



**NOMBRE DEL PROGRAMA:** Especialización en Branding y Comunicación  
Estratégica

**NOMBRE DEL TRABAJO DE GRADO:**

**Tour de la Montaña**

PLAN DE COMUNICACIONES

**TOUR DE LA MONTAÑA**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de *Especialista en Branding y Comunicación Estratégica*.

Modalidad de grado: Proyecto de desarrollo experimental. Tecnológico y Social.

Nombre del asesor<sup>1</sup> Camilo Ríos Cardona

**Autora: Ivanna Muñoz Contreras**

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES

PUBLICIDAD

ESPECIALIZACIÓN EN BRANDING Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

MANIZALES, CALDAS

2023



Fotografías  
originales



# Una ruta

Por la comunicación del evento de ciclismo más importante del eje cafetero

# Elaborado por:

Ivanna Muñoz Contreras

Brander y comunicadora  
estratégica

[ivannalamoretti@gmail.com](mailto:ivannalamoretti@gmail.com)





# INTRODUCCIÓN

Este documento que está leyendo consiste en la inmersión desde una vista de 360°, de una marca que se creó en unas mentes deportistas y emprendedoras, de la cuál no existe un trabajo previo de diseño de marca o estrategia de comunicación y aún así es catalogado por asistentes, patrocinadores, internautas y administraciones privadas y públicas como el mejor evento de ciclismo gratuito del eje cafetero, ya que como este no existe homólogo en las fronteras geográficas cercanas.

Si bien este documento es analítico, una parte de este consiste en una guía diseñada por la Brander y comunicadora estratégica Ivanna Muñoz C. para posicionar la marca y desarrollar así una estrategia de comunicación para las siguientes versiones del evento, el cual se piensa, sea cada vez más grande y novedoso para los bikers.

Al ser un trabajo tan completo, veremos también las dificultades, oportunidades y distintas coyunturas de lo que implica en este año 2023 una marca.

# ¿Que es el Tour de la Montaña?



El TDM es un evento para cualquier persona que posea una bici y quiera cumplir el reto de montar por las montañas y paisajes más increíbles del eje cafetero,

pasando por senderos, ríos, puentes, calles y carreteras en una distancia que puede ser de 40 a 60 km, con puntos de hidratación durante toda la travesía, premiación de primeros lugares,

zona de picnic, exposición de emprendimientos, recuerdos, fotografías y videos profesionales, y medición de tiempo de forma electrónica, **todo totalmente gratis.**

# ¿Por qué se creó este evento?



El ciclismo de montaña es un deporte que ha tenido mucho auge y nuevos integrantes en los últimos años, para Colombia según la revista Autocrash *“aumentó el uso de la bicicleta en el país (Colombia) en un 43%”, ya sea que como transporte o como deporte, la bici es una tendencia mundial en las calles y también en las redes sociales”*.

En Manizales no existía un evento de esta talla y calidad que pudiera darle un espacio a los cientos de ciclistas que aman recorrer las montañas en estos caballitos de acero y mucho menos de manera **gratuita**, es para estos bikers que se creó el TDM.





Luis Felipe Cardona Lopez

Muchas Gracias! **Tour de la Montaña** Que Eventazo! Es Mucho lo que dan, se nota la planificación, dedicación y empeño que le pusieron a cada detalle!! **Felicitaciones!!!** Ojalá se sigan realizando este tipo de eventos para todos!!! Dan mucho sin pagar un peso que muchos en los uno si paga y quedan en deuda!!



4

Me encanta Responder Ocultar Enviar mensaje 4 d





Posicionarse como un evento deportivo reconocido a nivel nacional por su liderazgo en ciclismo de montaña, visto a nivel país por su aporte al desarrollo deportivo desde edades tempranas hasta las más adultas, y colaborar a el impacto social que fomenta el hacer deporte

# Visión



también ser reconocido por las acciones de cooperación y apoyo a los emprendimientos relacionados con la bicicleta, contando siempre con un equipo humano calificado en distintas profesiones que aporten al posicionamiento del evento y el ciclismo de montaña de Colombia en el mundo.



# Objetivo general:

Establecer las rutas del eje cafetero como las más aptas para disfrutar de una travesía en bici de montaña por medio del evento Tour de la Montaña.

## Objetivos específicos

### Impulsar

a ciclistas de todo el mundo para que disfruten del evento.

01

### Fomentar

el uso de la bici desde edades tempranas a avanzadas por medio de estrategias de comunicación antes del evento.

02



03

### Posicionar

la marca en el mercado del mundo de las bicis de montaña y así conectar con patrocinadores deportivos.

04

### Crear


Tendencia en el mercado de los artículos de la marca TDM



## Análisis de la audiencia

Todas las campañas de comunicación del TDM se han realizado para llegar principalmente al público que es amante o está empezando en el mundo de las bicis de montaña y aunque las campañas están en general por redes sociales y pueden llegar a cualquiera, el enfoque del vocabulario y piezas gráficas van dirigidos específicamente a los interesados en participar, esto sin cerrarle la puerta a nuevos integrantes.





“La bici es y será siempre mi terapia, así  
me revuelque un poco.”

**—David Islem Ramirez**  
*Rider de las tres versiones del TDM*



**davidislemr**  
Manizales Del Alma - Caldas



Ver Me gusta

davidislemr La bici es y será siempre mi terapia, así me revuelque un poco. #tourdelamontaña #feriasdemanizales #feriasdemanizales2023 #mtblife #mtblifestyle #bici

9 de enero · Ver traducción





# AUDITORÍA DE EMISIÓN

# Tenemos presencia en:



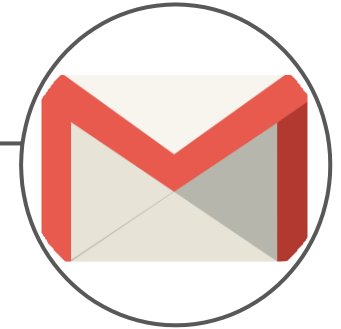
Principal plataforma de conexión con los clientes por medio de fotografías, piezas gráficas y reel's, además de respuestas personalizadas, cada publicación con un objetivo importante para la fecha en que se hacen las mismas.



Conectado con la misma línea de Instagram en cuanto a publicaciones, hemos evidenciado que la audiencia de Facebook que más interactúa con nosotros, es la más longeva dentro de nuestro público a comparación de Instagram, por tal motivo, son más atrevidos en hacer preguntas, comentar y compartir más las publicaciones dado que su cercanía generacional con las redes sociales se quedó en Facebook.



Se vió la necesidad de incluir una línea de Whatsapp para hacer preguntas y PQR's sobre el Tour, medio por el que siempre se garantizan el 100% de las respuestas y gestiones de las necesidades particulares de cada rider que los requiera.



Gmail permite que se envíen archivos pesados, e información legal para asistir a los eventos, enviar estos archivos por otro medio tendría un aura mas informal, por esta razón se solicita el correo electrónico como medio formal de conexión y relacionamiento.

