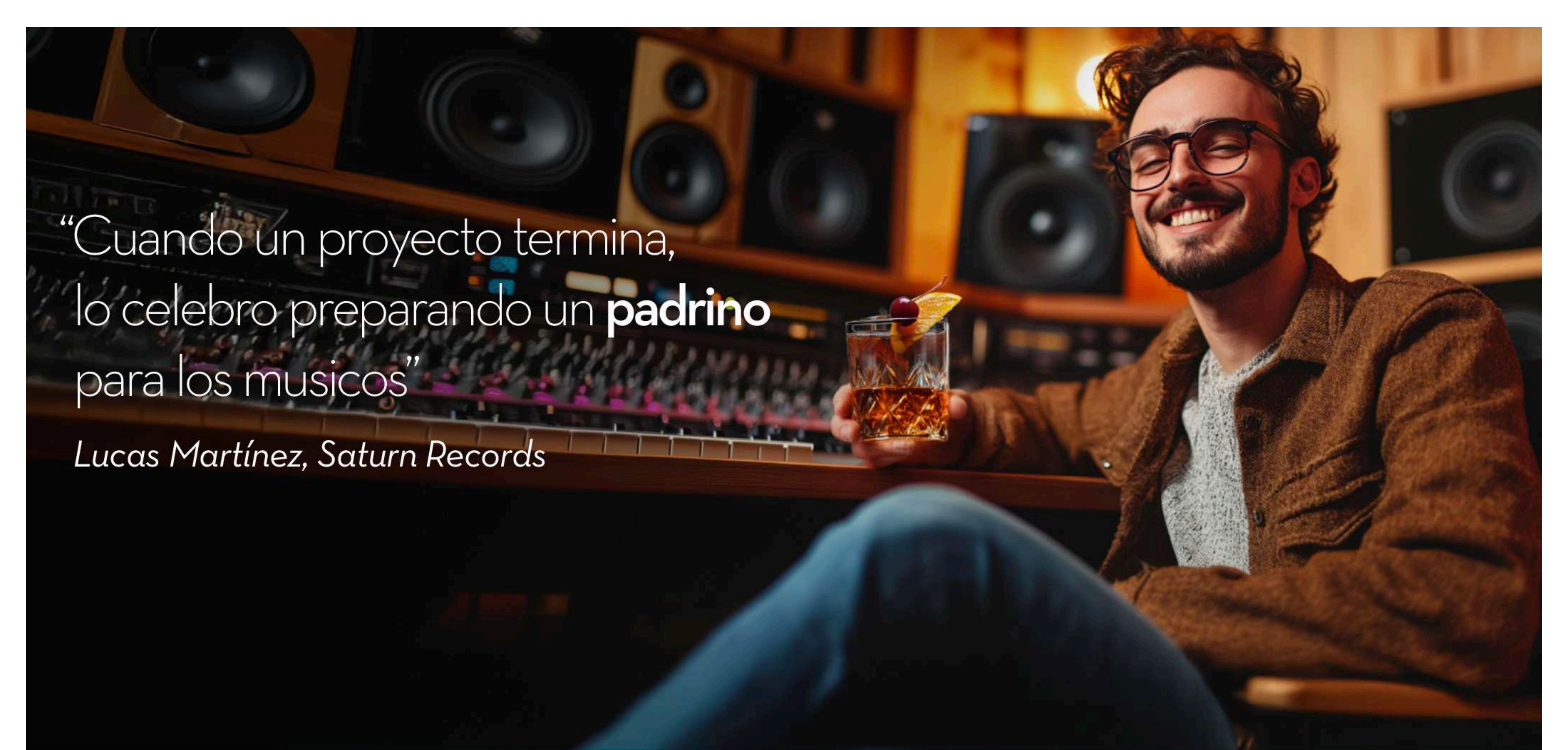
Conocer a personajes sorprendentes, sus hogares y espacios personales, que nos cuenten su historia junto a su drink preferido.

