

D'CREATIVA STUDIO · CASO DE ESTUDIO N° 01

¿De qué trata este caso?

Dalija Gourmet

Cómo se validó, lanzó y agotó un producto artesanal nuevo — dos veces seguidas — sin invertir un dólar en publicidad.

Industria: Gastronomía artesanal.

Canales utilizados: Instagram y WhatsApp.

Objetivo: Validar la demanda antes de producir.

Duración: Febrero – marzo 2026.



EL NEGOCIO

¿De quién estamos hablando?

Cinnamon rolls

ARTESANALES.

Tres sabores.

Clásico · Nutella + Oreo · Dulce de leche + nuez.

Primera vez en el mercado.

Cero antecedentes de venta.

Sin evidencia de demanda.



EL RETO

¿Cuál era el problema real?

Producir sin validar era el verdadero riesgo.

No había forma de saber si el mercado quería el producto. Lanzar sin estrategia significaba producir y rezar.

El objetivo era confirmar la demanda antes de asumir el costo.



LA ESTRATEGIA

¿Qué decidimos hacer?

Primero la expectativa. Luego el producto.



— Campaña de curiosidad antes de revelar qué se vendía

— Revelación oficial con identidad visual activada

— Preventa para validar demanda con dinero real

— Liberación progresiva para crear urgencia sin mentir



LA DECISIÓN

¿Qué fue lo más inteligente de la estrategia?

**Teníamos 40.
Anunciamos 20.**

20 agotadas.

Abrimos 20 más.

40/40 vendidas antes de producir.



SEGUNDA EDICIÓN · 20 DE MARZO

¿Cómo se convirtió el producto en una experiencia?

¿Con quién compartirías tu cajita Dalija?

Para el Día Internacional de la Felicidad se lanzó el concepto "Momentos Dalija."

El mensaje no era el producto — era el momento de compartirlo.

Las personas no compran cinnamon rolls. Compran una excusa para estar con alguien.



CONTENIDO ORGÁNICO

¿Cómo se generó contenido sin pedirlo?

Dos cajitas. Un sticker. Contenido real sin pagar.

Dos cajitas incluían un sticker oculto.
Quien lo encontraba recibía su cajita gratis.

Resultado: clientes abriendo sus cajas con emoción, grabando el momento, compartiendo en Instagram y etiquetando a Dalija Gourmet.



LOS RESULTADOS

80

cajitas vendidas
en dos
ediciones

240

cinnamon rolls
entregados.

2/2

preventas agotadas.

\$0

en publicidad
pagada.

UGC

contenido generado
por clientes.

EL APRENDIZAJE

¿Qué confirma este proyecto?

La demanda no se descubre publicando. Se construye comunicando.

La expectativa genera interés antes de que exista el producto.

La preventa valida con dinero real antes de producir.

La experiencia crea conversación sin costo.

Las personas no compran productos — compran lo que ese producto les permite vivir.



D'CREATIVA STUDIO

¿Qué hace D'Creativa Studio?

**Si tu negocio es bueno,
internet también
debería saberlo.**

Haz que tu presencia digital le haga
justicia a la calidad de tu negocio.



hola@dcreativastudio.com



@dcreativastudio



dcreativastudio.com