# Comunicados y estilos del lenguaje del TDM:

Si bien el perfil va dirigido a ciclistas también sabemos que el público es cada vez más grande, así que incluimos en el vocabulario conceptos que invitan a hacer deporte, invitan a incluirse en la vida de la bici aún así todavía no se tenga una, es decir el TDM quiere que todos hablen del él, así no consuman nuestro evento, pueden ser parte de la comunidad en internet.

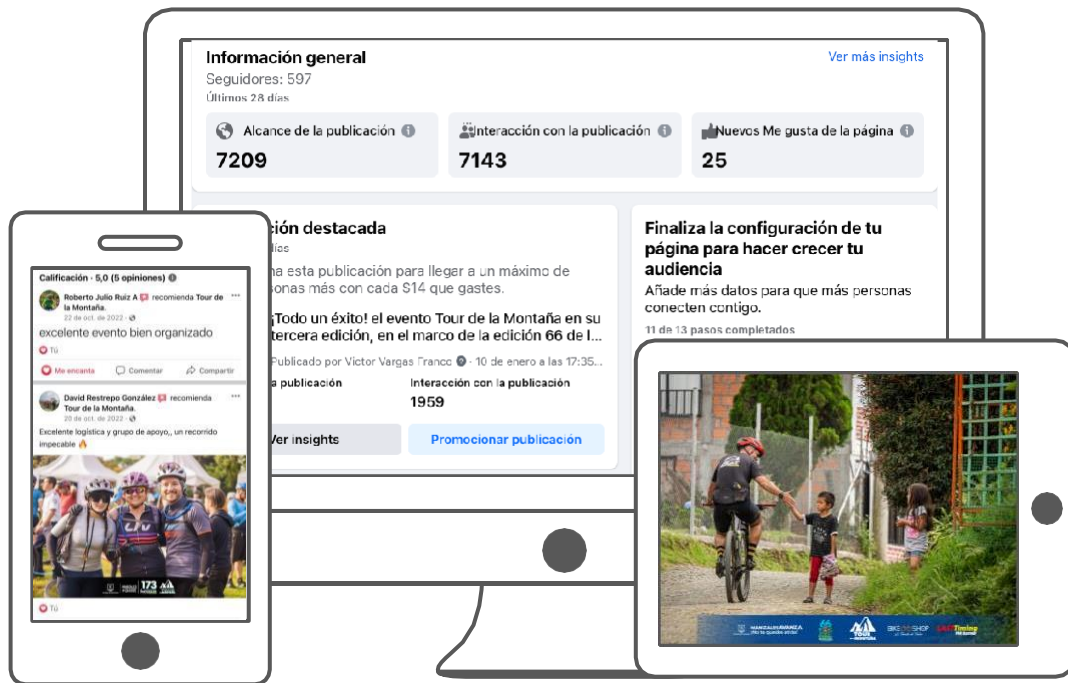


Una imagen habla  
más que mil palabras



# Estadísticas

Veamos las estadísticas de los últimos 30 días







23,226

Personas alcanzadas del 23 de Diciembre de 2022 al 2 de Enero de 2023



## Estadísticas



Últimos 30 días ▾

23 dic. - 21 ene.

### Resumen

Llegaste a un **+968%** más de cuentas en comparación con 23 nov. - 22 dic.

Cuentas alcanzadas	8.826 <b>+968%</b>	>
Cuentas que interactuaron	407 <b>+190%</b>	>
Total de seguidores	692 <b>+33,5%</b>	>

### Contenido que compartiste

[Ver todo](#)



Publicaciones	6	>
Historias	144	>
Reels	6	>



## Estadísticas

Últimos 28 días ▾

25 de dic. - 21 de ene.

### Rendimiento

#### Alcance de publicaciones

**14,4 mil** **+237%**  
en comparación con l...

#### Interacción

**7,1 mil** **+444%**  
en comparación con l...

#### Seguidores

**58** **+6**  
en comp...

### Publicación destacada

[Ver todas](#)

Últimos 28 días

Promociona esta publicación para llegar a 4998 personas por cada \$14 que gastes.



¡Aquí están! los mejores momentos en la TERCERA...

enero 12<blank> at 5:25 pm · 🌐

Alcance actual de las publicaciones	431
Alcance adicional estimado	4998

## Estadísticas de publicaciones ⓘ



¡Aquí están! los mejores momentos en la TERCERA ENTREGA de fotos que tanto est...

12 de enero a las 17:25 · 🌐

Impresiones

492

Personas alcanzadas

431

Interacción

845

### Distribución

**3,3x menor** que el promedio en 10 días de publicación.  
[Más información.](#)

### Interacciones



60



15



0



0



0



0



Reacciones

75



Comentarios

6

### Calificación - 5,0 (5 opiniones) ⓘ



**Roberto Julio Ruiz A** 🇵🇷 recomienda **Tour de la Montaña.** ⋮

22 de oct. de 2022 · 🌐

excelente evento bien organizado

👤 Tú

👍 Me encanta

💬 Comentar

➦ Compartir



**David Restrepo González** 🇵🇷 recomienda **Tour de la Montaña.** ⋮

20 de oct. de 2022 · 🌐

Excelente logística y grupo de apoyo,, un recorrido impecable 🔥



👤 Tú

👍 Me encanta

💬 Comentar

➦ Compartir

## Audiencia

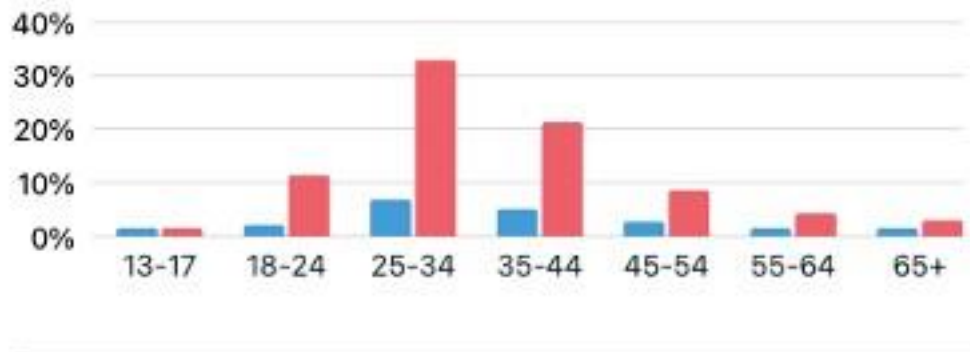
Este anuncio ha llegado a **7446** personas de tu audiencia.

Personas

Ubicaciones

Lugares

Cantidad de personas  
por edad



Edades

# Audiencia el día del evento:

Tras tres eventos masivos realizados en los que han asistido alrededor de 1.000 personas, el TDM se caracteriza por su **SERVICIO**, todos los agentes del evento están dispuestos a atender las necesidades de los ciclistas de una manera ágil y cordial, no por ser gratuito se ve como un evento de poco profesionalismo e improvisado, es por esto que nuestro lenguaje es concreto, servicial y cercano.