¿Cómo quien?:

- Artistas
- Empresarios
- Diseñadores
- Músicos
- Arquitectos

Gente con carácter, que tenga algo que contar, son influencers atípicos que saben que el mundo es mucho más que las redes sociales.



A man with curly hair and glasses, wearing a brown jacket over a grey sweater, is sitting in a recording studio. He is holding a glass of amber-colored liquid with a cherry and a lemon wedge. The background features several large studio speakers and a mixing console.

“Cuando un proyecto termina,
lo celebro preparando un **padrino**
para los músicos”

Lucas Martínez, Saturn Records

TU DRINK, TU HISTORIA

LA TABERNA
LIQUOR STORE

A woman with brown hair tied back, wearing a white ribbed top and a dark blazer, is sitting on a light-colored sofa. She is holding a glass of Negroni cocktail with ice and a garnish. She is smiling and looking off to the side. The background is a blurred interior space with a bookshelf and a plant.

“Es una tradición familiar recibir
a mis invitados preparándoles
un **negroni**”

Ana Tossi, Vertice architettura

TU DRINK, TU HISTORIA

LA TABERNA
LIQUOR STORE

“Hacer un buen **espresso martini**,
es un arte que se aprende
y se comparte”

Gonzalo Montesinos, Artista plástico



TU DRINK, TU HISTORIA

LA TABERNA
LIQUOR STORE

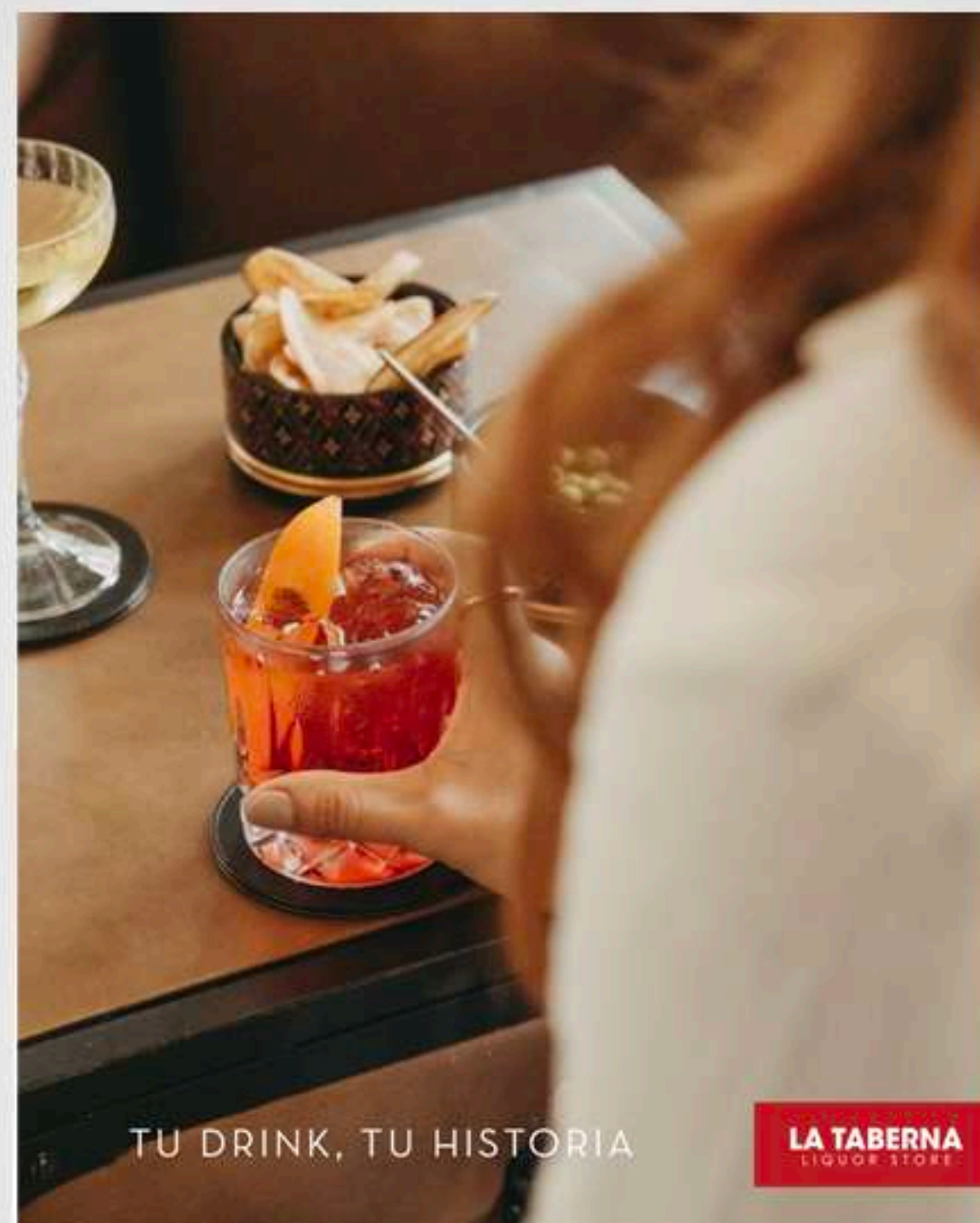


“Mis amigas dicen que hago
las mejores **margaritas**, y yo
creo que es verdad”

Andrea Ochoa, Locutora de radio

TU DRINK, TU HISTORIA

LA TABERNA
LIQUOR STORE



Contenido para medios digitales:

Recetas, historia de los cocteles, combo packs, tips de consumo, anécdotas personales, ets

Video Reels

Estilo reality documental

El anfitrión nos recibe en su casa, prepara su coctel favorito, nos da la receta, sus tips de preparación, y alguna anécdota personal.



DESGLOSE DE MATERIAL

1. CÁPSULAS INDIVIDUALES (x3 – una por ciudad)

