

FABRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA

INFORME DE GESTION

**SUBGERENCIA DE MERCADEO Y VENTAS
ERIKA ALEXANDRA LOPEZ LERMA**

**VIGENCIA
2016 - 2020**

Junio 17 de 2020

**FORMATO UNICO
ACTA DE INFORME DE GESTIÓN
(Ley 951 de marzo 31 de 2005)**

1. DATOS GENERALES:

NOMBRE DEL FUNCIONARIO RESPONSABLE QUE ENTREGA	ERIKA ALEXANDRA LOPEZ LERMA
CARGO	DIRECTORA OPERATIVA
ENTIDAD (RAZÓN SOCIAL)	FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA
CIUDAD Y FECHA	MEDELLIN, 22 JULIO 2020
FECHA DE INICIO DE LA GESTIÓN	01 DE JULIO DE 2016
CONDICIÓN DE LA PRESENTACION	RETIRO <input checked="" type="checkbox"/> SEPARACIÓN DEL CARGO _____ RATIFICACIÓN _____
FECHA DE RETIRO, SEPARACIÓN DEL CARGO O RATIFICACIÓN	17 JULIO 2020

2. INFORME RESUMIDO O EJECUTIVO DE LA GESTIÓN:

El periodo de gestión inició el 01 de julio de 2016, en el área de Ventas donde realicé labores durante 2 meses, posteriormente me integro al área de mercadeo donde desarrollo mi labor como directora de la marca Ron Medellín durante el resto de la gestión.

Desde la dirección de la marca Ron Medellín desempeñé todas las funciones que esta amerita como estrategias publicitarias y de mercadeo alineadas con el plan cuatrienio, liderar los diferentes proyectos relacionados con la marca y nuevos productos, aprobación de piezas publicitarias y demás tareas del cargo. Adicionalmente se realizó con la supervisión de contratos designados por el gerente y demás funciones operativas del cargo.

Se comenzó con la creación del plan de mercadeo para el año 2017, ya que la anterior directora de mercadeo no dejó dicho plan, se inicia el plan de mercadeo con la nueva directora Stephanie Suárez en conjunto con toda el área de mercadeo. Dejando así dicho plan establecido y listo para su aplicación, este plan se encuentra en Archivo en la serie documental Plan de Mercadeo 2017, Dirección de Mercadeo Rad. 2017020034984.

También se deja radicado el plan cuatrienio creado como iniciativa del Subgerente de Mercadeo y Ventas, para el periodo 2016 – 2019. Estos dos documentos, son el soporte de la Gestión de la Dirección de Mercadeo.

Para darle continuidad al Plan Cuatrienio 2016 – 2019 e ir alineados con este, se da continuidad a la gestión con todos los proyectos que se desarrollaron para la marca, donde

lo que se pretendió fue fortalecer la marca Ron Medellín para ser la preferida por el consumidor y por el canal de distribución, a través de las campañas de comunicación, apoyo al canal y ampliación del portafolio para satisfacer los gustos y necesidades de nuestros clientes y consumidores. Para lograrlo nos basamos en el plan estratégico, manteniendo el liderazgo y la recordación de marca en la categoría y continuar siendo la marca con mayor participación de mercados.

El Plan Cuatrienio se encuentra en Archivo en la serie documental Plan Cuatrienio, Subgerencia de Mercadeo y Ventas. Rad. 2017020042845.

Se realiza la actualización del plan de mercadeo 2018 por parte de la nueva directora de mercadeo Juliana Giraldo Macías, ya que la anterior directora de mercadeo no dejó dicho plan radicado. Dejando así dicho plan establecido y listo para su aplicación, este plan se encuentra en Archivo en la serie documental Plan de Mercadeo 2018, Dirección de Mercadeo Rad. 2018020081143.

Para darle continuidad al Plan Cuatrienio 2016 – 2019 e ir alineados con este, se continuó con los proyectos planteados en este, donde se destacan los mas importantes durante mi gestión:

INNOVACIÓN:

- 1. NUEVA IMAGEN RON MEDELLIN 5 AÑOS SIN AZUCAR ADICIONADO:** Con este cambio de imagen lo que se hizo fue refrescar la marca, para darle mayor protagonismo debido a la tendencia del consumo de Ron en Colombia y realizar actualización de logo, textos legales y nueva forma del envase. Se lidera esta renovación desde la marca donde se realiza la validación de las propuestas de diseños, colores y muestras finales.
Estado: Se desarrollaron y se aprobaron todos los diseños correspondientes. Actualmente la nueva imagen de Ron Medellín Extra Añejo 5 Años ya se encuentran con registro Invima y disponible para la venta. Y se entregaron a todos los comercializadores los artes de la campaña para comunicar el cambio de imagen.
Observaciones: Los lanzamientos de esta nueva imagen se realizó de acuerdo a los inventarios que tenían cada uno de los comercializadores en sus zonas.

Anexo 1. NUEVA IMAGEN RON MEDELLIN 5 AÑOS

- 2. Nueva Imagen Tetra Prisma Ron Medellín añejo 3 años:** Con este cambio de imagen se logró refrescar la marca, para darle mayor protagonismo debido a la tendencia del consumo de Ron en Colombia y realizar actualización de logo y textos legales en dicho envase. Se lidera esta renovación desde la marca donde se realiza la validación de las propuestas de diseños, colores y muestras finales.
Estado: Se desarrolló y se aprobó diseño. Actualmente la nueva imagen de Ron Medellín Añejo 3 Años en presentación tetra prisma 260 ml y 1050 ml ya se encuentran con registro Invima y disponible para la venta. Ye entregaron a todos los comercializadores los artes de la campaña para comunicar el cambio de imagen.

Observaciones: Los lanzamientos de esta nueva imagen se realizará de acuerdo a los inventarios que tengan cada uno de los comercializadores en sus zonas.

Anexo 2. NUEVA IMAGEN TETRA RON MEDELLÍN AÑEJO 3 AÑOS

- 3. Nueva Imagen Vidrio Ron Medellín Añejo 3 años:** Con este cambio de imagen lo que se logró fue refrescar la marca, para darle mayor protagonismo debido a la tendencia del consumo de Ron en Colombia, se toma la decisión entonces de realizar actualización de envase y etiqueta, ya que esta presentación presentaba en su logo y textos legales una versión desactualizada, además, en cuanto al envase, la imagen era vista como antigua y/o vieja. Se lidera esta renovación desde la marca donde se realiza la construcción de toda la imagen de la nueva presentación desde el diseño del envase hasta la validación de las propuestas de diseños de etiquetas, colores y muestras finales.

Estado: Se desarrolló y se aprobó diseño. Actualmente la nueva imagen de Ron Medellín Añejo 3 Años en presentación vidrio 375 ml y 750 ml, ya se encuentran con registro Invima y disponible para la venta. Ya se entregaron a todos los comercializadores los artes de la campaña para comunicar el cambio de imagen. Para las presentaciones de 1000 ml y 2000 ml se realizó cambio de etiqueta, pero el envase se mantiene de la misma forma.

Observaciones: Los lanzamientos de esta nueva imagen se realizará de acuerdo a los inventarios que tengan cada uno de los comercializadores en sus zonas.

Anexo 3. NUEVA IMAGEN VIDRIO RON MEDELLÍN AÑEJO 3 AÑOS

- 4. PROYECTO CARIBE - RON MEDELLIN DORADO:** Se inició el proceso de revisar la posibilidad de tener un Ron con características de sabor dulce o macerado, teniendo así otra opción para el consumidor y un ron más joven para competir en mercados donde hay sensibilidad al precio. En este proyecto se unifican estas dos premisas buen precio y un sabor diferente. Se lidera este nuevo producto de manera global donde se validan cada uno de los componentes que interfieren para el desarrollo de este nuevo producto como validación de diseños, muestras, propuestas de envases, tapas, etiquetas, referencias comerciales, campaña de lanzamiento, etc.

Estado: Se desarrolló y se aprobó a través de un estudio Focus Group, en Medellín, Manizales y Bogotá, el sabor y la presentación de este producto. Se definió el nombre de Ron Medellín Dorado, actualmente este nuevo producto viene en presentación vidrio 375 ml y 750 ml, ya se encuentran con registro Invima y disponible para la venta. Ya entregaron a todos los comercializadores los artes de la campaña para comunicar el este nuevo producto. Se deja registro Invima aprobado para las presentaciones de treta en 260 ml y 1050 ml.

Observaciones: Se realiza lanzamiento en el mes de noviembre de 2018 y se inician las actividades de promoción en los diferentes canales en el mes de diciembre.

Anexo 4. NUEVO PROYECTO RON MEDELLÍN DORADO

- 5. PROYECTO CENTENARIO (RON MEDELLÍN CENTURIA 49 AÑOS – RON MEDELLÍN GRAN SOLERA):** Para la celebración del centenario de la FLA se planteó en tener dos versiones conmemorativas para la categoría de Ron Medellín, una de ellas es edición limitada y no comercial denominada **Ron Medellín Centuria 49 Años** de añejamiento; y para la edición limitada y comercial denominada **Ron Medellín Gran Solera 19 Años** de añejamiento en sistema solera. Se lidera este proyecto de manera global desde la marca Ron Medellín, donde se realizan las validaciones correspondientes a los diseños, muestras, propuestas de envases, tapas, etiquetas, estuches, referencias comerciales, campaña publicitaria, campaña de lanzamiento, etc. **Estado:** Se eligieron los diseños para envases, tapas, etiquetas y estuches para ambos productos, se tiene registro Invima de ambos productos. Se realizó la producción y la comercialización de ambos productos.
Observaciones: Lanzamiento en febrero de 2019.

Anexo 5. NUEVO PROYECTO CENTENARIO

6. Ingreso al Valle del Cauca con Ron Medellín.

Para incrementar las ventas de Ron Medellín ingresando a nuevos territorios donde hoy no hay distribución, se logra obtener permiso de introducción para poder comercializar el portafolio de Ron Medellín en el departamento del Valle del Cauca. Se realizan varias propuestas de Key Visual para la campaña de ingreso a este departamento.

Anexo 6. INGRESO AL VALLE DEL CAUCA CON RON MEDELLÍN

MANTENIMIENTO DEL POSICIONAMIENTO:

Campañas y Validadores

1. CAMPAÑAS RON MEDELLIN

Ron Medellín estuvo presente en diferentes celebraciones en fechas especiales y fiestas Nacionales, las cuales se encuentran soportadas en el *Anexo 7. CAMPAÑAS RON MEDELLIN*, con dichas campañas se implementaron estrategias digitales y de consumo a nivel nacional. Se vistieron las redes sociales, donde cada campaña tenía look en cada red social de la marca. Se realzaron algunos concursos digitales en algunas campañas específicas y temporadas con la marca.

Anexo 7. CAMPAÑAS RON MEDELLIN

2. VALIDADORES DE MARCA

- 1. VALIDADOR RON MEDELLÍN: PASABORDO:** La Subgerencia de Mercadeo y Ventas decidió hacer más fuerte la marca dentro de los consumidores jóvenes y de acuerdo a este segmento los géneros musicales y nuevos grupos tienen un impacto muy

valioso, pues se vuelven en validadores de marca que mueven el consumo de los productos. Por este motivo se toma como imagen de marca a la agrupación Pasabordo, pues esta representa los atributos de marca relevantes para Ron Medellín y el público joven, siendo así un gran apoyo para el posicionamiento de Ron Medellín en las redes sociales. Vigencia 2016-2017-2018

Anexo 8. PASABORDO CON RON MEDELLIN

2. VALIDADOR RON MEDELLÍN: WILFRAN CASTILLO

Desde la subgerencia de mercadeo y ventas, se decide que para Ron Medellín es importante tener un validador en la zona costa, y para ello se propone y se aprueba como validador de marca en el área digital al cantautor Wilfran Castillo, Es el cantautor colombiano con mayor número de éxitos. Sus más de 500 obras grabadas lo han convertido en uno de los más importantes y destacados autores de habla hispana. Artistas como Fonseca, Víctor Manuelle, Silvestre Dangond, Grupo SIAM, Martín Elías, Felipe Peláez, Eddy Herrera, Dread Mar, entre otros nacionales e internacionales, han hecho logrado éxitos importantes escritos de su puño y melodía. Es un artista que tiene buen manejo de redes sociales y un público cautivo de la zona costa. Se realiza apoyo desde la dirección de la marca para todo lo relacionado con la aplicación de marca y actividades programadas con el artista con Ron Medellín. Vigencia 2017-2018-2019.

Anexo 9. WILFRAN CASTILLO CON RON MEDELLIN

3. CAMBIO IMAGEN ESTUCHES PROMOCIONALES

Se realizó toda la gestión para cambiar la estructura de los estuches promocionales de Ron Medellín 5, 8 y 12 años y Crema de Ron Medellín, ya que el tamaño anterior era muy grande y ocupaba un gran porcentaje en los lineales de los puntos de venta. Por tal razón se decide ajustar las medidas para que se optimice el espacio en lineales.

Anexo 10. CAMBIO IMAGEN ESTUCHES PROMOCIONALES

4. PARTICIPACIÓN EN EL MONDE SELECTION Y EN ITQI

Se realiza envío de todo el portafolio de la categoría de Ron Medellín para participar en los dos concursos más importantes en la categoría de licores a nivel mundial, en donde cada producto enviado tuvo un galardón. Al conocer la noticia, implementamos una comunicación en prensa, revistas, vallas, radio y redes sociales. Y gracias a la acogida de los medios logramos obtener FreePress con esta noticia.

MONDE SELECTION ABRIL 2017	ITQI JUNIO 2017
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ron Medellín añejo- Plata ▪ Ron Medellín Extra Añejo 8 Años- Oro ▪ Ron Medellín Extra añejo 5 años Sin Azúcar Adicionado- Oro ▪ Crema de Ron Medellín 8 años- Gran Oro ▪ Ron Medellín Gran Reserva 12 años- Gran Oro 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ron Medellín añejo 3 años- 2 estrellas de Oro ▪ Ron Medellín Extra añejo 5 años Sin Azúcar- 2 estrellas de oro ▪ Ron Medellín Extra Añejo 8 Años- 3 estrellas de Oro ▪ Ron Medellín Gran Reserva 12 años- 3 estrellas de oro ▪ Crema de Ron Medellín- 3 estrellas de Oro

Anexo 11. PREMIOS MONDE SELECTION Y PREMIOS ITQ!

Anexo 12. INFORME FLOW CHART MONDE SELECTION

5. CAMPAÑA INTERNACIONAL

Siendo conscientes de las necesidades del mercado internacional para comunicar asertivamente la marca para Ron Medellín, es fundamental contar con una campaña que cumpla las diferentes características o requerimientos internacionales, debido a que la comunicación es diferente en cada país, por tal razón se decide realizar una campaña que cumpla con comunicar un mensaje para los colombianos en los países donde tenemos participación y para los nativos de esos países, invitándolos a probar un nuevo sabor en la categoría de Ron.

Estado: Aprobada, pendiente de implementación por el área de Negocios Internacionales.

Anexo 13. CAMPAÑA INTERNACIONAL RON MEDELLÍN

6. CAMBIO DEL SLOGAN DE RON MEDELLÍN

Teniendo en cuenta la importancia de fortalecer y crecer en la categoría de Ron, se decidió hacer una revisión del slogan que se tenía, el cual, de acuerdo al análisis, no cumplía con lo que se quería reflejar del producto pues hablaba de “La esencia de un buen ron”, el cual se quedaba corto con la calidad y el status de nuestros productos. Adicionalmente, estaba diagramado como si fuera un logo, lo cual, de acuerdo a mi concepto como directora de la marca Ron Medellín y en conjunto con la directora de mercadeo y la recomendación de la agencia no debería ser así, pues se le están presentando muchos logos al consumidor y puede generar confusiones, el logo que debe prevalecer es el de Ron Medellín. El producto entonces adoptó el eslogan “La Esencia del Mejor”.

Anexo 14. CAMBIO DE SLOGAN DE RON MEDELLÍN

7. MANUAL DE MARCA RON MEDELLÍN

Se realiza actualización del manual de marca para Aguardiente Antioqueño con el objetivo de manejar una misma comunicación e imagen.

Anexo 15. MANUAL DE MARCA RON MEDELLÍN

8. MATERIA DE MARCA: Calendarios, cuaderno, portavasos, lapiceros y agendas ecológicas AA alusivos a la conmemoración de los 100 años de la FLA


Con la imagen de marca de Ron Medellín se realizó un calendario de escritorio y de pared, cuaderno, portavasos, lapiceros y agendas ecológicas alusivos al centenario de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia.