## Ejemplo de publicación diferente para audiencia no/rider:

# 4



# 130kg

En la segunda edición del TDM lavamos, cortamos y servimos más 130kg de frutas grandes y

frescas. 🍉 🍌 🍌

mecánicos profesionales 🛠️  
atendieron la ruta en moto 🏍️  
de los 40 km de travesía.



## Ejemplo de publicación para no/riders:



# Dj Peter

tocó durante 6 horas  
ininterrumpidas su música en  
vivo. 🎵

El equipo logístico no se  
detuvo ni un minuto,  
ayudamos a todos los ciclistas  
en el momento que nos  
necesitaron. □



## Ejemplo de publicación para no/riders:



Se entregaron 140 Litros  
de Gatorade

# 5 millones

Mas de 5 millones de pesos en premios a los primeros puestos de cada categoria, **también al último puesto (si, se premió la última persona que llegó a la meta)** y muchos a asistentes,



## Ejemplo de publicación para no/riders:



4

Fotógrafos profesionales tomaron las mejores  
fotos

Todas las  
que nutren  
este trabajo  
de  
Branding



# Buyer persona

Nuestro cliente ideal





# Victor

Victor es un hombre de 33 años que trabaja en una empresa que le permite disfrutar tanto de su trabajo como de su tiempo libre, le encanta trabajar en su mejor proyecto, "el mismo", por lo que disfruta de reuniones de negocios, restaurantes, leer, ver películas, tardes con amigos y por su puesto montar bici, sacando diariamente un tiempo para esto.





**Se motiva:** Ya sea en las madrugadas, las noches o los fines de semana Victor disfruta de las montañas de Manizales, la ciudad en la que vive y la vive encima de su caballito de acero; Mientras planea su ruta, piensa en disfrutar de una montada arriesgada pero segura, larga pero con la garantía de llevar suficientes suplementos que garanticen su energía para terminar la ruta...

# Victor





A photograph of two cyclists riding on a dirt path through a dense forest. The cyclist in the foreground is wearing a green jersey with a yellow sun-like logo and black shorts. The cyclist behind him is wearing a white t-shirt and black shorts. Both are wearing helmets. The background is filled with lush green trees and foliage.

**Victor**

**Necesidad:** Debido a su gran pasión por este deporte, Victor compra artículos para su bici, accesorios para sus rutas y también ropa formal y deportiva relacionadas con ese deporte, después de haber participado en tres TDM, envía un mensaje por Instagram @tourdelamontana2023, pidiendo que implementen artículos del TDM, como jerseys y camisetas...





# Victor

**Metas:** Quiere crecer como persona y sabe que un camino es el deporte, Victor espera con ansias el evento para disfrutar al máximo de su ciudad, sus amigos y sus límites.

Victor es nuestro cliente ideal, sé como Victor.



# Ventaja Competitiva





- Es un evento de ciclismo público.
- La única condición para participar del evento es tener una bici y EPS .
- No hay que pertenecer a un grupo de ciclismo.
- No tiene costo estar en el evento.
- Al TDM no le importa el género, ni la edad, ni el tipo de bici.





**Pueden ser  
transformadores  
de vida**

**Manizales**  
del alma!!

# En el TDM son:

## FOMENTADORES DE SALUD

Montar en bicicleta reduce el riesgo de infarto en más de un 50%, beneficia músculos y huesos, previene la diabetes y mejora la salud mental.

## APOYO A EMPRENDIMIENTOS

El día del evento se invita a emprendimientos a vender sus productos o servicios relacionados con el mundo de la bici ya que a este asisten 400 ciclistas y sus familias.

## GENERADORES DE EMPLEO

Para realizar el TDM se necesita un personal de 40 personas para el día del evento , incluidos 9 permanentes para su reproducción.

## INCENTIVAN LOS BUENOS HÁBITOS EN LA PRIMERA INFANCIA

Se da la realización de un ShortTrack para niños menores de 7 años.

