vinetur

La Dropería desata el hype entre 10000 jóvenes y presenta el Drop 001: La Isla de Ron Barceló

Más de 10.000 usuarios se sumaron a la iniciativa en Instagram en menos de diez días

miércoles 12 de noviembre de 2025

ESCRITO POR VARMA



"La Dropería" de Ron Barceló, el innovador espacio digital que concentra en exclusiva el lanzamiento de los drops de la marca, ha aterrizado con gran éxito captando la atención de más de 10.000 seguidores en Instagram. El muy esperado Drop 001, lanzado el pasado lunes 3 de noviembre, replicaba los nostálgicos concursos de la tele para revelar un gran secreto: un viaje a La Isla de Ron Barceló, una experiencia única

en un enclave paradisiaco de la marca en República Dominicana.

"La Dropería" nació como un punto de encuentro digital en Instagram, prometiendo lanzamientos de colecciones y experiencias exclusivas en formato drop, disponibles por tiempo limitado y en unidades muy escasas. Inspirada en la cultura del hype y la emoción de lo efímero, la iniciativa invitó a los barcelovers a unirse a una nueva cuenta de Instagram para formar parte de este club selecto, sin conocer aún el contenido del primer lanzamiento.

Una gran acogida entre la comunidad barcelover

La respuesta de la comunidad superó todas las expectativas, con más de 10.000 usuarios uniéndose a @ladroperia en menos de diez días. El 3 de noviembre, bajo la dirección del icónico Alonso Caparrós como presentador, se desveló el misterio del Drop 001: La Isla de Ron Barceló, un enclave único que la marca tiene en República Dominicana. El Drop 001 se ha materializado en forma de viaje exclusivo y gratuito para 15 afortunados con sus acompañantes, a los que se sumarán algunos de los influencers históricos de Ron Barceló, conformando un grupo de 60 personas que vivirán una de las mejores experiencias de sus vidas.

Divertidas mecánicas para hacerse con el drop más deseado

Para acceder a esta codiciada experiencia, Ron Barceló diseñó 12 retos dinámicos y originales en vivo a través de @ladroperia: desde pruebas de agilidad mental y velocidad como la sopa de letras o las 7 diferencias, hasta desafíos de creatividad como "qué tres cosas te llevarías a la isla" y los vídeos con las candidaturas de los seguidores, o la espontánea videollamada de Alonso Caparrós a un seguidor. Dos de las mecánicas más memorables fueron la revelación de las coordenadas, que llevó a los participantes a una búsqueda física en tiempo real, y el reto de la urna, que premió la lealtad de los primeros seguidores que se unieron a @ladroperia a ciegas.

"Con este lanzamiento, Ron Barceló redefine la manera de comunicarse y de conectar con su comunidad, creando un espacio donde la exclusividad y la autenticidad se mezclan con la emoción de vivir el ahora. El Drop 001 ha sido algo épico e inesperado y

solo los auténticos barcelovers han podido vivirlo" explica Tatiana Areces, Marketing Manager de Ron Barceló.

El éxito del Drop 001 y la masiva acogida de "La Dropería" consolidan a Ron Barceló como una marca innovadora en la creación de experiencias digitales, construyendo una comunidad fiel y comprometida. @ladroperia mentendrá sus puertas cerradas hasta el lanzamiento del Drop 002.