Anexo 16. CALENDARIO Y CUADERNO RON MEDELLÍN 100 AÑOS

DIGITAL


FACEBOOK

Crecimiento de fans

	Fans de 2016	96.000
	Fans de 2020 (a junio)	138.238
	FANS GANADOS	42.238
	CRECIMIENTO	44%


INSTAGRAM

Crecimiento de seguidores

	Seguidores de 2016	2.463
	Seguidores de 2020 (a junio)	19.191
	SEGUIDORES GANADOS	16.128
	CRECIMIENTO	679%

TWITTER

Crecimiento de seguidores

	Seguidores de 2016	589
	Seguidores de 2020 (a junio)	1.900
	SEGUIDORES GANADOS	1.311
	CRECIMIENTO	223%

Anexo 17. INFORME REDES SOCIALES RM

1. CONCURSOS DIGITALES RON MEDELLÍN

Durante el año 2017 se realizaron 5 concursos con la marca Ron Medellín, esto con el fin de dinamizar las redes sociales de la marca. Este tipo de estrategias generan posicionamiento de marca, acercamiento con el consumidor final y engagement:

- **CONCURSO AMOR Y AMISTAD:** Este concurso se realizó con el fin de generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca. Se aumentaron más de 190 seguidores en Instagram y generando más de 850 interacciones en esta red social. Esta actividad consistía en que 5 amigos se unían para comentar en el menor tiempo posible en el post designado para el concurso y así ganarse cada uno una botella 750ml de RM 5 años. Fueron 5 grupos los ganadores de esta actividad.
- **CONCURSO HALLOWEEN:** Este concurso se realizó con el fin de generar engagement y aumentar fans en Facebook, logrando así más de 150 interacciones en esta red social. Esta actividad consistía en que los fans debían adivinar cuál era la película de terror que se plasmaba en la pieza, fueron 10 publicaciones de concurso y cada una tenía un ganador, el cual obtenía por parte de la marca una botella 750ml de RM 5 años y otra de RM 3 años.

- **CONCURSO PASABORDO - DESCONECTA2:** Esta actividad se realizó en conjunto con los validadores de la marca Pasabordo, ya que estaba cerca la realización del concierto Desconecta2. Este concurso logró aumentar más de 120 seguidores en Instagram y más de 240 interacciones en la misma red social de la marca. La actividad consistía en que los usuarios debían comentar, etiquetar a una persona con la que deseaban ir al concierto de Pasabordo y así participar por un pase doble y una botella de RM 5 años. Los ganadores fueron elegidos por medio de una aplicación llamada Random Name Picker, la cual elige aleatoriamente usuarios.
- **CONCURSO NAVIDAD:** Esta actividad tuvo como fin generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca (Facebook e Instagram) en alianza con el validador de marca digital Wilfran Castillo. Se aumentaron más de 615 fans en Facebook con más de 1.670 interacciones en esta red social y con un incremento de más de 2.615 seguidores en Instagram. El concurso consistía en que las personas debían de subir un vídeo cantando la canción "Mi bendición eres tú" de Wilfran Castillo con presencia de una botella de RM. El ganador era la persona que obtuviera más Likes, Reproducciones y comentarios en la publicación de la actividad, llevándose así una fiesta en su casa con Wilfran Castillo el 24 de diciembre.
- **CONCURSO PADRES:** Para el mes de padre se planteó una actividad de concurso a través de Instagram. Facebook fue la red social repositoria de contenido y de tráfico a la red social de concurso. Se realizaron en total 7 publicaciones, entre ellas 3 de pauta. La actividad se llevó a cabo del 13 al 20 de junio. La actividad fue bastante sencilla: subir una foto a Instagram y en la descripción poner por qué papá tiene #LaEsenciaDelMejorPapá, la foto con más likes, resultaron ganadores. Fueron en total 24 etiquetas de #LaEsenciaDelMejorPapá de los cuales salieron los ganadores de la actividad.

Durante el año 2018 se realizaron 9 concursos con la marca Ron Medellín, esto con el fin de dinamizar las redes sociales de la marca. Este tipo de estrategias generan posicionamiento de marca, acercamiento con el consumidor final y logra un alto engagement:

- **DÍA DE LA MUJER:** Este concurso se realizó con el fin de generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca. Esta actividad consistía en etiquetar a 3 amigas en la publicación del Giveaway y cada una debía responder al comentario de su amiga contando por qué se considera una mujer #SuaveYConCarácter usando este Hashtag. Las amigas etiquetadas también debían seguir a Ron Medellín en Instagram, y en cada comentario debían etiquetar a @conronmedellin y usar el Hashtag #SuaveYConCarácter. El jueves (08) de marzo se eligieron a las 4 las ganadoras de manera aleatoria con la herramienta Randon Name Picker. El premio fue una botella de Crema de Ron Medellín 8 años 750 ml + dos copas.

- **MURAL RON MEDELLIN – FLA:** Este concurso se realizó con el fin de generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca. La mecánica consistía en incentivar a los seguidores a tomarse una foto en el mural con sus amigos, la foto más creativa ganaba. El premio para Ron Medellín fue 20 botellas de Ron Medellín 5 años 375 ml.
- **DÍA DE LAS MADRES GIVEAWAY:** Este concurso se realizó con el fin de generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca. Se entregaron 5 pases dobles para una cata de ron con la Esencia del Mejor en celebración del día de la madre. El concurso se hizo por medio de historias de Instagram, la mecánica consistió en las que se hace una pregunta y la primera pregunta que responda, gana instantáneamente un pase doble.
- **DÍA DE LA MADRE CON RON MEDELLIN Y WILFRAN CASTILLO ZONA COSTA:** Este concurso se realizó con el fin de generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca. La mecánica era grabar un video con tu mamá dedicándole una de las canciones de Wilfran Castillo. Ganó el video con mayor número de interacciones y cumpliera los requisitos solicitados. El premio fue una cena para ella y tres personas, un día de SPA para dos personas, una serenata virtual cantada por Wilfran Castillo.
- **DÍA DEL PADRE MUNDIALISTA GIVEAWAY:** Este concurso se realizó con el fin de generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca. Los seguidores comentaron en una publicación de @conronmedellin etiquetando a dos personas contando porqué su papá es el más campeón. Se entregaron 5 pases dobles para una cata de ron con la Esencia del Mejor.
- **AMOR Y AMISTAD CON RON MEDELLÍN:** Este concurso se realizó con el fin de generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca. Cada pareja participante, debía publicar un video o una foto, respondiendo a la pregunta: *¿Por qué #CompartimosLaEsenciaDelMejor?* Las parejas ganadoras fueron cinco en total y disfrutaron de una cena romántica en Sinkobar Medellín + botella de Ron Medellín 5 años, el sábado 15 de septiembre.
- **HALLOWEEN CONCURSO GENERAL:** Este concurso se realizó con el fin de generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca. Nuestros seguidores debían escribir el nudo y desenlace de una historia de terror que nosotros en un post dejamos iniciada. Las historias más coherentes, creativas y que cumplieran con los parámetros de participación fueron filtradas y posteriormente seleccionadas

como ganadoras. 12 ganadores cada uno ganó 1 botella de Ron Medellín 5 años 750 ml con kit de material merchandising.

- **HALLOWEEN CONCURSO ENTREGA INMEDIATA:** Este concurso se realizó con el fin de generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca. Nuestros seguidores debían escribir la respuesta correcta en los post de acuerdo los diferentes retos planteados para Halloween, la elección fue aleatoria a los que acertaron en cada reto. Fueron 9 ganadores cada uno ganó 1 botella de Ron Medellín 5 años 750 ml con kit de material merchandising.
- **NAVIDAD CON RON MEDELLÍN DORADO:** Este concurso se realiza con el fin de generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca. El concurso es en las tres redes sociales Facebook, Instagram y Twitter, en cada una de estas redes se hacen concursos denominados RETOS RONEROS. Donde se realizan diferentes preguntas sobre Ron Medellín Dorado y quienes acierten ganan.

Para los anexos Consultar la carpeta informe concursos 2018 que reposa en el archivo en la sección Dirección de mercadeo (103.211) y la subserie informes de gestión (103211-03.01).

Durante el año 2018 se realizaron 4 concursos con la marca Ron Medellín, esto con el fin de dinamizar las redes sociales de la marca. Este tipo de estrategias generan posicionamiento de marca, acercamiento con el consumidor final y logra un alto engagement:

- **CONCURSO TRIVIA FUTBOLERA:** Este concurso se realizó con el fin de generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca. El concurso se realizó a través de Facebook y Twitter (4 y 2 respectivamente), se premiaron a 60 ganadores cada uno con 1 botella de Ron Medellín 8 años con kit de material merchandising.
- **CONCURSO FERIA DE FLORES:** Se realizaron dos concursos en donde invitamos a la conversación en redes, al uso del hashtag #LaEsenciaDelMejor y a su vez a crear contenido por parte de los usuarios en Facebook y Twitter 30 ganadores por red, en total se entregaron 120 botellas de Ron Medellín Dorado con kit de material merchandising.
- **CONCURSO DIA INTERNACIONAL DEL RON:** Este concurso se realizó con el fin de generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca. Convocamos a toda nuestra comunidad en Facebook para que comentaran cómo celebrarían el Día Internacional del Ron utilizando el hashtag #LaEsenciaDelMejor. Los primeros 10 comentarios con más interacciones ganaban un pase doble para asistir al Tour Flantástico + 2 botellas de Ron Medellín Dorado + merchandising de la marca.

- **CONCURSO HALLOWEEN:** Este concurso se realizó con el fin de generar más engagement en los seguidores de la cuenta @conronmedellin e incrementar los seguidores y fans en las redes sociales de la marca. Nuestros seguidores tuvieron la oportunidad de participar en las 3 redes sociales en donde se entregaron 5 premios en cada una, cada premio consistió en 2 botellas de Ron Medellín Dorado 750 ml con kit de material merchandising.

Anexo 18. INFORME CONCURSOS 2019 RM

2. CONCURSO LAS 5 MUCHACHITAS RON MEDELLÍN

Para darle mayor fuerza a el lanzamiento de la nueva imagen de Ron Medellín Extra Añejo 5 años Sin Azúcar Adicionado a nivel nacional, se realizó una estrategia digital con la colaboración del canta-autor Wilfran Castillo en el año 2017, donde lideré toda la actividad, la cual nos permitió hacer difusión digital de este nuevo producto especialmente en la costa con un acertado despliegue en redes. Se realizó evento de lanzamiento conjuntamente con la final de este concurso en el marco del Carnaval de Barranquilla.

Anexo 19. CONCURSO RON MEDELLÍN #LAS5MUCHACHITASCARNAVAL

3. LOOK REDES SOCIALES RON MEDELLÍN

Se realizan aplicaciones en las redes sociales de la marca para las principales fechas especiales. Se anexan las aplicaciones que se realizaron para Vacaciones, Día de la Mujer, Madres, Padres, Colombia Moda, Feria de Flores, Amor y Amistad, Halloween, Nuevo Producto Ron Medellín Dorado, Navidad, entre otras en los años 2017, 2018, 2019 y 2020.

Anexo 20. LOOK REDES RM

3. SITUACIÓN DE LOS RECURSOS:

A. Recursos Financieros:

N/A

B. Bienes Muebles e Inmuebles

N/A

DETALLE DE LAS CUENTAS BANCARIAS Y TÍTULOS VALORES

N/A

RELACIÓN DE INVENTARIOS

ERIKA ALEXANDRA LÓPEZ LERMA				
Placa Vieja	Placa Nueva	Descripción Artículo	Marca	Serial
	F007357	SILLA TELA NEGRA C/BRAZOS GIRATORIA	N/A	
	F007275	PORTÁTIL, LECTOR CD/DVD, MOUSE	LENOVO	
	F000277	TELÉFONO	ALCATEL	

4. PLANTA DE PERSONAL:

N/A

5. PROGRAMAS, ESTUDIOS Y PROYECTOS:

N/A

6. OBRAS PÚBLICAS

N/A

7. EJECUCIONES PRESUPUESTALES:

N/A

8. CONTRATACIÓN:

2016

NÚMERO DE CONTRATO	FECHA	NOMBRE CONTRATISTA	MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	OBJETO DEL CONTRATO	VALOR CONTRATO	NOMBRE INTERVENTOR	EJECUTADO	EN PROCESO
2016SS330021	22/08/2016	Consortio Licollano S.A.S.	Vinculación publicitaria	Vinculación publicitaria en actividades promocionales en las fechas especiales y en las fiestas aniversarias a realizarse en el departamento de Guainía en el 2016	\$ 24.880.100	ERIKA ALEXANDRA LOPEZ LERMA	X	
4600005359	17/06/2016	Grupo Litoral S.A.S.	Vinculación publicitaria	Vinculación publicitaria y activación de marca con el portafolio de la FLA en la versión XII del Green Moon Festival y el Festival Folclórico Cultural y deportivo, Islas de Providencia y Santa Catalina 2016 en la Isla de San Andrés. Evento que se llevará a cabo desde el 21 hasta el 26 de Junio del 2016 y desde el 17 hasta el 19 de Septiembre del 2016	\$ 120.000.000	ERIKA ALEXANDRA LOPEZ LERMA	X	

NÚMERO DE CONTRATO	FECHA	NOMBRE CONTRATISTA	MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	OBJETO DEL CONTRATO	VALOR CONTRATO	NOMBRE INTERVENTOR	EJECUTADO	EN PROCESO
				respectivamente, en el departamento de San Andrés durante el año 2016				
4600005550	26/07/2016	Montajes Prosonido S.A.S.	Prestación de servicios	Prestar el servicio de operación logística para realizar los eventos de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia en las fiestas tradicionales a celebrarse en los municipios de Antioquia y eventos pequeños. Grupo N°1	Hasta \$1.188.789.773	ERIKA ALEXANDRA LOPEZ LERMA - JOHNAIRO MENA OCAMPO	X	
2016SS330018	12/07/2016	Consortio Licollano S.A.S.	Vinculación publicitaria	Vinculación publicitaria en actividades promocionales en las fechas especiales y en las fiestas aniversarias a realizarse en el departamento de Arauca en el 2016, de conformidad con la propuesta presentada por el comercializador	\$ 125.714.530	ERIKA ALEXANDRA LOPEZ LERMA - REEMPLAZADA POR JULIANA GIRALDO MACIAS	X	

2017

NÚMERO DE CONTRATO	FECHA	NOMBRE CONTRATISTA	MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	OBJETO DEL CONTRATO	VALOR CONTRATO	NOMBRE INTERVENTOR	EJECUTADO	EN PROCESO
4600005550	26/07/2016	Montajes Prosonido S.A.S.	Prestación de servicios	Prestar el servicio de operación logística para realizar los eventos de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia en las fiestas tradicionales a celebrarse en los municipios de Antioquia y eventos pequeños. Grupo N°1	Hasta \$1.606.789.773	ERIKA ALEXANDRA LOPEZ LERMA - JOHNAIRO MENA OCAMPO	X	
4600006152	29/12/2016	INMCOR GROUP S.A.S.	Suministro	Suministrar estuches para empaquetar diferentes productos de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia	Hasta \$1.636.411.882	ERIKA ALEXANDRA LOPEZ LERMA - ERIKA ROTHSTEIN GUTIERREZ	X	

9. REGLAMENTOS Y MANUALES

Algunos de los procesos de la Subgerencia de Mercadeo y Ventas se rigen por el instructivo de Publicidad vigente publicado en Isolution.

10. CONCEPTO GENERAL:

En la Dirección de la marca Ron Medellín, donde el reto principal era recuperar el posicionamiento y presencia de la marca a nivel nacional, ya que venía perdiendo esto en

los últimos años, por esta razón la marca tuvo un pilar muy importante y es que Ron Medellín se convirtiera en la mejor compañía para disfrutar un sabor con *La Esencia Del Mejor*, ese placer de disfrutar un momento de recompensa o gratificación que otorga este producto. Todo esto para volver a estar presente en la mente de los consumidores, que para el caso del departamento de Antioquia estaba con muy poca participación de acuerdo a los lineamientos de administraciones anteriores. Gracias a este pilar y al lineamiento de la administración actual, este posicionamiento y presencia de marca volvió a notarse, gracias a la gran cantidad de estrategias implementadas en diferentes formatos y espacios, como el plan de medios para la marca, estrategias de rotación y presencia de marca establecidas para todos los canales, manejo adecuado de las redes sociales y concursos que incitaron al consumo de Ron Medellín desde plataformas digitales. Actividades BTL teniendo presencia en todos aquellos eventos que generaran satisfacción, exclusividad, disfrute, tranquilidad, acompañamiento, intimidad, que a nivel de comunicación hacen que los consumidores sepan que la marca está presente para vivir y disfrutar de esos momentos llenos de la esencia de Ron Medellín, lo que finalmente se traduciría en mayores ventas y por ende mayores ingresos para el departamento.