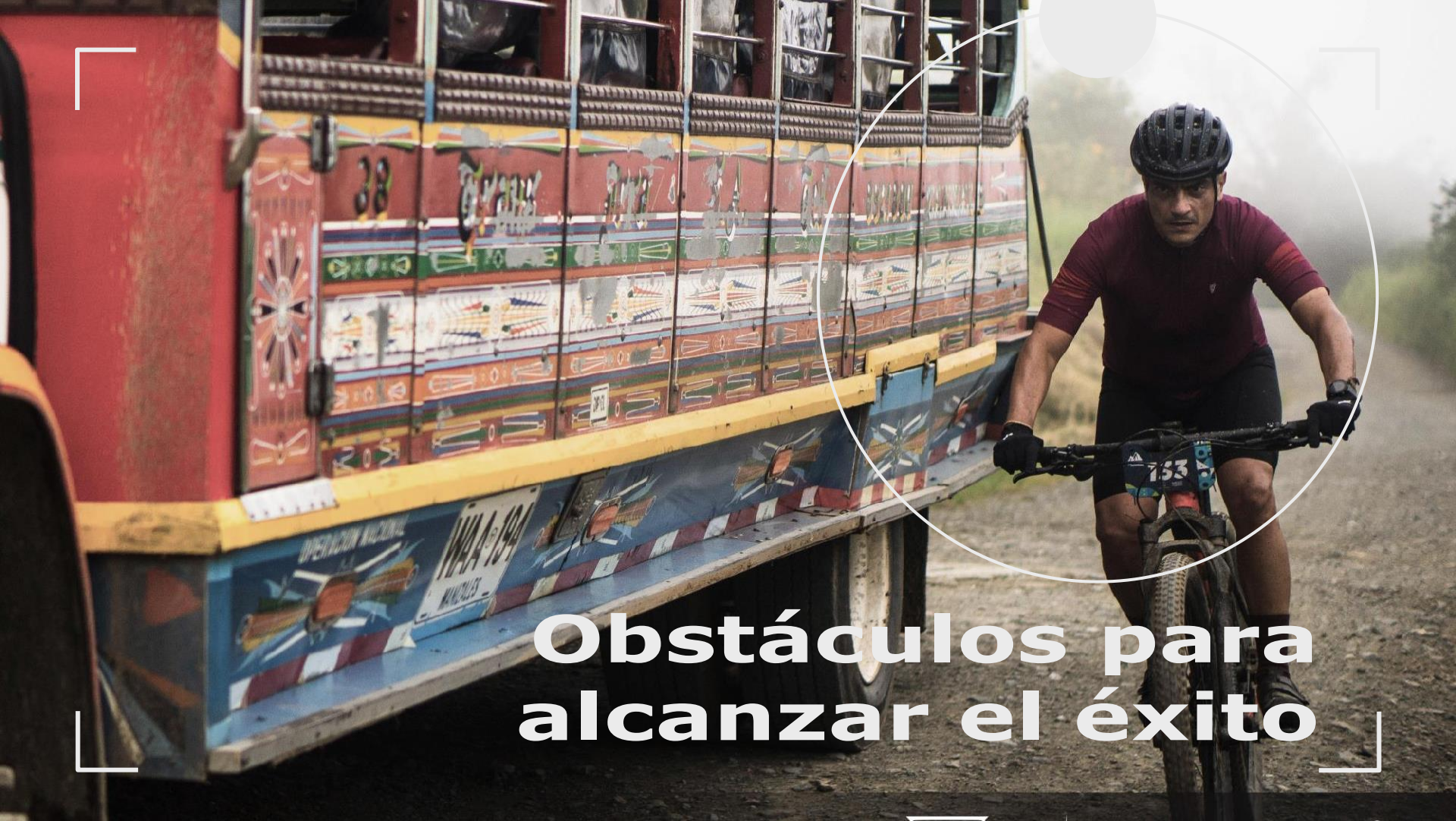
## INCLUYENTES

Premian la última persona que llega a la meta, reconociendo su esfuerzo y el valor de no perder su objetivo.

## VENTAS LOCALES

Debido a que las rutas pasan por diferentes lugares, de esta manera fomentan el turismo y las ventas en los sitios aledaños .



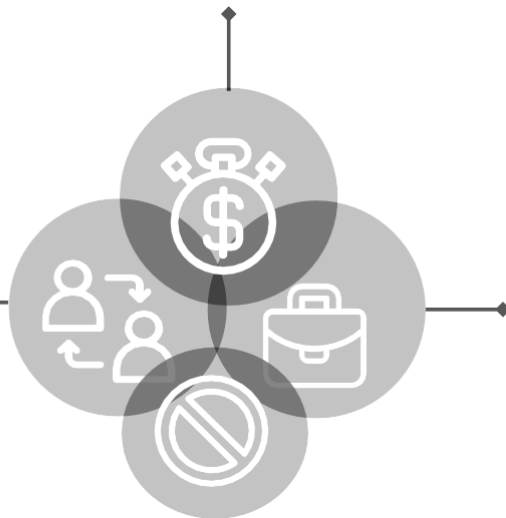


**Obstáculos para  
alcanzar el éxito**



## **PATROCINIOS**

Poca credibilidad en la  
marca.



## **REPUTACIÓN**

Donde algo puede salir  
mal con algún rider o  
aliado.

## **MERCADEO**

Pocas ventas en los  
artículos de marca.

## **LOS RIDERS NO INSCRITOS QUE PARTICIPAN**

Se puede incurrir en acciones legales si a alguno le sucede un accidente.





# Encuesta de percepción de marca



# Realizada por INSTAGRAM

- 142 personas respondieron
- Mujeres y hombres
- Participantes de 0 a 3 eventos







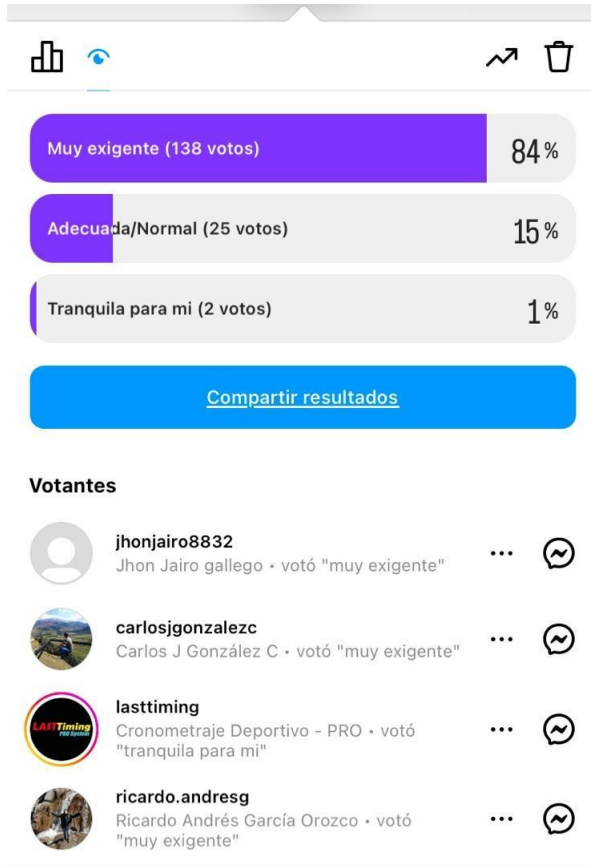
11 de enero 15:52

LA RUTA TE PARECIÓ

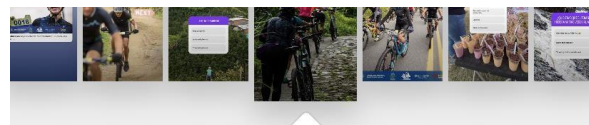
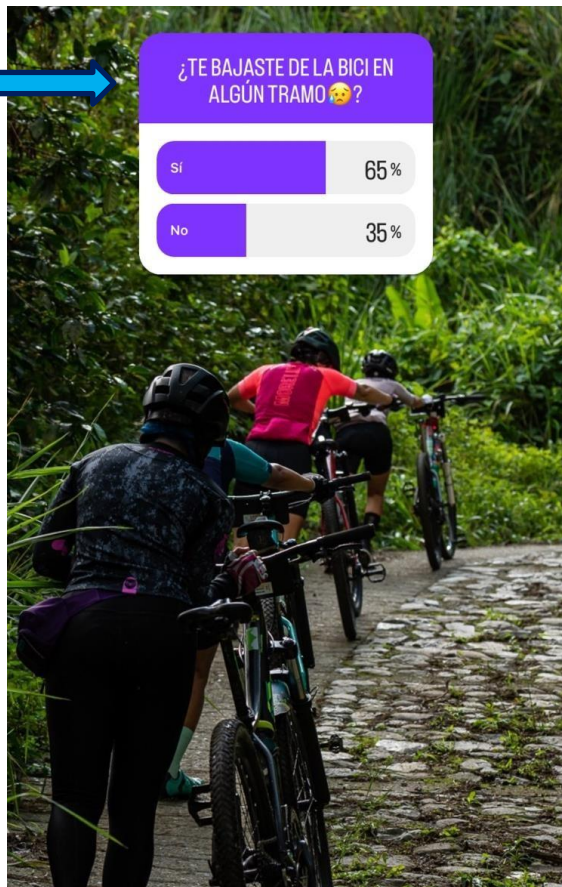
Muy exigente 84%