Duración: 2-3 min cada una

Formato: 16:9

Contenido:

- Presentación del personaje
- Preparación del trago en su hogar
- Receta y tips personales
- Anécdota vinculada a su bebida
- Momentos espontáneos y emocionalmente honestos

2. VIDEO MADRE (compilado)

Duración: 1 min (versión reels) + 3-5 min (versión extendida)

Contenido:

- Fragmentos destacados de cada cápsula
- Conexión emocional entre personajes y la marca
- Refuerzo del mensaje: “Tu drink, tu historia”
- Call to action hacia los canales digitales

SUGERENCIAS DE PERSONAJES

CUENCA – Cultura, diseño y tradición viva

Personaje ideal: Diseñador gráfico/artista plástico con casa patrimonial o estudio galería.

Nombre ejemplo ficticio: Lucía Vega, artista textil cuencana

Razón: Representa la elegancia sobria de Cuenca, la conexión con los oficios y el detalle artesanal.

Sugerencia de Bebida: Negroni con twist andino (infusión de cedrón o licor local)

QUITO – Identidad, historia y visión contemporánea

Personaje ideal: Arquitecto joven o curador cultural que mezcla tradición con visión moderna

Nombre ejemplo ficticio: Sebastián Maldonado, arquitecto quiteño con enfoque patrimonial

Razón: Quito tiene esa dualidad entre lo ceremonial, lo monumental y lo íntimo. Un personaje que nos invite a su rooftop con vista al Panecillo mientras habla de herencia y futuro.

Sugerencia de Bebida: Gin tonic con romero y limón mandarina

GUAYAQUIL – Música, calor, desparpajo y personalidad arrolladora

Personaje ideal: Cantante o productor musical que haya hecho algo cool con la escena local

Nombre ejemplo ficticio: Dayana Paredes, productora musical con estudio en casa

Razón: Guayaquil tiene flow, ritmo y calor. Necesita un personaje carismático, con sabor y estilo propio.

Sugerencia de Bebida: Mojito con jengibre y albahaca

ENTREGABLES PRINCIPALES:

- 4 Videos
- 3 Vallas