Es importante mencionar que Ron Medellín es a nivel nacional una de las principales marcas en el sector de licores, por lo que se vio necesario implementar estrategias de sostenimiento a los consumidores frecuentes y nuevas estrategias para cautivar público joven que va emergiendo a través de los años y que hoy día tienen mayores opciones de consumir licores de diferentes categorías, por eso se requiere que estos jóvenes se enamoren de la marca. Por lo anterior se pensó en que la mejor forma de llegar a este público objetivo sería a través de unos validadores de marca que además de ser vigentes permitieran captar la atención de nuestro público objetivo, por lo que desde la subgerencia de Mercadeo y Ventas se decidió darle continuidad a la agrupación Pasabordo hasta finalizar el contrato como validadores de la marca, y se vinculó a través de los comercializadores como validador digital al cantautor Wilfran Castillo, quien tiene mayor afinidad en la zona costa donde Ron Medellín tiene gran participación en los departamentos de esta zona, y además es líder del mercado es la categoría de Ronés. Adicional a esto se convocan diferentes influenciadores y food bloggers para que de manera orgánica realicen contenido sobre la marca, invitándolos a diferentes eventos que se programan con Ron Medellín.

Nuestros validadores de marca realizaron un despliegue de la marca a nivel nacional, en eventos y en redes sociales, lo que permitió aumentar los seguidores e interacciones en las redes sociales de la marca, generando así mayor posicionamiento y recordación de marca a través de diferentes publicaciones, menciones, concursos y demás acciones que se requerían desde la marca.

Se continúa con el relanzamiento de Ron Medellín Extra Añejo 5 Años Sin Azúcar Adicionado a nivel nacional, para darle un giro importante a este producto que venía teniendo una mala percepción del consumidor, ya que la botella inicial tenía la forma similar a la botella de Ron Medellín 3 años, y esto generaba confusión al momento de compra. Adicional a esto se realizan diferentes actividades para promover el resto de productos del portafolio de Ron Medellín.

Se continúa comunicando los premios obtenidos para Ron Medellín en 2017 a nivel internacional como el International Quality Institute Since 1961 Monde Selection donde se

obtuvieron distinciones **Gran Oro** para Crema de Ron Medellín 8 años y Ron Medellín Gran Reserva 12 años. **Oro** para Ron Medellín Extra Añejo 8 Años, Ron Medellín Extra añejo 5 años Sin Azúcar Adicionado y **Plata** para Ron Medellín Añejo 3 años. También se continua la comunicación de los premios obtenidos en el Instituto Internacional de Sabor & Calidad (iTQi) donde se galardonó a nuestra marca con **3 estrellas de Oro** para Ron Medellín Extra Añejo 8 Años, Ron Medellín Gran Reserva 12 años y Crema de Ron Medellín 8 años. **2 estrellas de Oro** para Ron Medellín Añejo 3 años, Ron Medellín Extra añejo 5 años Sin Azúcar Adicionado.

Continuando con el bloqueo del ingreso de Ron Viejo de Caldas a Antioquia, se decide realizarle muchísima más fuerza al producto Ron Medellín Extra Añejo 5 Años Sin Azúcar Adicionado, producto que logra competir directamente con Ron Viejo de Caldas, y que, gracias a su cambio de imagen, se logró posicionar fuertemente antes del ingreso de este competidor nuevo, adicionalmente se continúa dándole fuerza a todo el portafolio en los diferentes canales.

Se decide realizar nuevo proyecto para la categoría de Ron Medellín, uno de ellos es el Proyecto Caribe donde lo que se presente es tener un producto con un sabor dulzón, que sea suave y que no declare edad, ya que es un ron joven. Este proyecto se lleva a cabo para cautivar al consumidor que le gusta un sabor diferente invitando a las personas a que descubran un sabor diferente que amplía sus opciones. Este producto está dirigido a personas mayores de 18 años con un gusto por el ron dulzón, que lo ven como una opción para acompañar sus fiestas y que actualmente tienen preferencia por la competencia. Este producto lleva el nombre de Ron Medellín Dorado llega para hacer parte del Portafolio de Ron Medellín. Es el integrante más joven de la familia. Es un ron versátil, con una mezcla de rones entre 2 y 3 años, añejado en barriles de Roble americano. Con buen cuerpo, intenso aroma y un exquisito sabor con notas dulces. Es el producto con el cual se pretende hacer bloqueo al ingreso de Ron Viejo de Caldas al departamento de Antioquia, donde ha ganado participación en el mercado.

Otro proyecto es el cambio de imagen de Ron Medellín Añejo 3 años, para las presentaciones de Vidrio y Tetra. Este producto se renovó para cautivar a esos consumidores que veían a la marca como vieja o pasada de moda, ya que en las presentaciones anteriores aún contaban con el logotipo desactualizado. Las presentaciones inicialmente que tienen este cambio de botella y etiqueta son las de 375 ml y 750 ml en vidrio y para tetra cambia el diseño de la imagen en 1050 ml y 260 ml. Otro proyecto que se tiene en proceso es el cambio de la etiqueta de Crema de Ron Medellín.

11. FIRMA:



ERIKA ALEXANDRA LOPEZ LERMA
DIRECTORA OPERATIVA

ANEXO 1



*Ron
Medellín*

RON MEDELLÍN 5 AÑOS

CAMBIO DE IMAGEN



DISEÑO CAJA MASTER Y ESTUCHE



CAJA MASTER



ESTUCHE INDIVIDUAL

KEY VISUAL CAMPAÑA



KV INTERIOR



KV COSTA

IMPLEMENTACIÓN CANALES



IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA



LANZAMIENTO



ANEXO 2



*Ron
Medellín*

TETRA RON MEDELLÍN 3 AÑOS



OPCIÓN 1



OPCIÓN 2



OPCIÓN 3



OPCIÓN 4

Tetra Prisma RM



Se eligió la opción 1, Se envía arte para que sea adaptado en el plano mecánico del envase de Tetra Prisma.

CROMALÍN TETRA PRISMA



Para Ron Medellín 3 años TRETA se hizo un cambio de imagen obteniendo como resultado:



REGISTRO FOTOGRAFICO



KEY VISUAL NUEVA IMAGEN RON MEDELLÍN AÑEJO 3 AÑOS TETRA PRISMA



CONTIENE
1.05
LITROS
MÁS ECONÓMICO

Ron Medellín

ANENAMIENTO NATURAL

3 AÑOS

**NUEVA
IMAGEN
MISMO SABOR**

Ron Medellín
Añejo

LA ESENCIA DEL MEJOR

Vol. 35%
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD.
PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

Implementación de la campaña:



1.05 LITROS

Ron Medellín

ANIAMIENTO NATURAL

3

Ron Medellín
Añejo

LA ESENCIA DEL MEJOR

**NUEVA
IMAGEN**

MISMO SABOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

Implementación de la campaña:



Implementación de la campaña:



ANEXO 3



*Ron
Medellín*

VIDRIO RON MEDELLÍN 3 AÑOS



OPCIÓN 1



OPCIÓN 2



OPCIÓN 3



OPCIÓN 4

Ron Medellin



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

Etiqueta



Opción 1



Opción 2

Estado:

Se pidió el arte de la etiqueta para montarla en un dummy y tomar una decisión por parte de la Subgerencia de Mercadeo.



Etiqueta Opción 2

Estado:

Se toma la decisión que la opción 2 fue la ganadora y se solicitan artes para entregar a proveedores y hacer muestras con ajustes durante el proceso.

Para Ron Medellín 3 años se hizo un cambio de envase y etiqueta obteniendo como resultado:



REGISTRO FOTOGRAFICO



REGISTRO FOTOGRAFICO



KEY VISUAL NUEVA IMAGEN RON MEDELLÍN AÑEJO 3 AÑOS VIDRIO



**NUEVA
IMAGEN**
MISMO SABOR

 *Ron
Medellín*
Añejo

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

Implementación de la campaña:



 *Ron
Medellín
Añejo*

LA ESENCIA DEL MEJOR

**NUEVA
IMAGEN**
MISMO SABOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

Implementación de la campaña:



Implementación de la campaña:



ANEXO 4



Ron
Medellin
DORADO

NECESIDAD

AMPLIAR PORTAFOLIO

Ampliar portafolio de Ron Medellín en la línea base.

SABOR

Sabor dulce, producto diferente al ron seco (interior país). Un producto que compita directamente dentro de la categoría de rones dulces.

AÑEJAMIENTO

Un producto que no declare edad.



PRECIO

Un producto que compita directamente con RVC.

ENVASE Y ETIQUETA

Producto con diseño de botella y etiqueta modernas que respondan a las tendencias mundiales en licores.

EVALUACIÓN DE NUEVO PRODUCTO

PRUEBA DE PRODUCTO
RON 2-3 AÑOS

*A continuación se muestran los resultados de la Fase #1 para el diseño de empaque Ron Medellín 2-3 años. DIC 2017 – FEB 2018

Fuente: Consumer & Insights

ALTERNATIVA DE RON QUE PROBÓ Y LE GUSTÓ MÁS

RESPUESTA ÚNICA

- M1
- M2
- M3
- RON VIEJO DE CALDAS



P61. Podría decirme ¿Cuál de las alternativas de RONNES que probó le GUSTÓ MÁS? (Tener cuidado con la notación) (P%)

Y nuestro resultado...

 *Ron*
Medellin
DORADO

PRESENTACIONES

375 ml y 750 ml

SABOR

Notas dulces, sabor a vainilla, chocolate, frutos secos y caramelo.

AÑEJAMIENTO

Mezcla de 2 y 3 años

CAJA MASTER

375 ML X 30 UNDS
750 ML X 20 UNDS

EMBOSSING

Resalta el nombre del lugar de origen de producción del producto



Aroma

Un aroma con un dulzor alto de connotación a vainilla, Caramelo, chocolate, frutos secos y con toques de miel.

ENVASE

Botella transparente con un diseño moderno de acuerdo a las tendencias mundiales en licores. Exclusiva.

ETIQUETA

Diseño moderno en material adhesivo transparente que responde a las tendencias mundiales en licores.

PRECIO

Precio de venta competitivo frente a Ron Viejo de Caldas

Ron Medellín

El nuevo Ron Medellín Dorado llega para hacer parte del Portafolio de Ron Medellín.

Es el integrante más joven de la familia. Es un ron versátil, con una mezcla de rones entre 2 y 3 años, añejado en barriles de Roble americano. Con buen cuerpo, intenso aroma y un exquisito sabor con notas dulces.

- **Color:** es catalogado como un ron oscuro, con su intenso color dorado oscuro de gran belleza y riqueza.
- **En nariz:** es un ron supremamente aromático, notas muy marcadas de chocolate, vainilla, caramelo y frutos secos, por su estructura y por su mezcla se generan todos estos aromas.
- **En boca:** Entrega un suave sabor dulce, con toques de vainilla, chocolate, frutos secos, caramelo y miel, seguido de un cosquilleo sedoso.

Su recordación en nariz es dulce, y se corrobora en boca con un suave sabor dulce.

CONCEPTO

PRUÉBALO

NUEVO

 *Ron*
Medellin
DORADO



PRUÉBALO

Un sabor diferente
con notas dulces
que acompañan

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

OBJETIVO
PRINCIPAL

 *Ron*
Medellin
DORADO

QUÉ DEBEMOS HACER

NUESTRO OBJETIVO //

Lanzar nuestro nuevo
RON MEDELLÍN DORADO
invitando a las personas a que
descubran un sabor diferente
que amplía sus opciones.



A QUIÉN LE HABLAMOS

NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO //

Personas mayores de 18 años con un gusto por el ron dulzón, que lo ven como una opción para acompañar sus fiestas y que actualmente tienen preferencia por la competencia.



**NUESTRA
ESTRATEGIA**

 *Ron
Medellin*
DORADO



¿CÓMO LO HAREMOS?

Buscaremos que las personas prueben nuestro Ron Medellín DORADO y vivan la experiencia de nuestro sabor, enfocando nuestro lanzamiento **en un sampling diferente y sensorial que se active en todos los canales, enfocando la comunicación en la novedad y apetitividad.**

ESTRATEGIA
DIGITAL

 *Ron*
Medellin
DORADO

VIDEO EXPECTATIVA HISTORIA//



VIDEO EXPECTATIVA FACEBOOK - INSTAGRAM//



 *Ron
Medellin*
DORADO

UN NUEVO SABOR
TE CONQUISTARÁ
¡ESPÉRALO
Y PRUÉBALO!



LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHIBIDO EL CONSUMO DE BEBIDAS ENVAJAMIENTOS A MENORES DE EDAD. 30% VOL.



Ron
Medellin
DORADO

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHIBIDO EL CONSUMO DE BEBIDAS ENVAJAMIENTOS A MENORES DE EDAD. 30% VOL.

Ron
Medellin
DORADO



Ron Medellín

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENRIQUECIDAS A MENORES DE 18 AÑOS. 30% VOL.

EL NUEVO

Ron Medellín
DORADO

MARCARÁ
LA DIFERENCIA

LA ESENCIA DEL MEJOR



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENRIQUECIDAS A MENORES DE 18 AÑOS. 30% VOL.

Ron Medellín
DORADO

DEJA QUE LA VIDA
TE SORPRENDA CON

 *Ron*
Medellin
DORADO



LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PREGUNTE EL CONTENIDO DE BEBIDAS EMBUJADAS A MENOR DE 20% VOL.



 *Ron*
Medellin

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PREGUNTE EL CONTENIDO DE BEBIDAS EMBUJADAS A MENOR DE 20% VOL.

 *Ron*
Medellin
DORADO



Ron
Medellin
DORADO

UN NUEVO SABOR
PARA COMPARTIR
¡PRUEBALO!

Ron
Medellin
DORADO

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PREVENIR EL CONSUMO DE BEBIDAS ENBRIAGANTES Y HEVEMOS UN CEN...

PARA LOS QUE
DISFRUTAN
EL SABOR DE LA AMISTAD

Ron
Medellin
DORADO

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PREVENIR EL CONSUMO DE BEBIDAS ENBRIAGANTES A MENOS DE 18 AÑOS. 30% VOL.

Ron
Medellin
DORADO



DEJATE
CONTAGIAR DE DIVERSION

Ron
Medellin
DORADO

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES POLUCIONAL PARA LA SALUD. PREGUNTE EL CONTENIDO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A BEBIDAS DE EDAD. 30% VOL.



GOZA
AL RITMO DE

Ron
Medellin
DORADO

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES POLUCIONAL PARA LA SALUD. PREGUNTE EL CONTENIDO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A BEBIDAS DE EDAD. 30% VOL.

Ron
Medellin
DORADO

**PROPUESTA
DE MEDIOS
EXPECTATIVA**

 *Ron
Medellin*
DORADO

VALLA



PARADERO

Ron
Medellin
DORADO

PROPUESTA
DE MEDIOS

 *Ron*
Medellin
DORADO

PLAN DE MEDIOS

RADIO

PARADEROS DE BUSES

METRO DE MEDELLÍN

PRENSA

5 VALLAS (PROYECCIÓN)

INTERNET

PRENSA



REVISTA



Ron
Medellin
DORADO



PARADERO

VALLA



PROPUESTA
PIEZAS

 *Ron*
Medellin
DORADO



EXHIBICIÓN //
CANAL MODERNO

NUEVO

 *Ron*
Medellin
DORADO



PRUÉBALO

Un sabor diferente
con notas dulces
que acompañan

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

 *Ron*
Medellin

LATERALES //



COLLARIN//



PORTA PRECIOS //



CENEFAS //





CANAL
TAT //

 *Ron*
Medellin
DORADO

VOLANTE //



BANDERINES //



AYUDAVENTAS//



NUEVO

Ron Medellin
DORADO

Notas dulces que acompañan
LA ESNCIA DEL MEJOR

PRUÉBALO

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD.
PROHÍBASE EL CONSUMO DE BEBIDAS EMBRAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.



NUEVO *Ron Medellin*
DORADO

El nuevo Ron Medellin Dorado llega para hacer parte del Portafolio de Ron Medellin. Es el integrante más joven de la familia. Es un ron versátil, con una mezcla de rones entre 2 y 3 años, añejado en barriles de Roble americano. Con buen cuerpo, intenso aroma y un exquisito sabor con notas dulces.