Adecuada/Normal 15%

Tranquila para mi 1%











Esta respuesta nos indica que la ruta estuvo dura en esta oportunidad



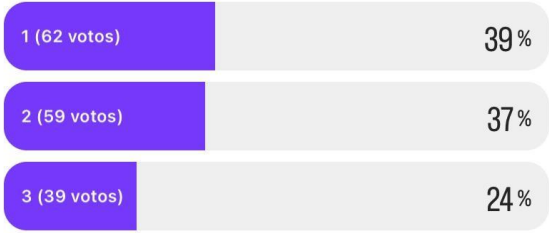
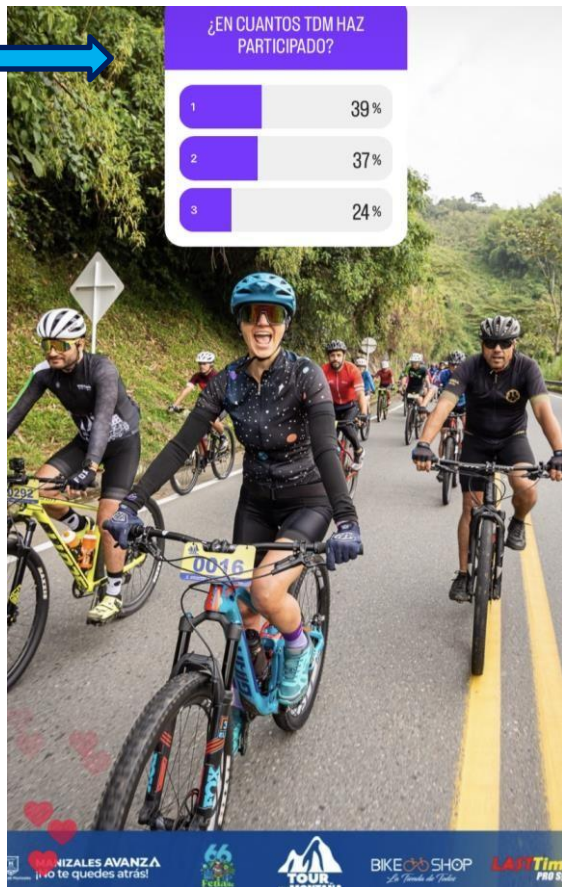
[Compartir resultados](#)

#### Votantes

-  **jhonjairo8832**  
Jhon Jairo gallego • votó "no" ... 
-  **carlosjgonzalezc**  
Carlos J González C • votó "sí" ... 
-  **lasttiming**  
Cronometraje Deportivo - PRO • votó "sí" ... 
-  **ricardo.andresg**  
Ricardo Andrés García Orozco • votó "no" ... 

Indica que el 35% de riders tuvo que hacer un tramo a pie, lo cuál se debe tener en cuenta para escoger el tramo de la próxima ruta.





[Compartir resultados](#)

**Votantes**

- 

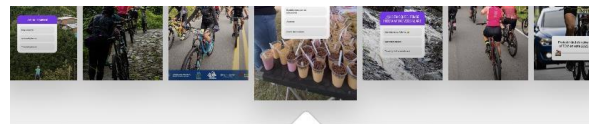
**carlosjgonzalez**  
Carlos J González C • votó "1"
- 

**lasttiming**  
Cronometraje Deportivo - PRO • votó "3"
- 

**lcastaeda**  
Luis Hernando Osorio Castaeda • votó "2"

Se percibe que el 24% de los encuestados son riders fieles a la marca, que el 39% son nuevos y el 37% repitieron evento.





Buenísimos por su ubicación (101 votos)

67%

Apenas (28 votos)

19%

Comí demasiado (22 votos)

15%

[Compartir resultados](#)

#### Votantes



**carlosjgonzalezc**

Carlos J González C · votó "buenísimos por su ubicación"



**lasttiming**

Cronometraje Deportivo - PRO · votó "buenísimos por su ubicación"



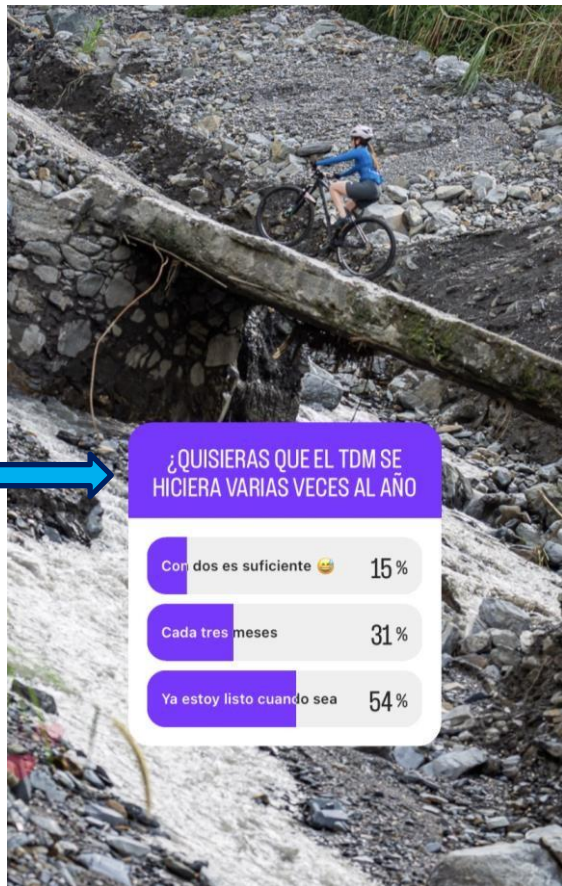
**ricardo.andresg**

Ricardo Andrés García Orozco · votó "buenísimos por su ubicación"



El 67% de los riders disfrutó al máximo toda la variedad de comida gratis de los puntos de hidratación, en algunos puntos se acabó rápidamente los comestibles, detalle para tener en cuenta.



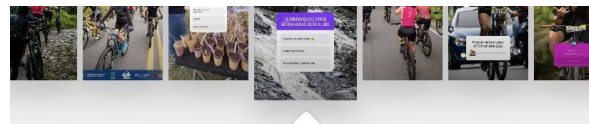


¿QUISIERAS QUE EL TDM SE HICIERA VARIAS VECES AL AÑO

Con dos es suficiente 😊 15%

Cada tres meses 31%

Ya estoy listo cuando sea 54%



Con dos es suficiente 😊 (25 votos) 15%

Cada tres meses (54 votos) 31%

Ya estoy listo cuando sea (93 votos) 54%

[Compartir resultados](#)

#### Votantes



**lasttiming**

Cronometraje Deportivo - PRO · votó "cada tres meses"



**ricardo.andresg**

Ricardo Andrés García Orozco · votó "con dos es suficiente 😊"



**lcastaeda**

Luis Hernando Osorio Castaeda · votó "ya estoy listo cuando sea"

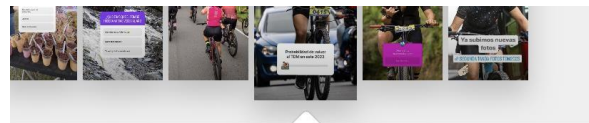


Importante para saber cuanto apoyó hay para el número de eventos que se programan al año.

Hasta la fecha se realizan 2 por año.


