- COLOR**
Es catalogado como un ron oscuro, con su intenso color dorado oscuro de gran belleza y riqueza.
- ENVASE**
Botella transparente con un diseño moderno de acuerdo a las tendencias mundiales en licores. Exclusiva para Ron Medellin.
- En NARIZ**
Es un ron supremamente aromático, notas muy marcadas de chocolate, vainilla, caramelo y frutos secos, por su estructura y por su mezcla se garientan todos estos aromas.
- En BOCA**
Entrega un suave sabor dulce, con toques de vainilla, chocolate, frutos secos, caramelo y miel, seguido de un cosquilleo sedoso. Su recordación en nariz es dulce, y se transforma en boca con un suave sabor dulce.
- ETIQUETA**
Diseño moderno en material adhesivo transparente que responde a las tendencias mundiales en licores.
- CAJA MASTER**
375 ml X 50 Unds.
750 ml X 20 Unds.
- PRESENTACIONES**
375 ml + 750 ml

LA ESNCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD.
PROHÍBASE EL CONSUMO DE BEBIDAS EMBRAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

Ron Medellin

AFICHE //



NUEVO

 *Ron Medellín*
DORADO

PRUÉBALO

Un sabor diferente con
notas dulces que acompañan

LA ESENCIA DEL MEJOR

PRECIO SUGERIDO

BOTELLA 750 ML

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHIBIDO EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE 18 AÑOS. 30% VOL.

 *Ron Medellín*

MÓVIL //



Medellin

MÓVIL //



NUEVO

Ron Medellin
DORADO

PRUÉBALO

Un sabor diferente con notas dulces que acompañan

LA ESENCIA DEL MEJOR

© 2011 B&W. Todos los derechos reservados. B&W es una marca registrada de B&W. B&W es una marca registrada de B&W. B&W es una marca registrada de B&W.



NUEVO

Ron Medellin
DORADO

PRUÉBALO

Un sabor diferente con notas dulces que acompañan

LA ESENCIA DEL MEJOR

© 2011 B&W. Todos los derechos reservados. B&W es una marca registrada de B&W. B&W es una marca registrada de B&W. B&W es una marca registrada de B&W.

Ron Medellin

FLANGER //



CANAL
ON //

 *Ron*
Medellin
DORADO

PREMIOS //
MERCHANDISING



*Imagen de referencia



Ron
Medellin

VOLANTE // AYUDAVENTAS



PORTAVASOS //



*Imagen de referencia



TENT CARD //



MEZCLADORES //



*Imagen de referencia

CARRO VALLA OPCIONAL SEGÚN LA ZONA//



LimoDORADO OPCIONAL SEGÚN LA ZONA//



BUS OPCIONAL SEGÚN LA ZONA//



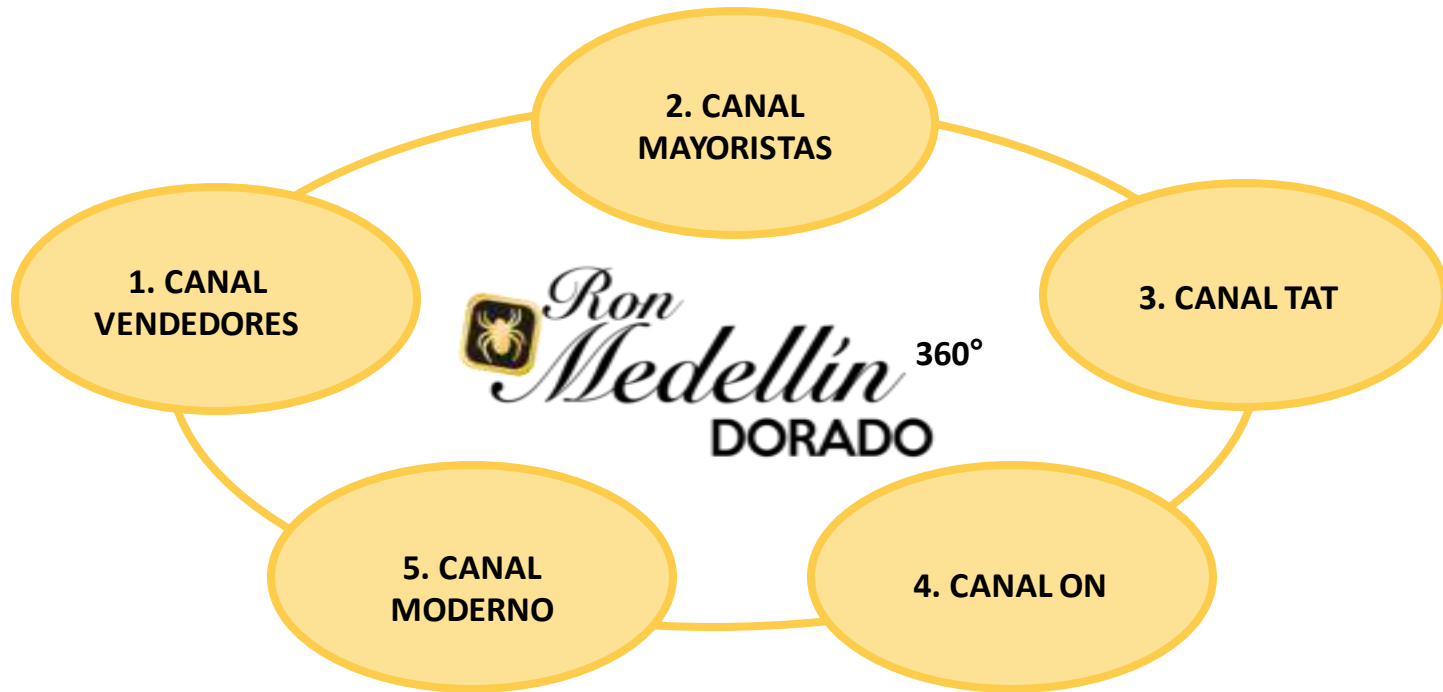
*Ron
Medellin*

CAMIONETA OPCIONAL SEGÚN LA ZONA//



PROPUESTA
ESTRATEGIA
360°

 *Ron*
Medellin
DORADO



Realizar actividades en los canales generando contacto directo a través de diferentes actividades.

1. CANAL VENDEDORES



 *Ron
Medellin*
DORADO

1. CANAL VENDEDORES

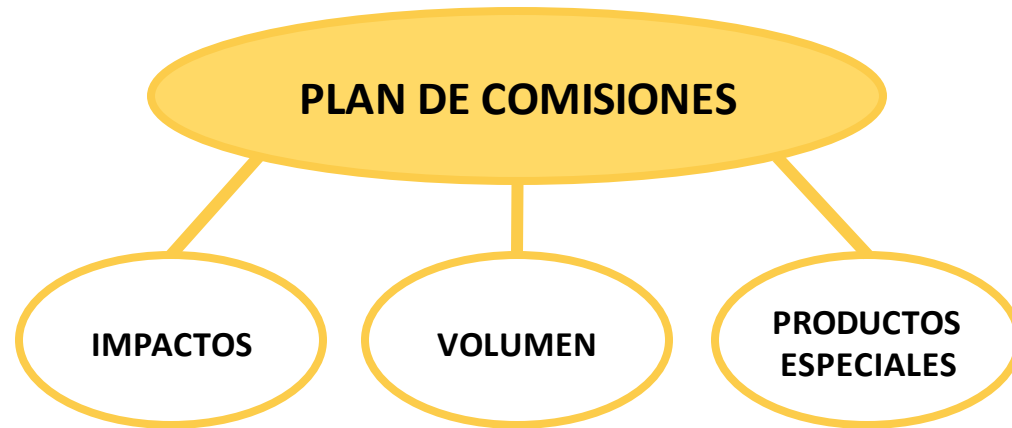
Composición de la fuerza de ventas

VENDEDORES	CANTIDAD
TAT - CANAL ON	17
POBLACIONES	11
MAYORISTAS	2
CANAL MODERNO	5
TOTAL	35

SUPERVISORES/SUPERNUMERARIOS	CANTIDAD
TAT - CANAL ON- POBLACIONES CERCANAS	2
POBLACIONES LEJANAS	1
CANAL MODERNO	1
SUPER NUMERARIO	2
TOTAL	6

TOTAL	41
--------------	-----------

1. CANAL VENDEDORES



1.1 IMPACTOS

- **OBJETIVO:** Realizar lanzamiento de este nuevo producto a la fuerza de venta de Antioquia, ya que a parte de tener un nuevo producto para competir con Ron Viejo de Caldas en sus zonas, su motivación principal será participar por la rifa de diferentes premios para los vendedores que logren impactar más del 80% de sus clientes con Ron Medellín Dorado en el canal TAT, POBLACIONES y CANAL ON.
- **Los vendedores podrán participar en la rifa por lograr sus metas en impactos (Codificación).**

1.1 IMPACTOS TAT, POBLACIONES y ON.

- **DURACIÓN:** 15 de noviembre al 31 diciembre.

VENEDORES	CANTIDAD
TAT - CANAL ON	17
POBLACIONES	11
TOTAL	28

PREMIOS PARA RIFAR CADA MES		PPTO TENTATIVO POR C/ITEM	TOTAL PPTO TENTATIVO POR PREMIO
PREMIO	CANTIDAD		
MOTOCILETA YAMAHA BWS X	1	8.000.000	8.000.000
TV 50"	3	2.300.000	6.900.000
MINICOMPONETE PORTABLE	4	1.300.000	5.200.000
1 CAJA DE RON MEDELLÍN DORADO 750 ML	10	581.000	5.810.000
TOTAL			25.910.000

- Se realizará una rifa con los vendedores que logren superar el 80% de impactos.
- Esta actividad se medirá basados en la totalidad de impactos por cada vendedor durante el mes de diciembre (La UT debe entregar el listado de vendedores con número de clientes para medir los impactos durante la actividad de Ron Medellín Dorado).
- El alcance y compromiso del operador es es entregar a la FLA informe semanal de la actividad.

1.1 IMPACTOS TAT, POBLACIONES y ON.

DINÁMICA

- **DURACIÓN:** 15 de noviembre al 31 diciembre
- **Reunión lanzamiento:** 3 de noviembre de 2018 (**entregar una botella de Ron Medellín Dorado a cada vendedor**).
- **Reunión Seguimiento:** 1 diciembre
- **Reunión premiación:** 5 de enero 2019
- En la reunión de premiación se realizará una rifa con los vendedores que logren superar el 80% de impactos, la UT entregará el listado de ganadores al operador para realizar la rifa. Los nombres de los vendedores participantes deberán ser ingresados en una urna para realizar la rifa al azar. La urna deberá estar brandeada con el logo de Ron Medellín Dorado.

El día que se realice la premiación se debe hacer de la siguiente manera:

- Se debe tener modelo para realizar degustación de Ron Medellín Dorado.
- El auditorio debe estar brandeado con la marca para celebrar dicha premiación.
- La rifa de los premios se debe realizar de la siguiente manera:
 1. Se rifa primero la motocicleta, para que todos los participantes tengan la misma posibilidad de ganársela.
 2. Continúan con la rifa de los televisores, minicomponentes y posteriormente con las 10 cajas de Ron Medellín Dorado.

1.2 IMPACTOS TAT, POBLACIONES y ON. (supervisor - supernumerario)

- **DURACIÓN:** 15 de noviembre al 31 diciembre.
- **OBJETIVO:** Premiar a los supervisores y supernumerarios de los canales TAT, POBLACIONES y ON por cumplimiento de metas **en impactos del más del 80% en su grupo de fuerza de ventas.**
- **META:** Los supervisores y supernumerarios ganarán si su grupo cumple mínimamente el 80% en el total de los impactos del grupo.
 - Ganará 1 supervisor \$1.000.000 por cumplimiento de metas. (pueden ganar hasta 3 supervisores)
 - Ganará 1 supernumerario \$500.000 por cumplimiento de metas (pueden ganar hasta 2 supernumerarios)
 - Provisionar **\$3.000.000** para supervisores por tiempo de la actividad.
 - Provisionar **\$1.000.000** para supernumerarios por tiempo de la actividad.

1.3 VOLUMEN DE VENTAS MODERNO Y MAYORISTAS

- **DURACIÓN:** 15 de noviembre al 31 diciembre
- **OBJETIVO:** Premiar a los mejores vendedores del CANAL MODERNO y MAYORISTAS por volumen de ventas en unidades reales.
- **META:** Los vendedores que cumplan el 100% en sus metas en volumen de ventas en el canal moderno y mayoristas serán premiados. **La cuota es definida por la UT, quien entregará un estimado de ventas para este producto y poder realizar proceso de cotización. Las metas para el tiempo de la actividad las entregarán días previos al inicio de la actividad.**
 - Bolsa de premios: **\$3.500.000** por tiempo de la actividad.

1.4 VOLUMEN DE VENTAS MODERNO Y MAYORISTAS (supervisor)

- **OBJETIVO:** Premiar al supervisor del canal Moderno por cumplimiento de metas **en volumen de ventas del mas del 90% en su grupo de fuerza de ventas.**
- **META:** El supervisor ganará si su grupo de vendedores cumple mínimamente el 90% del volumen de venta de la cuota global del canal moderno. La cuota es definida por la UT, quien entregará un estimado de ventas para este producto y poder realizar proceso de cotización Las metas para los meses de diciembre y enero las entregarán días previos al inicio de la actividad.
 - Ganará 1 supervisor **\$1.000.000** por mes por cumplimiento de metas por tiempo de la actividad.

1.5 OBSEQUIO RM DORADO 750 ML

- **OBJETIVO:** Obsequiar una botella de Ron Medellín Dorado 750 ml a los 5.000 principales clientes según el volumen de compra de los canales TAT, POBLACIONES Y ON. Teniendo como premisa que es un producto nuevo y la intención es continuar con la estrategia de **PRUEBALO**, de tal forma que se logre capturar a los principales clientes que hacen el volumen de compra y crean en este nuevo producto.
- El vendedor deberá entregarle una tarjeta a los clientes seleccionados para que esperen este nuevo producto en su pedido. La lista de clientes seleccionados se los comunicará la UT cuando haya producto disponible para la actividad. (se deben producir 5.000 tarjetas con información de nuevo producto).
- Estas unidades se entregarán con el pedido de cada cliente.
- Las unidades son limitadas. (serán 5.000 unidades de Ron Medellín Dorado en 750 ml)
- Las unidades que se entreguen a estos clientes serán relacionadas en una planilla por parte del personal de la UT, luego de la entrega de estas botellas la UT entregará las listas a la FLA para que se pueda realizar verificación posteriormente.
- La UT debe entregar listado de los 5.000 clientes principales, para que el operador pueda verificar las cantidades entregadas a la UT y las cantidades entregadas a los clientes con las planillas

1.6 OPERADOR

- La UT destinará a una persona que será el contacto de la UT con el operador para entregar información semanal sobre los impactos de cada vendedor, para que el operador haga el seguimiento y la tabulación de la actividad. (El operador debe hacer seguimiento semanal a la actividad, todos los lunes el contacto de la UT le entregará la información al operador, solo se debe evidenciar el progreso en porcentaje de cumplimiento, no se puede revelar la meta de cada vendedor en el grupo).
- Creación de grupo.
- Mantenimiento.
- Reunión lanzamiento (1) (**entregar una botella de Ron Medellín Dorado a cada vendedor**).
- Reunión seguimiento (1)
- Reunión premiación (1)
- Pago premios.
- Entrega de premios.
- Se le entregará material POP para decorar el salón de reuniones.

1.7 MATERIAL

- Se tendrá la fuerza de ventas uniformada para esta actividad, serán camisetas tipo polo con la marca Ron Medellín Dorado. 100 CAMISETAS, 50 GORRAS.
- Material POP (50 ayuda ventas).

2. CANAL MAYORISTAS



 *Ron
Medellin*
DORADO

2. MAYORISTAS (Exhibiciones)

- **OBJETIVO:** Tener dos actividades de colocación de producto así:
- **1: EXHIBICIONES ESPECIALES:** las cuales se realizarán en 134 puntos que ya están negociados con los comercializadores de Antioquia en los cuales se colocará kit de exhibición, este será instalado por el vendedor de cada zona. **Duración 1 mes. Operador instala.**
- Se tomarán 15 puntos adicionales y se entregará e instalará kit para la exhibición. **Operador encargado.**
- El material será instalado por el operador y no por los vendedores ni los administradores de los sitios. La idea es que el material se implemente de manera unificada y bien exhibido. El acompañamiento a esta instalación se debe realizar con el vendedor.