Probabilidad de volver al TDM en este 2023



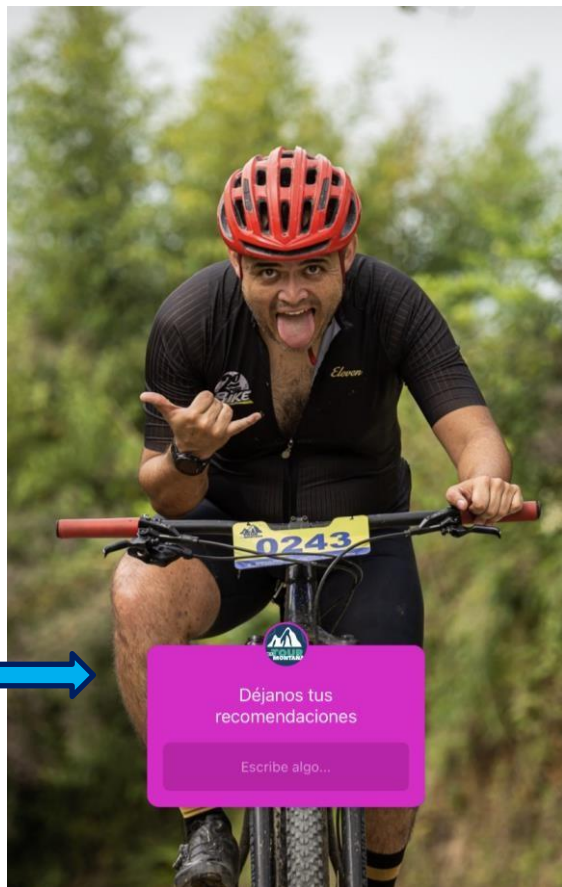
142 personas respondieron. Esta es la respuesta promedio.

### Respuestas

-  **jhonalexandercharalugo** Jhon Alexander...  
 ... 
-  **daniel.c.\_tabares** Daniel Camilo Tabares...  
 ... 
-  **lasttiming** Cronometraje Deportivo - PRO  
 ... 
-  **lcastaeda** Luis Hernando Osorio Castaeda  
 ... 
-  **mario\_oso** Mario Ramirez  
 ... 

La probabilidad fue de un 99%.

La percepción del TDM es un éxito rotundo.




Falto un poco de líquido para los últimos jajaja

Responder >

Clasificar las categorías por edad 🙄

Responder >

 maicolperez.13

Estare pendiente para participar se ve que fue un evento muy agradable

Responder >

 jairosanchez.s

Clasificar categorías

Responder >

 giraldusma

Jajajajajjaa que Pipe siga aplanando las subidas

Responder >


 david\_a\_pata

Mejorar la medalla, mejorar la señalización, enviar información previa de la ruta, enviar tracks

Responder >

 danigg22

Y aun así el tiempo les marcó menos.. de los que la hicimos completa.

 danigg22

Una ruta muy buena, pero no era nivel intermedio, hubo muchisísima gente que en la violeta se devolvió

Estas fueron algunas recomendaciones para tener en cuenta:

-Falta de agua para los rezagados

-Salidas por categorías



 oscar\_gaviria30

**No dejen de hacer eventos así 🦵**

Responder >

 julian.mog

**No entregar los regalos sin que hayan terminado por lo menos el 90 % de los riders**

Responder >

 juandcastellanosv

**Solo hizo falta CocaCola, recupera más rápido que el suerito. Pero en realidad fue perfecto lo del domingo**

Responder >

 edwin\_harold40

**La verdad todo estuvo de lujo**

Responder >

 jhonsanchezvillegas

**Participación x grupos para evitar abandonos... en la ruta.**

Responder >

 camilo\_sepulveda\_sanchez

**Tener agua en los puntos de hidratación**

Responder >

 fabioolarteborda

**Incorporen un pre party, antes del evento para calentar, con dj 🦵**

Responder >

 claudialuceros

**Cuadrar las salidas por categorías**

Responder >

 juansebastianog

**más que recomendaciones es agradecer por tan buenos eventos.**

Responder >

 santiago.pachon1

**Habian tramos de la ruta donde no habia controladores de trafico (regreso por la francia)**

Responder >

 malejaosorio\_

**Excelente evento**

Responder >

 jyayas

**Muy bien todo**

Responder >

 valentina\_g\_mz

**Mi única recomendación sería ampliar los cupos, así más compañero(a)s podrían participar.**

Responder >

 xime.marulanda

**Amo el TDM. me encanta este evento, excelentes rutas, organización, premios, puntos de hi**

Responder >

 danielgranadaparra

**Falto más agua en el punto de hidratacion en el zarzo muchos nos quedamos sin líquido de resti fullll**

Responder >

Estas fueron algunas recomendaciones para tener en cuenta

# Análisis de LOGO Según Paul Rand



## ¿Es distintivo?



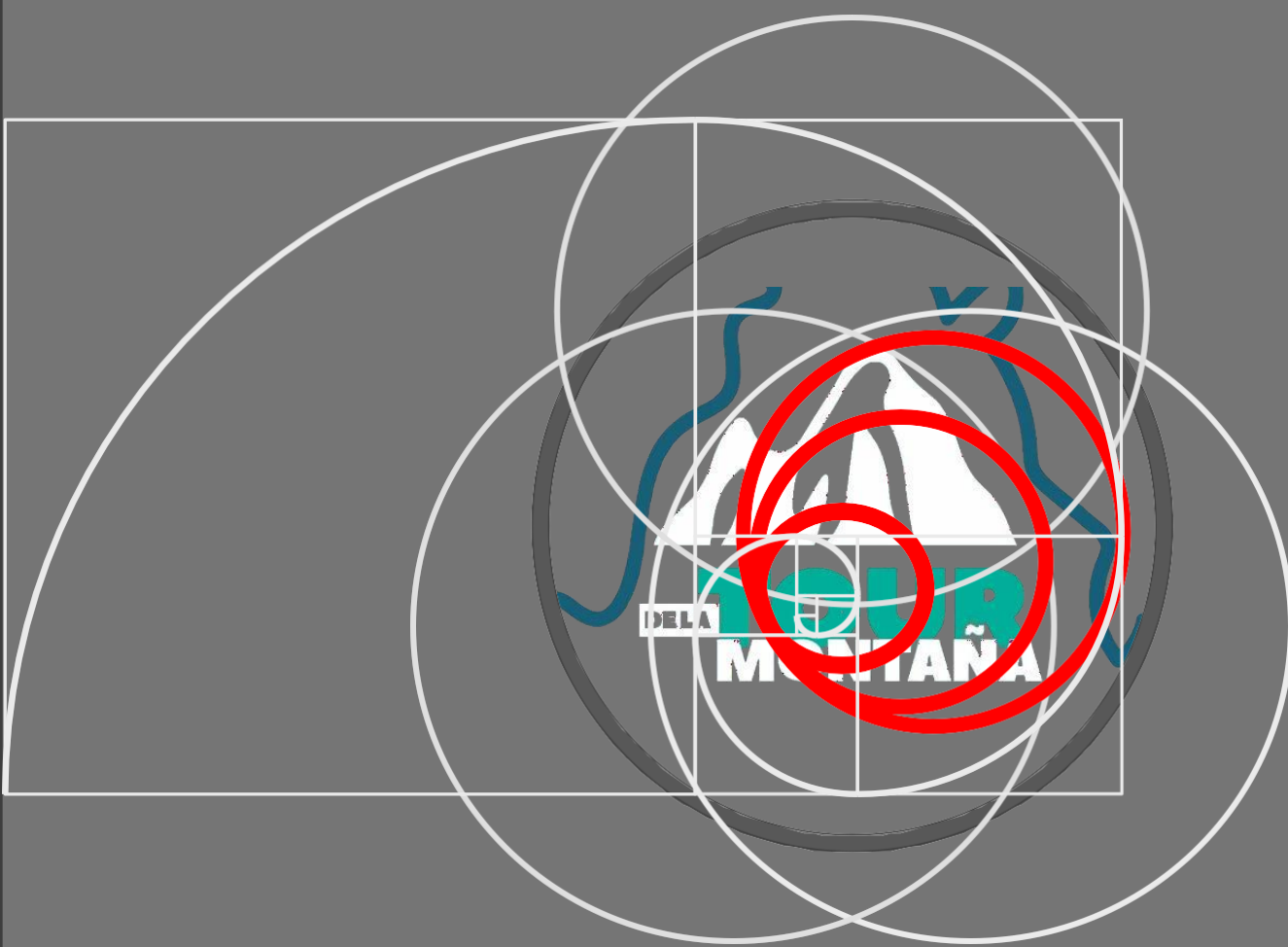
El logo si se distingue de los demás, utiliza colores que causan pregnancia a la vista, dan confianza, balance y causan contacto con la naturaleza. Es un logo limpio, divertido pero causa confusión en ocasiones se lee "de la tour montaña", se recomienda hacer ajustes.





## ¿Es Visible?

Se diferencia entre otros logos que contienen gráficos similares y se destaca por sus líneas, además contiene una figura imponente en el imago tipo que se asemeja a las rutas que se marcan en los mapas de los ciclistas.



La proporción áurea está presente en esta arquitectura de logo.

Es adaptable porque se permite multiplicar en artículos de merchandising y distintos aplicativos.





¿Es memorable?



El Tour de la Montaña es un evento que ha sido catalogado por mas de 1.000 ciclistas de la ciudad como el mejor evento de ciclismo local que se ha organizado, las personas lo recuerdan por su alto nivel de organización y lo tienen en sus mentes para cuando se vuelva a hacer, al igual que su logo es un evento memorable por estar a la altura, ser serio, profesional e innovador.



Quizás no sea **universal**, ya que en otros países lo pueden confundir con marcas de ropa o tour`s de senderismo u otras actividades propias de sus países, exceptuando ese punto podría ser universal por sus líneas lisas y fáciles de ver, analizar y leer, lo cual hace que llegue a la mente de inmediato para todo tipo de público.

Después de analizar todo estos puntos podemos llegar a la conclusión de que, SI, es simple, fácil de dibujar hasta para un niño, con mucha carga informativa, pero aún así sigue siendo simple.







# Plan de comunicaciones





# Objetivo del plan de comunicaCiones

Garantizar, que el TDM viva en todos los públicos a los que llegue, traspasando las fronteras de la ciudad donde nació.



# Estrategias



# El TDM se sale de la ruta

Llegar a las alcaldías del país, instituciones deportivas, marcas de ciclismo, de mercado deportivo y ofrecerles realizar este evento en sus territorios, lo que conllevará a que el público al que vaya dirigido muestre, gratitud, compras, emociones y una conexión cada vez mas grande con las marcas, lo que los llevará más lejos.



**Estrategia 1**



VIERNES

# LA PATRIA

| www.lapatria.com | @lapatriacom | facebook.com/lapatria.manizales | Afiliado a AMI

**El periódico de casa**



770599072686



Stefanía Gómez encendió la llama de los Intercolegiados. | 9 |

EDITORIAL

Alcaldía de Salamina lleva a sus ciudadanos el mejor evento de ciclismo del país

## Salamina, Sacudida por el paso del Tour de la Montaña



LEA HOY

CON mensaje de urgencia serían radicados proyectos de ley anticorrupción 2



# Brief para clientes





## BRIEF PARA CLIENTES

**Fecha de Solicitud:** 00/00/2023

**Compañía:** ALCALDÍA DE MEDELLIN



**DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO** (Descripción detallada del negocio. ¿Qué hacemos? ¿Para qué lo hacemos?)

**ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN** (Breve descripción de la situación actual de la marca y compañía. Descripción del comportamiento del mercado en términos de demanda, precios, tendencias, competencia, etc. Por favor incluir todo aquello que pueda convertirse en una amenaza u oportunidad para la comunicación el día del evento TDM)

**AUDIENCIAS - GRUPO OBJETIVO: CON QUIEN NOS VAMOS A COMUNICAR** (Breve descripción del target en variables demográficas: sexo, edad, NSE, Región, etc. Psicográficas: Estilo de vida, hábitos, intereses e inquietudes, etc.)

**OBJETIVOS** (Pueden ser de comunicación o mercado. Mercado: medibles. Comunicación: que debe recordar o entender la audiencia después de estar en contacto con el evento TDM. Los objetivos pueden detallarse según las audiencias definidas y los tiempos requeridos: corto – mediano y largo plazo)

**CUAL ES EL HOY DE LA MARCA EN EL MERCADO** (Describir las fortalezas y debilidades de la marca y/o el instituto)





**COMPETENCIA - REFERENTES** (Describir la competencia (en caso de que exista) directa o indirecta y referentes del mercado)

**PROPUESTA DE MENSAJE** (En una frase o serie de palabras definir el beneficio principal/diferencial/promesa/mensaje que se desea transmitir)

**UNA VEZ DESPLEGADA LA COMUNICACIÓN DEL EVENTO, QUE QUEREMOS QUE LAS AUDIENCIAS PIENSEN, SIENTAN, HAGAN y DIGAN:**

Audiencia: \_\_\_\_\_

Piensen	Sientan	Hagan	Digan

**En una breve frase resumir "MI EMPRESA/MARCA/INSTITUTO EXISTE PARA":**

**Presupuesto estimado:** Es importante tener el presupuesto estimado, así el TDM entenderá la necesidad, el alcance de la idea.

|GRACIAS!







Por medio del Brief el TDM puede saber las necesidades del cliente, lo que quiere comunicar con el evento y distintas variables, ya que el Tour no es solo un Tour, es una marca que transmite.

De esta manera se extienden las posibilidades y el mercado del evento, alcanzando reconocimiento fuera de las fronteras de su origen, cumpliendo con sus objetivos específicos.