2. MAYORISTAS (Exhibiciones)

- A los 134 puntos no se les dará incentivo adicional, porque ya están negociados por los comercializadores de Antioquia.
- **OPCIÓN INCENTIVOS 1:** A los otros 15 puntos, por dejar la exhibición se les dejará cada mes una caja, en total 15 cajas (300 botellas al mes) Se entregará mes vencido para garantizar exhibición.
- **OPCIÓN INCENTIVOS 2:** Alternativa de entrega para los 15 puntos por dejar la exhibición se les dejará cada mes:
 - PRIMER MES: 1 ancheta (15 anchetas)
 - SEGUNDO MES: 1 nevera con producto (15 neveras)

2.1 OPERADOR

- Entrega de planilla y kit
- En 134 puntos solo se entrega kit y planilla e instala.
- En los 15 puntos adicionales planilla, kit y caja mensual con papel, moño y tarjeta y modelo de protocolo.
- Pago y distribución de material POP (Afiche, cenefa, chispa, móvil, banderín y volante). Instala operador en 134 puntos, 15 puntos. **En el caso de los 15 puntos en todos se tendrán degustación.**
- Se realizarán 2 visitas mensuales para revisar el cumplimiento del compromiso de la exhibición. En caso de incumplimiento no se entregará el obsequio.

2.2 MAYORISTAS (Dependientes)

- **OBJETIVO:** Tener dos actividades de colocación de producto así:
- **2. DEPENDIENTES:** Premiar a los dependientes de los 149 establecimientos mayoristas participantes que ofrezcan como primera opción Ron Medellín Dorado. Además portarán **gorra y botón** el fin de semana (Viernes y Sábado).
- Se realizarán 2 visitas mensuales (298 visitas al mes en total x 1 mes) de un comprador incognito y se premiará a quienes ofrezcan inicialmente Ron Medellín Dorado con **10 botellas de 375 ml de Ron Medellín Dorado a cada sitio ganador.**
- **2.980 botellas de 375 ml.**

2.3 OPERADOR

- **La actividad de comprador incógnito se desarrollará en en los 149 puntos, para garantizar el impacto de la actividad en un 100%.**
- Entrega de gorras para un total de 1.490 unds. (149 puntos **10 gorras por punto**, los dependientes las deben portar jueves y viernes).
- Contratar comprador incognito a quien le deben ofrecer Ron Medellín Dorado como primera opción.
- 2 Visitas x mes de comprador incognito para validar actividad, por establecimiento.

OPERADOR ESCOBAR EVENTOS

- Activación en 15 puntos en las plazas el cual está actualmente con Ron Medellín, se pasaría a Ron Medellín Dorado durante los 2 meses (diciembre – enero) Diciembre ya está pago. (Se mantienen los 15 que actualmente tiene la actividad).
- Escobar Eventos cotizará el mes de enero.
- Contemplar: producto por 2 meses, copas x 2 meses, tent card y volantes.
- Se ajustará la presentación incluyendo valores y cantidades reales.

OPERADOR ESCOBAR EVENTOS

- A los 15 puntos por dejar la exhibición se les dejará cada mes una caja, en total 30 cajas (600 botellas para 2 meses) Se entregará mes vencido para garantizar exhibición.

OJO: Revisar si se cambia el incentivo por: primer mes ancheta, segundo mes nevera y tercer mes, caja. **REVISAR CON EL DR. CARLOS ÁLVAREZ queda pendiente de revisión por el subgerente.**

- Adicional llenado de planilla y entrega de kit
- Adecuación de barriles con Ron Medellín Dorado (15)
- Compra uniforme x 15 modelos (30 blusas cuello en V y 15 fajones)
- 15 ayudaventas.

3. CANAL TAT



 *Ron
Medellin*
DORADO

3.1 CANAL TAT

- **OBJETIVO:** Instalar material POP que sea perdurable en el tiempo.
- En cada establecimiento del canal TAT (Periferia) se instalará: Afiche con numeración, cabezote, banderín, móvil, flanger y cenefa.
- Se impactarán **2.000** tiendas. (propuesta de tener 2.000 tiendas ya que es un producto nuevo y de línea, que hará contrapeso al ingreso de Ron Viejo de Caldas en el departamento). **(Se deben cotizar 2.000 – 1000 o 500 puntos para esta actividad).**
- Este material se instalará a los **2.000** primeros clientes que codifiquen el producto y realicen compra mínima de 500.000 en todo el portafolio.

3.1 CANAL TAT RIFA (nueva propuesta)

- **ESTABLECIMIENTOS IMPACTADOS:** 2.000 (pendiente de aprobación de la cantidad según cotización).
- **DURACIÓN:** 1 mes.
- **MECÁNICA:** Se entregará un afiche a los clientes el cual estará marcado con un código de 4 cifras, con el cual podrán participar por diferentes premios con la Lotería de Medellín, de la siguiente manera:
 - **Premio mayor opción 1:** El último viernes de cada mes.
 - **Premios secundarios opciones 2, 3, Y 4:** último viernes de cada semana. (Exceptuando el ultimo viernes de cada mes, ya que este día se realizaría el sorteo del premio mayor). La numeración de los afiches se debe realizar del numero **0000** al **2000**.
- La participación va ligada a la compra, establecimiento que no compre Ron Medellín Dorado esa semana no podrá participar en esta actividad.
- La UT controlará a través de su base de datos los clientes seleccionados para validar la compra y la participación en la actividad.
- El material POP debe estar siempre visible en el punto de venta y el afiche y el resto del kit deberá permanecer siempre instalado para poder premiar al ganador, por tal razón se realizarán visitas periódicas para validar que tengan el material instalado correctamente.

3.1 CANAL TAT RIFA AFICHE NUMERADO (nueva propuesta)

- **PREMIOS:**

PREMIO MAYOR:

- **OPCIÓN 1:** 4 CIFRAS DEL ULTIMO VIERNES DEL MES (28 DIC 2018): Gana un viaje DECAMERON doble con todo incluido + 2 caja de Ron Medellín Dorado 750 ml.

PREMIOS SECUNDARIOS: último viernes de cada semana del mes de diciembre. (Exceptuando el ultimo viernes del mes, ya que este día se realizaría el sorteo del premio mayor). **DICIEMBRE 2018: fechas participantes 7, 14 Y 21.**

- **OPCIÓN 2:** 3 ÚLTIMAS CIFRAS: 1 caja de Ron Medellín Dorado 750 ml.
- **OPCIÓN 3:** 2 ÚLTIMAS CIFRAS: 10 Botellas de Ron Medellín Dorado 750 ml.
- **OPCIÓN 4:** ÚLTIMA CIFRA: 2 botellas de Ron Medellín Dorado 750 ml.

EL SORTEO SE REALIZARÁ CON LOS
NUMEROS ENTRE EL 0000 Y 2000

	GANADORES POR MES	TOTAL BOTELLAS GANADORES EN 750 ML
OPCION 1	1	40
OPCION 2	6	120
OPCION 3	54	540
OPCION 4	543	1.086
TOTAL	604	1.786

EJEMPLO GANADORES POR FECHA OPCIONES 2, 3 Y 4.

# GANADORES	TOMANDO COMO EJEMPLO EL NUMERO GANADOR DE 3 CIFRAS EL 330	
2	GANADORES 3 CIFRAS	

# GANADORES	TOMANDO COMO EJEMPLO EL NUMERO GANADOR DE 2 CIFRAS EL 30	
18	GANADORES 2 CIFRAS	SE EXCLUYEN A LOS 2 GANADORES DE LAS 3 CIFRAS

# GANADORES	TOMANDO COMO EJEMPLO EL NUMERO GANADOR DE 1 CIFRA EL 0	
181	GANADORES 1 CIFRAS	SE EXCLUYEN A LOS 2 GANADORES DE LAS 3 CIFRAS
		SE EXCLUYEN A LOS 18 GANADORES DE LAS 2 CIFRAS

EJEMPLO GANADORES POR FECHA OPCIONES 2, 3 Y 4.

GANADORES 3 CIFRAS	GANADORES 2 CIFRAS	GANADORES 1 CIFRAS									
0330	0030	0000	0200	0400	0600	0800	1000	1200	1400	1600	1800
1330	0130	0010	0210	0410	0610	0810	1010	1210	1410	1610	1810
	0230	0020	0220	0420	0620	0820	1020	1220	1420	1620	1820
	0430	0040	0240	0440	0640	0840	1040	1240	1440	1640	1840
	0530	0050	0250	0450	0650	0850	1050	1250	1450	1650	1850
	0630	0060	0260	0460	0660	0860	1060	1260	1460	1660	1860
	0730	0070	0270	0470	0670	0870	1070	1270	1470	1670	1870
	0830	0080	0280	0480	0680	0880	1080	1280	1480	1680	1880
	0930	0090	0290	0490	0690	0890	1090	1290	1490	1690	1890
	1030	0100	0300	0500	0700	0900	1100	1300	1500	1700	1900
	1130	0110	0310	0510	0710	0910	1110	1310	1510	1710	1910
	1230	0120	0320	0520	0720	0920	1120	1320	1520	1720	1920
	1430	0140	0340	0540	0740	0940	1140	1340	1540	1740	1940
	1530	0150	0350	0550	0750	0950	1150	1350	1550	1750	1950
	1630	0160	0360	0560	0760	0960	1160	1360	1560	1760	1960
	1730	0170	0370	0570	0770	0970	1170	1370	1570	1770	1970
	1830	0180	0380	0580	0780	0980	1180	1380	1580	1780	1980
	1930	0190	0390	0590	0790	0990	1190	1390	1590	1790	1990
											2000

[VER ARCHIVO ANEXO.](#)



4. TROPAS



 *Ron
Medellin*
DORADO

4.1 (TROPAS)

- **OBJETIVO:** Realizar tropas con 12 modelos haciendo recorrido los días jueves, viernes y sábados de 7 pm a 1 am en los principales sitios de consumo de la ciudad, entregando volantes y degustación de producto para dar a conocer el nuevo producto Ron Medellín Dorado.
- Ingreso a sitios que estén en la ruta.

4.2 OPERADOR

- Coordinación Limo-Ron.
- Contratación modelos con ARL.
- Transporte y entrega de degustación.
- Copas.
- Entrega de material.
- Producción uniformes.
- Refrigerios.

4.3 CARAVANAS POBLACIONES Y PERIFERIA

- **OBJETIVO:** Realizar caravanas con modelos haciendo recorrido los días jueves, viernes y sábados de 3 pm a 11 pm en los principales sitios de consumo de poblaciones y periferia.
- LA 68 – Castilla, LA 92 – Aranjuez, La 48 – Campo Valdes, La 45 - Manrique, Barrio Obrero y Florida – Bello, Prado- Bello, Torres – Copacabana, UdeA - Chagualo, Alrededores UdeM, Puerto Rico - Santodomingo Savio, La Milagrosa, EL Salvador, Las Brisas, Las Mellizas y La 49 - Buenos Aires, El Playón - Zamora; establecimientos cerca a las estaciones de metro como San Javier, Santa Lucia, Niquía, Aguacatala, Poblado, Industriales; Acevedo.

4.4 CARAVANAS POBLACIONES Y PERIFERIA

- Esta caravana será realizada por el comercializador de Antioquia (twistter).
- Previamente se realizará avanzada con los vendedores de la UT para que en cada establecimiento este codificado este producto.
- Ingreso a sitios que estén en la ruta.
- **Se tendrá un operador, quien supervisará la actividad general de la caravana Twistter. El cual entregará: planillas, fotos, recorridos, sitios impactados.**

4. CANAL ON



 *Ron
Medellin*
DORADO

4.1 CANAL ON

- **15 puntos aliados de la FLA + la tienda de El Tesoro**
- **Con barril, modelo, degustación, tent card, cambio de carta, producto.**
- **Viernes y sábado**

Recomendación trade:

Desarrollar la actividad de implementación en los sitios aliados.

4.2 DEGUSTACIÓN CLUBS

- **OBJETIVO:** Dar a conocer y estimular la venta del nuevo producto Ron Medellín Dorado en los principales clubs de la ciudad.

No	LUGAR	Días de Degustación	Botellas por día	Tragos por Botella	No. Unds. Degustación 750 ml	Personas a Impactar	Valor Degustación a Precio Oficial
1	Fizebad	13	8	35	104	3.640	3.037.632
2	Club Campestre				104	3.640	3.037.632
3	Country Club Ejecutivos				104	3.640	3.037.632
4	Club El Rodeo				104	3.640	3.037.632
TOTAL					416	14.560	12.150.528

- Días de Degustación: Jueves, viernes y sábado del mes de diciembre

4.3 ACTIVACIONES AEROPUERTO JOSÉ MARÍA CÓRDOVA

- **OBJETIVO:** Dar a conocer y estimular la venta del nuevo producto Ron Medellín Dorado en el aeropuerto principal de la ciudad.
- Se tendrá un stand de 2x2 mts. Con modelo de protocolo para realizar degustación.

LUGAR	Días de Degustación	Botellas por día	Tragos por Botella	No. Unds. Degustación 750 ml	Personas a Impactar	Valor Deg. Precio Oficial
AEROPUERTO JOSÉ MARÍA CÓRDOVA	15	8	35	120	4.200	3.504.960

- Días de Degustación: 1, 6, 7, 8 13, 14, 15, 20, 21, 22, 26, 27, 28, 29, 30 de diciembre.

5. CANAL
MODERNO



 *Ron
Medellin*
DORADO

5.1 CANAL MODERNO EXHIBICIONES

- **DURACIÓN:** 2 meses (diciembre y enero) Se propone tener esta actividad 2 meses para no perder la fuerza del lanzamiento de este producto en el canal que la vitrina de nuestros productos.
- **EXHIBICIONES:** PRODUCIR E INSTALAR MATERIAL POP PARA LOS 11 PUNTOS DEL GRUPO ÉXITO Y 50 PUNTOS INDEPENDIENTES, ADICIONALMENTE EL MATERIAL GENÉRICO PARA LOS LINEALES DE TODOS LOS PUNTOS DE VENTA.

5.2 PUNTOS EXHIBICIONES

CONGELADOS ÉXITOS Y CARULLAS 11:

- E. UNICENTRO
- E. LAURELES
- E. POBLADO
- E. DEL ESTE
- E. ENVIGADO
- E. MAYORCA
- E. SAN DIEGO
- E. RIONEGRO
- C. VISITACION
- C. POBLADO
- C. OVIEDO

PUNTOS FIJOS INDEPENDIENTES 50:

- CENCOSUD 8
- OLIMPICA 17
- MERKEPAISA 19
- EURO 2
- MERCADOS MADRID 2
- MAKRO 2

5.3 CANAL MODERNO ACTIVACIÓN

- **ACTIVACIÓN:** SE TENDRÁ DEGUSTACIÓN EN 40 PUNTOS DE VENTA CON BARRIL, PARA CADA PUNTO FIJO SE REQUIERE MODELO DE PROTOCOLO/MERCADERISTA, PRODUCTO DE DEGUSTACIÓN, MATERIAL MERCHANDISING Y BARRIL.
- **TOTAL PDV:** 40
- **PUNTOS CON MODELO:** 20
- **PUNTOS CON MERCADERISTA:** 20
- **HORARIOS:** 3 a 7 PM
- **FECHAS: DICIEMBRE:** 1,2,6,7,8,9,14,15,16,21,22,23,27,28,29,30
ENERO: 4,5,6,7,10,11,12,17,18,19,24,25,26

5.4 PUNTOS ACTIVACIÓN

ÉXITO

N°	PUNTOS DE VENTA
1	Exito San Antonio
2	Exito Bello
3	Exito Aranjuez
4	Exito De Colombia
5	Exito Poblado
6	Exito Laureles
7	Exito Envigado
8	Exito Sabaneta
9	Carulla Visitacion
10	Carulla Visitacion
11	Carulla Oviedo
12	Exito Rionegro
13	Exito Belen
14	Exito Bello Centro
15	Éxito La Central
16	Exito Robledo
17	Carulla San Lucas
18	Carulla Tesoro
19	Éxito Envigado Centro
20	Exito Junin

INDEPENDIENTES

N.	PUNTO DE VENTA
1	MAKRO SAN JUAN
2	OLIMPICA LA MILAGROSA
3	MERKEPAISA PEDREGAL
4	JUMBO LA 65
5	JUMBO VEGAS
6	METRO BELLO
7	EURO FRONTERA
8	EURO FLORIDA
9	PROVEDURIA DE EMPRESA PUBLICAS
10	MERCADOS MADRID CALAZANS
11	MERKEPAISA SABANETA
12	MERKEPAISA BELEN
13	MERKEPAISA LA ESTRELLA
14	EURO SABENETA
15	JUMBO RIONEGRO
16	VAQUILA LA 33
17	VAQUITA CALDAS
18	VAQUITA BELEN
19	JUMBO RIONEGRO
20	CARIBE MARINILLA

5.5 CANAL MODERNO (MERCADERISTAS)

- **OBJETIVO:** Premiar a los 10 mejores mercaderistas de los 40 participantes (30 FLA 10 ut) que ganen las mejores exhibiciones adicionales con el kit de material pop, del cumplimiento de estos depende la premiación de los 3 coordinadores del canal moderno.
- Participan quienes ganen exhibiciones adicionales con el kit entregado a cada uno de los mercaimpulsadores en los puntos de venta asignados previamente, todo esto bajo los estándares de calificación (**ubicación de la exhibición, surtido de producto, material pop, creatividad**).
 - El premio será en producto- 1 caja de Ron Medellin Dorado 750 ml por ganador 10 caja con papel, moño, tarjeta. entrega en el punto de venta)- recomiendo que se entregue en la FLA, por el ingreso.
 - La calificación la hará el personal de la FLA asignado y se debe llenar planilla de calificación.