# Responsabilidad social

Estrategia 2





Las placas usadas para el TDM son hechas en plástico, en todas las versiones se han usado solo una vez el día del evento, el Tour puede optimizar este artículo para que sea no solo reutilizable, si no útil y además sea un artículo de merchandising de esta forma, sacando el Tour de las las montañas y entrando a las casa, oficina, viajes de cada Rider, casi que de manera imperceptible, así construyendo un objeto de valor masivo y un triunfo casi inmediato, en un diseño exclusivo y de alto impacto.



**Estrategia 2**



Tablero cartuchera de plástico







También para los niños del Short Track..



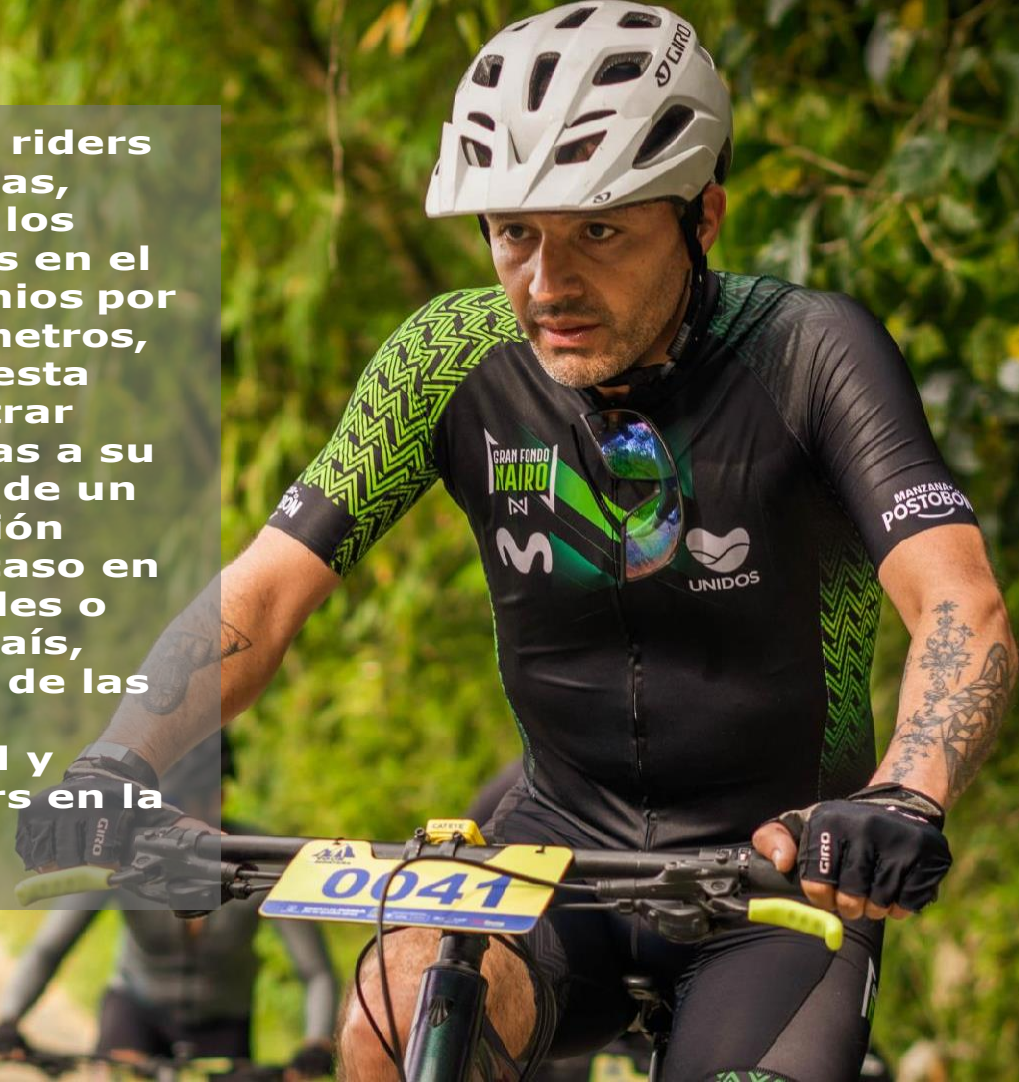
# Lanzamiento pagina WEB

Estrategia 3





En la página web los riders podrían hacer compras, llevar un registro de los kilómetros recorridos en el TDM y así ganar premios por acumulación de kilómetros, opinar en el foro de esta comunidad, y encontrar rutas nuevas cercanas a su ubicación por medio de un sistema de información geográfico, dado el caso en que estén en Manizales o cualquier parte del país, tengan a la mano datos de las rutas cercanas, su altimetría, dificultad y encontrar otros riders en la zona para montar.





# Rutas cerca de mi...



✓ Buscar al mover el mapa

Distancia  
**33,32 km**

Desnivel positivo  
**1.224 m**

Dificultad técnica  
**Moderado**

Desnivel negativo  
**1.752 m**

Altitud máxima  
**1.959 m**

Trailrank  
**99** ★ **5**

Altitud mínima  
**1.396 m**

Tipo de ruta  
**Solo ida**


Busca por zona de paso

Apple Mapas



Legal





**Los riders piden en cada oportunidad jerseys del TDM, esto además de darles la sensación de que pertenecen al TOUR, los hará sentirse orgullosos de participar y llevar a Tour en las rutas.**

**También saldrá ropa informal con diseños que podrán llevar en cualquier ocasión, incluso para ir a su trabajo u una tarde con amigos.**

**Marca TDM**



# Identidad corporativa en eventos





An aerial photograph of a dirt road winding through a dense, green forest. On the left side of the road, there is a large, white metal structure that appears to be under construction or a framework. Two cyclists are riding on the road; one is further ahead in a yellow shirt, and another is closer to the bottom center in a blue and purple shirt. The text is overlaid on a semi-transparent grey box in the center of the image.

**Manifiesto:**

**Darle play al video de la siguiente diapositiva**



An aerial photograph of a park area. In the foreground, a large, colorful sign reads 'MANANZALES' in multi-colored block letters, with 'esta de moda' written in smaller white letters below it. The sign is set on a concrete base. In the background, there is a circular fountain with a white railing, a white tent structure, and a green lawn. A yellow vehicle is visible on the right side of the image.

**Manifiesto**

**MANANZALES**  
esta de moda





Gracias =)





Universidad<sup>®</sup>  
Católica  
de Manizales

VIGILADA MINEDUCACIÓN

*Obra de Iglesia  
de la Congregación*



Hermanas de la Caridad  
*Dominicas de La Presentación*  
de la Santísima Virgen

*Universidad Católica de Manizales*  
Carrera 23 # 60-63 Av. Santander / Manizales - Colombia  
PBX (6)8 93 30 50 - [www.ucm.edu.co](http://www.ucm.edu.co)