5.6 OPERADOR

- CONTRATACIÓN MODELOS DE PROTOCOLO
- TRANSPORTE (INCLUIDO EL DESPLAZAMIENTO PARA LAS CALIFICACIONES DE LAS EXHIBICIONES)
- ADECUACIÓN 40 BARRILES, 40 TENT CARD, COPAS
- PRODUCTO PARA DEGUSTACIÓN – ESTE DEBE ESTAR CON STICKER DE DEGUSTACIÓN UBICADO TAPANDO EL CÓDIGO DE BARRAS
- PERMISOS EN CADENAS – EN CONJUNTO CON LA COORDINADORA
- PRODUCCIÓN Y ENTREGA DE MATERIAL
- ENTREGA DE 136 CAMISETAS TIPO POLO CON RON MEDELLIN DORADO, 2 PARA CADA UNO (33 FLA , 20 UT , 15 TAT)
- ENTREGA DE MATERIAL DE APOYO A LA VENTA COMO VOLANTES Y AYUDA VENTAS.
- NOTA: TODO EL MATERIAL PARA OBSEQUIAR A LOS CONSUMIDORES QUE SE LLEVE A LOS PUNTOS DE VENTA DEBE TENER STICKER DE OBSEQUIO.

VINCULACIÓN
CONCIERTO
BRUUTTAL

 *Ron*
Medellin
DORADO

VINCULACIÓN RON MEDELLÍN DORADO CON CONCIERTO BRUUTTAL



VINCULACIÓN RON MEDELLÍN DORADO CON CONCIERTO BRUUTTAL



EVENTO
LANZAMIENTO

 *Ron*
Medellin
DORADO











ANEXO 5

PROYECTO
CENTENARIO



*Ron
Medellín*

¿CÓMO HACERLO?

Partiendo del territorio conceptual de la marca



Territorio
RECOMPENSA

IDEA ESTRATÉGICA

**LA MEJOR RECOMPENSA ES
CELEBRAR JUNTOS 100 AÑOS
DE ORGULLO, ALEGRÍA Y PASIÓN**



NUESTRA PROPUESTA

100 AÑOS

SOÑANDO
EN GRANDE

*Ron
Medellin*



*Aguardiente
Antioqueno*

NUESTRA PROPUESTA // RON

49 AÑOS //



RON
MEDELLÍN
49 AÑOS

Nuestra reserva más preciada y sin duda alguna el ron más excelso y de mayor añejamiento que compartiremos con destacados personajes que estarán invitados a hacer parte de la celebración de nuestro centenario a través de este presente.

¿CÓMO LO CONTAMOS?

Cada elemento puesto, a simple vista al azar, sobre la tierra o en lo más profundo del mar, es tan solo el empaque de la grandeza que lo habita...

Como cada ostra convierte en su interior un simple objeto en la más preciada perla, o como la más simple roca a través del tiempo puede albergar en su interior el diamante más excelso.

De igual manera, existe un tesoro sembrado en las entrañas de la Fábrica de Licores de Antioquia, como el más valioso y dorado líquido, comparado únicamente con los rayos de luz más puros que despunta el amanecer de dos soles. Este invaluable legado que ha sobrevivido generaciones enteras y sucedido bosques pléticos del más recio roble, tiene la esencia de una mujer pura y se permite ejercer su derecho materno, de dar a luz, desde su seno, al más selecto ron, capaz de postrar frente a sus a los más exigentes pretendientes y de complacer los paladares aún de mayor alcurnia.

Se trata de la Cepa más antigua conocida en nuestra tierra, protegida por décadas, con la misión de encontrarle un resguardo digno y seguro que solo hasta 1970, pudo ser hallado para así reposar sus raíces en maderas tan antiguas como las de los primeros barcos que besaron nuestras aguas, robles tan fuertes y nobles capaces de mantener viva la madre que hoy día sigue nutriendo la tradición que tantos profanan, la de añejar naturalmente cada ron como si se tratara de su última creación.



RON MEDELLÍN

CENTURIA



100 AÑOS

DE HISTORIAS CON ESENCIA

EDICIÓN CONMEMORATIVA
RON MEDELLÍN CENTURIA



¡NUESTRO CENTENARIO!

Cada esfuerzo, cada logro, las metas alcanzadas y los sueños retos, con los años, se convierten en las grandes historias que forman nuestro carácter y nuestra esencia.

La Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia celebra el centenario de su fundación con una edición especial de Ron Medellín Gran Solera 79 años, cuyo crianza en barriles de roble americano a través de los siglos, exalta la paciencia y el perfeccionamiento para alcanzar nuestro mejor espíritu.

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL CONSUMO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

NUESTRA PROPUESTA // RON

COMERCIAL



RON
MEDELLÍN
COMERCIAL

Esta será una ocasión especial para celebrar junto a nuestros consumidores con un ron diferente, que les entregue un nuevo sabor, fruto de un método de tradición, que refleje nuestro conocimiento a lo largo de estos 100 años.

¿CÓMO LO CONTAMOS?

Como un homenaje a nuestra tierra, celebramos un siglo de sabiduría ronera, con un Ron solera de reserva exclusiva, cuya crianza en barriles y su trasiego en cascada hasta besar nuestro suelo, representan con gratitud el aporte que le entrega a este maduro licor, las bondades de una altura perfecta, de una humedad inmejorable y un clima propicio para su elaboración. Hoy son cien años de resguardo y perfección sobre tierra firme, un suelo sólido que hoy representa las bases, de la nueva cuna del ron.



RON MEDELLÍN

GRAN SOLERA



100 AÑOS
DE HISTORIAS CON ESENCIA

EDICIÓN CONMEMORATIVA
RON MEDELLÍN GRAN SOLERA



NUESTRO CENTENARIO
Cada gota de Ron Medellín Gran Solera 19 Años es el resultado de un proceso de selección y crianza que ha permitido que este Ron sea el más valioso de nuestra historia. La combinación de los mejores ingredientes y el tiempo que ha pasado en los barriles de roble americano ha permitido que este Ron sea el más valioso de nuestra historia. El exceso de alcohol es perjudicial para la salud. Prohibido el consumo de bebidas embriagantes a menores de edad. 35% Vol.

ANEXO 6

**PROPUESTA
ENTRADA
VALLE //**

FÁBRICA DE LICORES
DE ANTIOQUIA
JULIO DE 2018



 *Ron
Medellin*

¿QUÉ DEBEMOS HACER? NUESTRO OBJETIVO

Penetrar los mercados

de Valle del Cauca y Tolima,
atraiendo nuevos consumidores
a la marca e incrementando
nuestra participación en el
mercado nacional.



¿A QUIÉN LE HABLAMOS?

NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO

Son personas que buscan en el ron una alternativa diferente al aguardiente para pasar la noche, pues consideran que este es más para pasar un rato ameno charlando con los amigos o con la pareja, en lugar de estar enfiestados.



25 a 45 años

Residen en departamentos
donde no se comercializa Ron
Medellín.

¿CUÁL ES NUESTRO RETO?

En estos mercados, tienen un gusto aprendido por Ron Viejo de Caldas y un marcado regionalismo que hace preferir sus productos sobre el de otras licoreras.

Ron Medellín es un ron con un sabor diferente al que conocen y de una región diferente a la suya.



¿CÓMO CONVERTIR LA DIFERENCIAS EN
UNA OPORTUNIDAD
PARA NUESTRA
MARCA?

NUESTRO INSIGHT

“El ron une a las personas, les ayuda a conocerse mejor y acercarse a pesar de las diferencias”

¿QUÉ RECOMPENSA LES OFRECEMOS?

Ron Medellín se convierte en la alternativa ideal para conocernos mejor y olvidar nuestras diferencias, **ayudándonos a descubrir lo que nos hace únicos.**



TONO Y ESTILO

Debemos tener un tono convocador y cercano, que invite a las personas a conocer y descubrir a sí mismos y a los otros, a hacer amigos a pesar de las diferencias, **vincular lo mejor de la cultura local con la marca.**



NUESTRA
PROPUESTA

UN PUNTO DE **ENCUENTRO**

Como sucede cuando disfrutamos un buen momento acompañado de un ron, en donde nos encontramos para exaltar y celebrar, así sucede cuando nos encontramos con alguna región de Colombia, pues más allá de nuestras diferencias, en cada rincón de nuestro país encontramos algo que nos conecta y nos hace parte de una sola nación.

NUESTRA PROPUESTA
HISTÓRICOS

EN LA DEJIZURA Y LA ALEGRÍA SE ENCUENTRA
LA ESENCIA QUE NOS UNE



Ron
Medellin
LLEGÓ AL VALLE
DESCÚBRELO.

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHIBIDA EL SUPUESTO DE BEBIDAS ENBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

EN LA ALEGRÍA SE ENCUENTRA
LA ESENCIA
QUE NOS UNE



Ron
Medellin
LLEGÓ AL VALLE
DESCÚBRELO.

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHIBIDA EL SUPUESTO DE BEBIDAS ENBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

OPCIÓN INICIAL //

AJUSTES OPCIÓN 01 //

EN LA
ALEGRÍA
 SE ENCUENTRA

La esencia
 que nos une

Ron
Medellin LLEGÓ AL VALLE
 DESCÚBRELO.

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHIBIDO EL CONSUMO DE BEBIDAS EMBAJASANTES A MENORES DE 18 AÑOS. 30% VOL.

OPCIÓN 02 //

EN LA
Alegría
 SE ENCUENTRA
 LA ESENCIA QUE NOS UNE

Ron
Medellin

HA LLEGADO AL VALLE, DESCÚBRELO.

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHIBIDO EL CONSUMO DE BEBIDAS EMBAJASANTES A MENORES DE 18 AÑOS. 30% VOL.

NUEVA OPCIÓN 03 //

NUESTRA PROPUESTA // RON VALLE

Nuestro carácter encuentra su esencia en esos bellos cañaduzales, que comparten una misma esencia, como la alegría que se siente al bailar aquí y allá. **Somos tierras que llevan la dulzura y la alegría como impronta de nuestra manera de ser, como el lugar común en donde convertimos en hermanos.**

LLEGÓ AL VALLE
*La esencia
que nos une*



 *Ron
Medellín*

LA ESENCIA DEL MEJOR

¡PROBALO, VE!

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUICIAAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

Opción //
**Portafolio
Completo**

LLEGÓ AL VALLE
*La esencia
que nos une*



 *Ron
Medellín*
LA ESENCIA DEL MEJOR

¡PROBALO, VE!

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

Opción //
**Portafolio
Base**

LLEGÓ AL VALLE
*La esencia
que nos une*



 *Ron
Medellín*
LA ESENCIA DEL MEJOR

¡PROBALO, VE!

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

Opción //
**Ron Medellín
Dorado**

LLEGÓ AL VALLE
*La esencia
que nos une*



 *Ron
Medellín*
LA ESENCIA DEL MEJOR

¡PROBALO, VE!

Opción //
**Ron
Medellín
Añejo 3 años**

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

ANEXO 7



*Ron
Medellín*

KEY VISUAL CAMPAÑAS 2016

MEDALLA GRAN ORO RON MEDELLÍN 12 AÑOS

TE MERECE UN PREMIO

EL MEJOR RON AÑEJADO
NATURALMENTE
DE COLOMBIA
PARA EL MUNDO



ESENCIA
de un
buen Ron

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD.

NAVIDAD Y FIN DE AÑO

FALTA UN 5 12 PA LAS

SIN AZÚCAR ADICIONADO

ESENCIA de un buen Ron

Ron Medellin SIN AZÚCAR ADICIONADO 5 AÑOS

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD.

The advertisement features a central bottle of Ron Medellin 5 rum with two glasses of rum on the rocks. The background is a festive Christmas scene with a tree, lights, and gifts. A clock in the background shows the time as approximately 10:10. The text 'FALTA UN 5 12 PA LAS' is prominently displayed in a stylized font. A blue banner at the top right reads 'SIN AZÚCAR ADICIONADO'. The bottle label includes 'Ron Medellin', 'SIN AZÚCAR ADICIONADO', '5 AÑOS', and 'AROMATIZADO NATURAL'. The bottom of the ad contains a health warning in Spanish: 'EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD.'



*Ron
Medellin*

KEY VISUAL CAMPAÑAS 2017

DÍA DE LA MUJER



*Todo por unos
labios
con sabor a
Crema
de Ron Medellin*

*Feliz día
mujer...*

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD.
PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBAGANTES A MENORES DE EDAD. 17% VOL.

VACACIONES



VACACIONES CON RON MEDELLÍN

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

DÍA DE LA MADRE



Mamá
—
tu manera suave de
demostrar carácter
te hace única.
—
Feliz día

Medellin
Cognac
8
17% vol

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 17% VOL.

SUAVE
Y CON CARÁCTER
#SUAVEYCONCARÁCTER



—
*Porque ellas
lo merecen todo.*
—

*Feliz mes
de la madre.*

SUAVE
Y CON CARÁCTER
#SUAVEYCONCARÁCTER

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 17% VOL.

DÍA DEL PADRE

TRES
GENERACIONES
EN UNA SOLA
CELEBRACIÓN

 *Ron
Medellín*

LA ESENCIA DEL MEJOR



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

FERIA DE FLORES



MEDELLÍN
EN FERIA TIENE
LA ESENCIA DEL MEJOR

Ron
Medellín

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUICIAI PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

The advertisement features a central image of a person in a hat and light-colored shirt, seen from behind, carrying a large basket of pink roses on their back. They are walking through a field of similar roses under a soft, golden light, suggesting a sunrise or sunset. In the foreground, four bottles of Ron Medellín rum are displayed on a dark surface. From left to right, the bottles are labeled with the numbers 5, 5, 8, and 12. The bottles have dark glass and blue and gold labels. The overall aesthetic is warm and evokes a sense of traditional craftsmanship and quality.

AMOR Y AMISTAD



EL AMOR Y
LA AMISTAD
SE VIVEN CON
LA ESENCIA DEL MEJOR

 *Ron
Medellin*

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

The advertisement features a romantic couple in the background, with a man and a woman looking at each other. In the foreground, four bottles of Ron Medellín are displayed, labeled with the numbers 3, 5, 8, and 12. The bottles are illuminated from below, creating a warm glow. The background is dark with bokeh light effects.

HALLOWEEN



HALLOWEEN
SE VIVE CON
LA ESENCIA DEL MEJOR

 *Ron
Medellin*

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

The advertisement features a man and a woman wearing ornate, lace-like masks. The man's mask is gold and the woman's is white. In the foreground, four bottles of Ron Medellín are displayed, labeled with aging durations: 3, 5, 8, and 12 years. The background is dark with a subtle pattern of spider webs and bokeh light effects.

NAVIDAD Y FIN DE AÑO

EN ESTAS FIESTAS
REGALA LA

ESENCIA DEL MEJOR

 *Ron
Medellín*



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.



*Ron
Medellín*

KEY VISUAL CAMPAÑAS 2018

VACACIONES

PORQUE
TE MEREDES UNAS
VACACIONES CON
LA ESENCIA DEL MEJOR

Ron
Medellín

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

DÍA DE LA MUJER

CELEBRA LA MEZCLA
ÚNICA DE TU CARÁCTER

*Celebremos el Día
de la Mujer*


*Crema de Ron
Medellín*



*Suave
Y CON CARÁCTER*



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 17% VOL.

DÍA DE LA MADRE

CELEBRA

EL DÍA DE LA MADRE con

Ron Medellin

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL CONSUMO DE BEBIDAS ESPUMOSAS A MENORES DE 18 AÑOS. 35% VOL.

DÍA DEL PADRE

EL PAPÁ MÁS CAMPEÓN CON

Ron Medellín

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

The advertisement features two men, an older man on the left and a younger man on the right, both celebrating with their fists raised. They are seated at a wooden table with three bottles of Ron Medellín rum in front of them. The bottles are labeled with '5', '8', and '12'. The background is a dark, celebratory scene with gold confetti and a large, glowing '5' in the center. The overall mood is festive and celebratory.

COLOMBIAMODA



JULIO 24 - 26 DE 2018
LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA.

COLOMBIA MODA 2018

asfi | [inexmoda](#)

*EL MUNDO SE
VISTE CON
NUESTRA
ESENCIA*

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

FERIA DE FLORES

LA FERIA DE LAS FLORES
LLEVA EL COLOR DE
NUESTRA ESENCIA

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

The advertisement features a leather saddle bag on the left and four bottles of Ron Medellin on the right. The bottles are labeled with their respective ages: 5, 8, and 12. The background is a lush floral arrangement.

AMOR Y AMISTAD



CELEBRA Y
COMPARTE
EL AMOR Y
LA AMISTAD
CON

Ron Medellin
3
5
8
12
8

Ron Medellin
LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

HALLOWEEN

EL MISTERIO DE NUESTRA ESENCIA
SE VIVE EN HALLOWEEN

Ron Medellin
3
5
8
12

Ron Medellin
LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHIBASE EL EXPEDICION DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

The advertisement features four bottles of Ron Medellin (3, 5, 8, and 12 years) arranged on a rustic wooden tray. A large black spider is positioned on the left side of the tray, and a lit candle is visible on the far left. The background is dark and textured, resembling a cave or tomb, with spider webs. The text 'EL MISTERIO DE NUESTRA ESENCIA SE VIVE EN HALLOWEEN' is written in a glowing, golden font at the top. The Ron Medellin logo and tagline 'LA ESENCIA DEL MEJOR' are at the bottom, along with a small disclaimer.

NAVIDAD RM 3 AÑOS IMAGEN VIEJA Y RM DORADO

Celebremos
La Esencia
de la
Navidad

Ron
Medellin

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

The advertisement features a central wooden barrel with a circular plaque that reads "Celebremos La Esencia de la Navidad". To the right of the barrel are five bottles of Ron Medellín rum, labeled with 3, 5, 8, and 12 years of aging. The background is a warm, bokeh effect of Christmas lights. The Ron Medellín logo, a spider in a square, is positioned in the bottom left, and the slogan "LA ESENCIA DEL MEJOR" is in the bottom right. A disclaimer is at the very bottom.

NAVIDAD NUEVA IMAGEN RM 3 AÑOS Y RM DORADO

Celebremos
La Esencia
de la
Navidad

Ron
Medellin

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

NAVIDAD CON RON MEDELLÍN DORADO



Celebremos
La Esencia
de la
Navidad

NUEVO
Ron
Medellín
DORADO
LA ESENCIA DEL MEJOR
PRUÉBALO

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

CAMPAÑA ZONA COSTA

EN LA FANTÁSTICA SE SIENTE LA ESENCIA DE NUESTRA ALEGRÍA

Ron Medellín
LA ESENCIA DEL MEJOR

35% VOL

EL TEXTO DE ALCORHOLO ES PUNERACION PARA LA SALUD. PREVIENE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENMASCARADAS A MENUDO DE USAR 30% VOL.

EN LA ARENOSA SE SIENTE LA ESENCIA DE NUESTRA ALEGRÍA

Ron Medellín
LA ESENCIA DEL MEJOR

35% VOL

EL TEXTO DE ALCORHOLO ES PUNERACION PARA LA SALUD. PREVIENE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENMASCARADAS A MENUDO DE USAR 30% VOL.

EN LA SABANA SE SIENTE LA ESENCIA DE NUESTRA ALEGRÍA

Ron Medellín
LA ESENCIA DEL MEJOR

35% VOL

EL TEXTO DE ALCORHOLO ES PUNERACION PARA LA SALUD. PREVIENE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENMASCARADAS A MENUDO DE USAR 30% VOL.

EN LA FANTÁSTICA SE SIENTE LA ESENCIA DE NUESTRA ALEGRÍA

Ron Medellín
LA ESENCIA DEL MEJOR

35% VOL

EL TEXTO DE ALCORHOLO ES PUNERACION PARA LA SALUD. PREVIENE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENMASCARADAS A MENUDO DE USAR 30% VOL.

EN LA CIENAGA Y EN LA SIERRA SE SIENTE LA ESENCIA DE NUESTRA ALEGRÍA

Ron Medellín
LA ESENCIA DEL MEJOR

35% VOL

EL TEXTO DE ALCORHOLO ES PUNERACION PARA LA SALUD. PREVIENE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENMASCARADAS A MENUDO DE USAR 30% VOL.

EN LAS RANCHERIAS SE SIENTE LA ESENCIA DE NUESTRA ALEGRÍA

Ron Medellín
LA ESENCIA DEL MEJOR

35% VOL

EL TEXTO DE ALCORHOLO ES PUNERACION PARA LA SALUD. PREVIENE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENMASCARADAS A MENUDO DE USAR 30% VOL.

NUEVO PRODUCTO RON MEDELLÍN DORADO



NUEVO

 *Ron Medellín*
DORADO

Ron Medellín
DORADO

PRUÉBALO

Un sabor diferente
con notas dulces
que acompañan

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

NUEVA IMAGEN RON MEDELLIN AÑEJO 3 AÑOS VIDRIO



**NUEVA
IMAGEN
MISMO SABOR**

Ron Medellín
Añejo
3 Años Vidrio

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

NUEVA IMAGEN RON MEDELLIN AÑEJO 3 AÑOS TETRA

CONTIENE
1.05
LITROS
MÁS ECONOMICO

Ron Medellín

3
AÑEJAMIENTO NATURAL

**NUEVA
IMAGEN
MISMO SABOR**

Ron Medellín
Añejo

LA ESENCIA DEL MEJOR

Vol. 35%
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.



*Ron
Medellin*

KEY VISUAL CAMPAÑAS 2019

VACACIONES

vive

LOS MEJORES MOMENTOS CON
LA ESENCIA DEL MEJOR

 *Ron
Medellin*



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

100 AÑOS FLA – RON MEDELLÍN



100 AÑOS - RON MEDELLÍN GRAN SOLERA 19 AÑOS

Ron Medellín
GRAN SOLERA
19 AÑOS

100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA

EDICIÓN CONMEMORATIVA

Ron Medellín
GRAN SOLERA
19 AÑOS

SISTEMA SOLERA

MAESTRO RONERO

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

Envasado en 2018
1.400 Botellas
100% Agave

100 AÑOS FLA – EDICIONES CONMEMORATIVAS

FABRICA DE LICORES DE ANTIIOQUIA
FLA

100 AÑOS

SOÑANDO EN GRANDE

Ron Medellín
GRAN SOLERA
19 AÑOS

CENTENARIO
DESDE 1919

CENTENARIO
DESDE 1919
AZÚCAR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 29%, 35% VOL.

FERIA DE FLORES

LA FERIA DE LAS FLORES
LLEVA LA ESENCIA
de nuestra celebración

Ron Medellín
LA ESENCIA DEL MEJOR

100 AÑOS
DE HISTORIAS
CON ESENCIA

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

DIA DE LA MUJER



EXALTAMOS SU PODER
Y SU GRACIA

Feliz día de la mujer

Ron Medellin

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

The advertisement features a warm, golden-brown background. On the left, two women are shown in profile, smiling and laughing. In the center, there is a row of six bottles of Ron Medellin, each with a different label design and color. The bottles are arranged in a slightly curved line. The text is a mix of bold, sans-serif fonts and elegant, cursive script. The overall mood is celebratory and sophisticated.

DIA DE LA MADRE

*Para que su amor
y su esencia*
**SE CELEBREN
POR 100 AÑOS MÁS**
feliz día mamá

 *Ron
Medellin*
LA ESENCIA DEL MEJOR



**100
AÑOS**

DE HISTORIAS
CON ESENCIA



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

DIA DEL PADRE

COMPARTIR
Y CELEBRAR
LA ESENCIA QUE NOS UNE

FELIZ
DÍA
PAPÁ



Ron Medellín LA ESENCIA DEL MEJOR **100 AÑOS**

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

COPA AMERICA

Celebremos
LA ESENCIA
DE NUESTRA PASIÓN

Ron Medellin
LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

100 ANOS

The advertisement features a group of four men in a living room celebrating. One man in the foreground is shouting with his mouth wide open, holding a long, flowing ribbon of the Colombian flag (yellow, blue, and red). Other men in the background are cheering and holding a soccer ball. The scene is filled with falling gold confetti. The background is a dark wood wall with the text 'Celebremos LA ESENCIA DE NUESTRA PASIÓN' in white and gold. Below the text are five bottles of Ron Medellin, each with a different label (5, 8, 12). The bottom right corner features a '100 ANOS' logo and a small circular logo with '100' inside. At the bottom, there is a disclaimer in Spanish: 'EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.'

AMOR Y AMISTAD



**SI TU SABOR
ES AMOR O
AMISTAD,
CELÉBRALO
CON**

**Ron
Medellin**
LA ESENCIA DEL MEJOR

100 AÑOS

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

HALLOWEEN

Ron Medellín

EN LA NOCHE ALGO ESTÁ RONDANDO

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

The advertisement features five bottles of Ron Medellín rum with different aging periods (5, 8, and 12 years) displayed on a wooden surface. To the left is a lit lantern, and to the right is a glowing jack-o'-lantern. The background is dark with spider webs, creating a Halloween atmosphere.

NAVIDAD Y FIN DE AÑO

CON RON MEDELLÍN

Todas las Noches SON NOCHE BUENA

Ron Medellín

3 5 8 12

Ron Medellín LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.



*Ron
Medellín*

KEY VISUAL CAMPAÑAS 2020

VACACIONES

**EN VACACIONES
UN SABOR
DIFERENTE**

PARA CADA GUSTO

LA ESENCIA DEL MEJOR

SABOR SUAVE

SABOR SECO

Ron Medellin DORADO

Ron Medellin 3

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

CAMPAÑA RON MEDELLÍN LINEA BASE 2020

Ron Medellín
UN SABOR DIFERENTE PARA CADA GUSTO

SABOR SUAVE **SABOR SECO**

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

Ron Medellín DORADO

Ron Medellín Anjo 3

35% VOL.

COLOMBIA

MEDELLÍN

LA ESSENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

CAMPAÑA RON MEDELLÍN LINEA BASE 2020



ANEXO 8



*Ron
Medellin*

PASABORDO 2016

CAMPAÑA RON MEDELLÍN 5 AÑOS PASABORDO



CAMPAÑA RON MEDELLÍN 5 AÑOS PASABORDO





*Ron
Medellin*

PASABORDO 2017 - 2018

CAMPAÑA RON MEDELLÍN - PASABORDO



 *Ron
Medellin*

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS ENRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 30% VOL.

CAMPAÑA RON MEDELLÍN - PASABORDO



 *Ron
Medellin*

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 30% VOL.

CAMPAÑA RON MEDELLÍN - PASABORDO



 *Ron
Medellín*

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPEDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

CAMPAÑA RON MEDELLÍN - PASABORDO



 *Ron
Medellín*

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS ENRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 30% VOL.

CAMPAÑA RON MEDELLÍN - PASABORDO



 *Ron
Medellín*

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHIBASE EL EXPENSO DE BEBIDAS ENRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 30% VOL.

CAMPAÑA RON MEDELLÍN - PASABORDO



 *Ron
Medellín*

LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 30% VOL.



*Ron
Medellin*

VIDEOCLIPS















*Ron
Medellín*

CUÑAS

Ron Medellín 8 Ref Gaucho



Ron Medellín 8
institucional



Ron Medellín 12
institucional



ANEXO 9

INFORME GESTIÓN

WILFRAN CASTILLO

y

 *Ron
Medellín*



RON MEDELLÍN

COMUNIDAD



101.459
Enero 2018

123.150
Mayo 2019

21.691
Crecimiento

21%

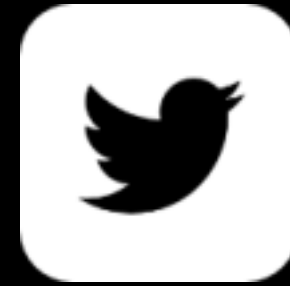


9.770
Enero 2018

14.952
Mayo 2019

5.182
Crecimiento

53%



1.071
Enero 2018

1.503
Mayo 2019

432
Crecimiento

40%

WILFRAN CASTILLO

COMUNIDAD



50.686
A mayo 2017

68.320
A mayo 2019

17.634
Crecimiento
35%



306.269
A mayo 2017

461.170
A mayo 2019

154.901
Crecimiento
51%



106.422
A mayo 2017

109.054
A mayo 2019

2.632
Crecimiento
2%



39.790
A mayo 2017

71.204
A mayo 2019

31.414
Crecimiento
79%

WILFRAN CASTILLO

Resultados
2018-2019



4

PUBLICACIONES

1.293

SHARE

1.738

ME GUSTA

34

COMENTARIOS

88.395

REPRODUCCIONES



WILFRAN CASTILLO

Resultados
2018-2019



80

PUBLICACIONES

105.800

ME GUSTA

3.852

COMENTARIOS

2.732.085

REPRODUCCIONES

rodriguez.andys



WILFRAN CASTILLO

Resultados
2018-2019



38

PUBLICACIONES

156

RETWEETS

477

ME GUSTA

23

COMENTARIOS





En el período comprendido entre abril 2018 y mayo 2019, sólo se evidencian 4 publicaciones en el fan page oficial de Wilfran Castillo, las cuales, corresponden a repost de Instagram.



Entre abril 2018 y mayo del 2019, Instagram ha sido el fuerte para Wilfran Castillo y en esta, se encuentran todos los contenidos relacionados @conronmedellin



En el período de abril 2018 a mayo del 2019, en el Twitter de Wilfran Castillo se realizaron en total 38 publicaciones relacionadas con Ron Medellín, las mismas que aparecen en Instagram.



Desde abril 2018 hasta mayo de 2019, en el canal de Wilfran Castillo se subieron en total 11 videos que corresponden a sus lanzamientos, pero no están relacionados a la marca Ron Medellín, se tiene esta red en cuenta por cantidad de interacciones.

Wilfran Castillo en sus Redes Sociales con Ron Medellín

Entre el 2018 y el 2019, Wilfran Castillo ha realizado **4** publicaciones en Facebook, **80** en Instagram y **38** en Twitter, para un total de **122** publicaciones donde hace mención directa a la marca Ron Medellín.

El canal con mayor número de publicaciones de Wilfran Castillo es **Instagram** y desde este, se comparten todos los contenidos hacia sus otras redes sociales.

Resultados:

- **122** publicaciones
- **2.933.853** interacciones (Me Gusta- Comentarios- Retweets- Reproducciones- Share)
- **3.909** comentarios relacionados con la marca.



DESDE RON MEDELLÍN

Resultados 2018-2019



6
PUBLICACIONES

422
ME GUSTA

7
COMENTARIOS

921
REPRODUCCIONES



OBSERVACIONES GENERALES

- Wilfran Castillo ha incrementado sus redes sociales en más de 180.000 seguidores durante el tiempo del segundo contrato con Ron Medellín.
- El 46% de los seguidores de Wilfran oscilan entre los 25 y 34 años, siendo así este un gran público objetivo para la marca.
- Las ciudades más importantes donde están sus seguidores son Barranquilla, Valledupar, Bogotá, Cartagena y Montería.
- Se resaltan las producciones fotográficas de calidad que se han realizado por parte del artista con la marca.
- La red de mayor crecimiento de Wilfran donde realiza publicaciones con la marca es Instagram con un 43% seguido de Facebook, donde se recomienda realizar mucho más contenido con la marca.
- Desde la marca Ron Medellín no se realizan publicaciones en gran cantidad con el artista, para evitar que el contenido que él realiza de forma orgánica pierda validez y credibilidad.

OBSERVACIONES GENERALES

- Con respecto a los contenidos que relacionan a Ron Medellín, los videos tipo serenata son mucho más naturales en compañía del producto, lo muestran más original y simpático a la audiencia. Estos tienen una interacción considerable, sin embargo, cuando se incluyen logos de nuestra marca o son publicaciones solamente de producto, tienen baja interacción.
- Se recomienda incrementar publicaciones en video, ya que estas son las que mejor interacción tiene, sobretodo cuando incluye producto de manera natural en los tradicionales asados que hace el artista o tocando el piano y/o la guitarra.
- Se sugiere que todas las publicaciones se centren especialmente en Instagram y se continúe evidenciando el producto a través de momentos de manera natural y fresca, alineados con el contenido que normalmente publica Wilfran, para así evitar que sea evidente patrocinado o pagado.
- Los productos que regularmente usa en sus publicaciones son Ron Medellín 8 años y Ron Medellín 12 años.

ANEXO 10



CAMBIO DE IMAGEN Y TAMAÑO
DE ESTUCHES PROMOCIONALES

RON MEDELLÍN 5 AÑOS



RON MEDELLÍN 8 AÑOS



RON MEDELLÍN 12 AÑOS



CREMA DE RON MEDELLÍN 8 AÑOS



ANEXO 11



*Ron
Medellín*

**Premios Monde Selection
e iTQi**

Key Visual Monde Selection Ron

Nos tomamos
el Monde Selection
Con 5 medallas que nos ponen
entre los mejores rones del mundo

MONDE SELECTION
BRUXELLES
2017

Ron
Medellin
LA ESENCIA DEL MEJOR

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHIBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

The advertisement features five bottles of Ron Medellin with different aging periods (3, 5, 8, 12, and 18 years) displayed on a dark, reflective surface. The background is a dark, textured wall of wooden barrels. A gold and blue Monde Selection award seal is prominently displayed in the upper right corner. The text is in a mix of bold, sans-serif and elegant, cursive fonts.

Valla Monde Selection Ron



Página en el Colombiano



LA FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA SE TOMA EL MONDE SELECTION

CON 8 MEDALLAS QUE NOS PONEN ENTRE LOS MEJORES LICORES DEL MUNDO

LA FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA SE TOMA EL MONDE SELECTION 2017 EN BRUSELAS

La FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA se llevó Ocho medallas en los Premios Monde Selection 2017, tras una exhaustiva competencia con más de 3000 productos de 87 países.

70 jurados de Bruselas-Bélgica, eligieron como ganador absoluto con Gran Oro al Ron Medalla Gran Reserva 12 Años, al Aguardiente Real 1403 y a la Crema de Ron Medalla de la FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA.

De igual manera, también fueron galardonados con Medalla de Oro, el Ron Medalla Extra Añejo 3 Años, el Aguardiente Antioqueño Sin Azúcar, el Aguardiente Antioqueño Tradicional, el Ron Medalla Extra Añejo 3 Años Sin Azúcar Adulcerado, además de la Medalla de Plata con el Ron Medalla Añejo 3 años.

El Monde Selection es el Instituto Internacional de selección de bebidas espirituosas de calidad, esta institución se constituye una de las más importantes del mundo desde hace 90 años.

La ceremonia anual de premiación se celebró en Milla el lunes, 29 de mayo de 2017. A partir de allí, nuestros productos galardonados representarán el sello de calidad Monde Selection durante 3 años.

LA FÁBRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA SUEÑA EN GRANDE Y PIENSA EN GRANDE!

FLA GANADORES ABSOLUTOS DE GRAN ORO, MEDALLA DE ORO Y PLATA PARA LOS PRODUCTOS DE LA LICORERA MÁS RECONOCIDA DEL PAÍS



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PELIGROSO PARA LA SALUD. PROHIBIDO EL CONSUMO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 30% VOL.

Key Visual iTQi Ron



ANEXO 12



INFORME MONDE SELECTION



LA FÁBRICA DE LICORES
Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA
**SE TOMA
EL MONDE
SELECTION**



**CON 8 MEDALLAS
QUE NOS PONEN ENTRE
LOS MEJORES
LICORES DEL
MUNDO**

La FLA demostró calidad con todos sus productos a más de 70 jurados del Monde Selection 2017 en Bruselas.

La Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia se llevó ocho medallas en los Premios Monde Selection 2017, tras una exhaustiva competencia con más de 3.000 productos de 87 países.

70 jurados en Bruselas - Bélgica, eligieron como ganador absoluto con Gran Oro al Ron Medellín Gran Reserva 12 Años, al Aguardiente Real 1400 y a la Crema de Ron Medellín de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia.

De igual manera, también fueron galardonados con Medalla de Oro, el Ron Medellín Extra Añejo 3 Años, el Aguardiente Antioqueño Sin Azúcar, el Aguardiente Antioqueño Tradicional, el Ron Medellín Extra Añejo 5 Años Sin Azúcar Adicionado, además de la Medalla de Plata

que obtuvo el Ron Medellín Añejo 3 años.

El Monde Selection es el Instituto Internacional de selección de bebidas espirituosas de calidad, esta distinción es considerada una de las más importantes del mundo desde hace 60 años.

La ceremonia anual de premiación, se celebró en Malta el lunes 29 de mayo de 2017. A partir de allí, nuestros productos galardonados exhibirán el sello de calidad Monde Selection durante 3 años.

¡LA FÁBRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA **SUEÑA EN GRANDE Y PIENSA EN GRANDE!**

FLA GANADORES ABSOLUTOS DE
**GRAN ORO, MEDALLA
DE ORO Y PLATA**
PARA LOS PRODUCTOS DE LA LICORERA
MÁS RECONOCIDA DEL PAÍS



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL CONSUMO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

AVISO DE PRENSA



CUÑA RON MEDELLÍN MONDE SELECTION JUNIO 8

FREE PRESS RADIO

ENTREVISTA FREE PRESS DE
BLU RADIO 09 JUN 2017



PRENSA EL TIEMPO Junio 9 de 2017

Policia se encargará de seguridad de zonas que hoy ocupan las Fare

Así será desde el primero de agosto y por al menos tres años, según el ministro de Defensa, Luis C. Villegas. En algunas zonas, apoyará al Ejército.

Desde el momento en el que se iniciará el proceso de desarme de las FARC, el Ministerio de Defensa se encargará de garantizar la seguridad de las zonas que hoy ocupan las FARC, según el ministro de Defensa, Luis C. Villegas. En algunas zonas, apoyará al Ejército.

El ministro de Defensa, Luis C. Villegas, anunció que desde el primero de agosto se encargará de garantizar la seguridad de las zonas que hoy ocupan las FARC. Villegas dijo que el Ejército apoyará al Ministerio de Defensa en algunas zonas.

El ministro de Defensa, Luis C. Villegas, anunció que desde el primero de agosto se encargará de garantizar la seguridad de las zonas que hoy ocupan las FARC. Villegas dijo que el Ejército apoyará al Ministerio de Defensa en algunas zonas.

LA FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA SE TOMA EL MONDE SELECTION

LA FÁBRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA SE TOMA EL MONDE SELECTION

LA FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA SE TOMA EL MONDE SELECTION

LA FÁBRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA SE TOMA EL MONDE SELECTION

LA FÁBRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA SE TOMA EL MONDE SELECTION

LA FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA SE TOMA EL MONDE SELECTION

CON 8 MEDALLAS LOS MEJORES LICORES DEL MUNDO

LA FÁBRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA SUENA EN GRANDE Y PLENAMENTE EN GRANDE!

FLA GANADORES ABSOLUTOS DE GRAN ORO, MEDALLA DE ORO Y PLATA PARA LOS PRODUCTOS DE LA LICORERA MÁS RECONOCIDA DEL PAÍS

LA FÁBRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA SUENA EN GRANDE Y PLENAMENTE EN GRANDE!



EL COLOMBIANO Edición Junio 11 de 2017

as o a las malas, saldrá
os Parques Naturales

en sus manos, al menos 14 parques más (Foto de José Carlos)



LA FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHÓLES DE ANTIOQUIA SE TOMA EL MONDE SELECTION

La F&A demostró calidad con todos sus productos a más de 70 locales del Monde Selection 2017 en Bruselas.

La Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia se llevó ocho medallas en los Premios Monde Selection 2017, tras una exhaustiva competencia con más de 3.000 productos de 67 países.

29 países en Bruselas - Bélgica, eligieron como ganador absoluto con 200.000 el Puro Malibu Gran Reserva 12 Años, el Aguardiente Puro 1982 y a la Crema de Real Mediano de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia.

De igual manera, también fueron ganadores el Ron Negro de Oro, el Ron Blanco Carta Negra 3 Años, el Aguardiente Antioqueño, el Añejo, el Aguardiente Antioqueño Nacional, el Ron Mediano Sabor Añejo 3 Años del Añejo Antioqueño, el Sabor de la Noche de Puro.

El Monde Selection es el premio internacional de excelencia de los productos de calidad que se obtiene al compararse con los más importantes del mundo desde hace 10 años.

La competencia anual de productos de calidad de más de 70 países, desde el 2011 a partir de la cual se otorgan galardones reconocidos en todo el mundo Monde Selection Superior y otros.

LA FÁBRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA SUEÑA EN GRANDE Y PIENSA EN GRANDE

FLA GANADORES ABSOLUTOS DE GRAN ORO, MEDALLA DE ORO Y PLATA PARA LOS PRODUCTOS DE LA LICORERA MÁS RECONOCIDA DEL PAÍS



LA FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHÓLES DE ANTIOQUIA SE TOMA EL MONDE SELECTION

CON 8 MEDALLAS QUE NOS PONEN EN LOS MEJORES LICORES DEL MUNDO

MONDE SELECTION 2017

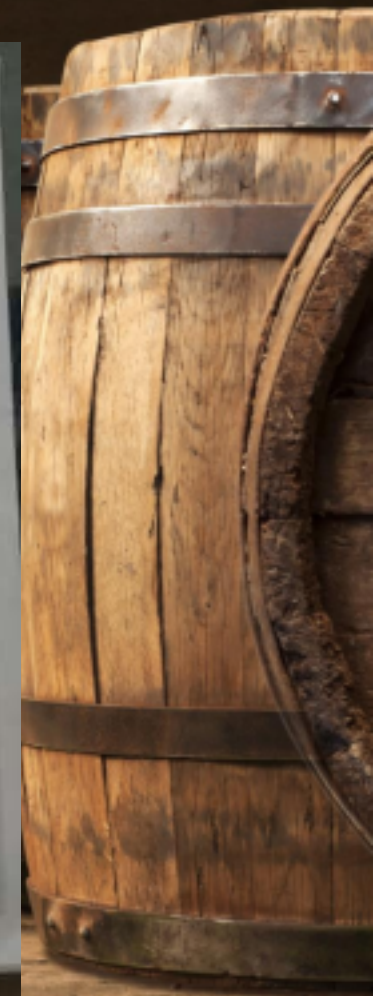
CON 8 MEDALLAS LA F&A SE LLEVÓ LOS MEJORES LICORES DEL MUNDO

La Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia se llevó ocho medallas en los Premios Monde Selection 2017, tras una exhaustiva competencia con más de 3.000 productos de 67 países.

La competencia anual de productos de calidad de más de 70 países, desde el 2011 a partir de la cual se otorgan galardones reconocidos en todo el mundo Monde Selection Superior y otros.

LA FÁBRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA SUEÑA EN GRANDE Y PIENSA EN GRANDE

FLA GANADORES ABSOLUTOS DE GRAN ORO, MEDALLA DE ORO Y PLATA PARA LOS PRODUCTOS DE LA LICORERA MÁS RECONOCIDA DEL PAÍS

REVISTAS

SEMANA Edición n°1832 Junio 11, 2017

OPINIÓN

LO QUE NO SE HA DICHO DEL BANCO AGRARIO

Por María Inés Duzán



El comunicado de prensa en el que la Contraloría General determinó que si hubo detrimento al patrimonio del Estado por parte del Banco Agrario, cuando de manera irregular aprobó y desembolsó un préstamo al consorcio Naviera, del que Calabroche es la voz cantante, trae una perla que ha pasado inadvertida por casi todos los lectores: una parte de los 170.000 millones de ese cuestionado

prestamo, cerca de 10 millones, está fuera que embolsado, según el informe de 2016, ascendió a 10.000 millones. ¿Cómo es posible para una entidad que, según la ley, debe ser un ente de propiedad de las personas? ¿Por qué el Banco Agrario, que es una entidad pública, no puede ser un ente de propiedad de las personas? ¿Por qué el Banco Agrario, que es una entidad pública, no puede ser un ente de propiedad de las personas? ¿Por qué el Banco Agrario, que es una entidad pública, no puede ser un ente de propiedad de las personas?

LOS DINEROS DEL BANCO AGRARIO, EL ÚNICO PÚBLICO PARA EL FOMENTO DEL AGRICULTO, TERMINARON EN LAS ARCAS DE UN BANCO PRIVADO DE PROPIEDAD DEL HOMBRE MÁS RICO DE COLOMBIA

El Banco Agrario es el único banco público de Colombia que se dedica al fomento del sector agrícola. Sin embargo, en los últimos años, su patrimonio ha disminuido drásticamente. Según el informe de 2016, el Banco Agrario perdió más de 10.000 millones de pesos. Este hecho ha generado gran preocupación entre los agricultores y los consumidores. ¿Por qué sucede esto? ¿Cómo se puede evitar? Estas son algunas de las preguntas que se hacen en el sector.

INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

LA FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA SE TOMA EL MONDE SELECTION



CON 8 MEDALLAS QUE NOS PONEN ENTRE LOS MEJORES LICORES DEL MUNDO

La FLA siempre cuida con todos sus productos a más de 30 grados del Monde Selection 2017 en Bruselas.

De igual manera, también fueron reconocidos con Medallas de Oro, el Ron Medellín Cerveza Negro y Blanco, el Aguardiente Antioqueño San Agustín, el Aguardiente Antioqueño Tradicional, el Ron Medellín Cerveza Negro y Blanco San Agustín Antioqueño, Aguardiente de la Medalla de Plata que obtiene el Ron Medellín Negro y Blanco.

El Monde Selection es el Instituto Internacional de Selección de bebidas espirituosas de calidad, más prestigioso en reconocimiento de los más importantes del mundo desde hace 50 años.

La ceremonia anual de premiación, se celebró en París el lunes 29 de mayo de 2017. A guisa de él, nuestros productos ganaron medallas de oro y plata. Nuestra Medalla de Oro y Plata es la máxima distinción que se le otorga a los productos de la licorera más reconocida del país.

LA FÁBRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA SUEÑA EN GRANDE Y PIENSA EN GRANDE!

FLA GANADORES ABSOLUTOS DE GRAN ORO, MEDALLA DE ORO Y PLATA PARA LOS PRODUCTOS DE LA LICORERA MÁS RECONOCIDA DEL PAÍS



El mundo de los licores se divide en tres grandes categorías: licor de uva, licor de cereales y licor de frutas. Cada una de ellas tiene sus propias características y sabores. La FLA, con su experiencia y tradición, ha logrado crear productos de alta calidad que han ganado numerosos premios internacionales. Esto demuestra el compromiso de la licorera con la excelencia y la innovación en el sector.

42 JUNIO 11, 2017 | [www.semana.com](#) | EL SECTOR DE LICORES ES REGULADO POR LA LEY DE PROMOCIÓN DEL DESEMPEÑO DE EMPRESAS SUBSISTANTES A MENORES DE 23000 TONELADAS DE VINO

Free Press SEMANA Edición n°1833 Junio 18, 2017

A SOBRE RUEDAS

Las incorporaciones del cóncavo Cherokee hacen parte de la nueva temporada del vehículo. Durante tres horas, los participantes aprovecharon a las capacidades del dúo técnico de manejo de la compañía. La demostración completa, varios pilotos invitaron a los conductores a dominar los caminos y a sentir confianza y seguridad. Los pilotos podrán poner a prueba todos los atributos del vehículo y aprenderán sobre el manejo off road y aprenderán sobre el uso de uno de los atributos del vehículo, el Cherokee Longitude Plus siempre en acción, ya que incorpora un motor que reduce el consumo de combustible. El Cherokee Longitude Plus siempre en acción.

SOSTENIBILIDAD

Fortox y seguridad privada Fortox presentaron su Informe Sostenibilidad 2016 al Pacto Global de las Naciones Unidas. Esta iniciativa internacional promueve la responsabilidad social empresarial y define los lineamientos para los miembros del G4 de Global Reporting. Así mismo, los avances en la construcción de un negocio sostenible.

que, según el mismo texto, ofrece soluciones integrales a sus clientes en ATL, BTL, digital y branding, siempre buscando las mejores ideas y estrategias.

EFFECTIVIDAD

La agencia colombiana de publicidad Sancho BBDO fue reconocida por cuarta vez como la más efectiva del mundo, según Effie Effectiveness Index 2017. Dentro de este prestigioso ranking, que se extiende por 40 países, Sancho BBDO obtuvo un total de 324 puntos por sus 75 premios, y otras agencias colombianas, como OMD, Sistole y Proximity, jugaron también un papel importante. **Carlos Felipe Arango**, presidente ejecutivo de Sancho BBDO, señala que recibir el premio es un orgullo y ratifica que cuando la creatividad se fundamenta en una clara estrategia y en el conocimiento del negocio del cliente, los resultados hablan por sí solos. "Es un reconocimiento a nuestra constancia, pasión y a nuestro compromiso con los clientes y con la industria", concluyó.

PREMIOS Y PREMIOS

La Fábrica de Licores de Antioquia pisó fuerte en los premios Monde Selection 2017. La compañía se llevó ocho medallas y los 70 jurados eligieron como ganadores absolutos al Ron Medellín Gran Reserva 12 años, al Aguardiente Real 1493 y a la Crema de Ron Medellín. También fueron galardonados, entre 3.000 productos, el Ron Medellín Extra Añejo 8 años, el Ron Medellín Ecos Añejo 5 años sin azúcar añadido, el Aguardiente Antioqueño tradicional, el Aguardiente Antioqueño sin azúcar, con la medalla de plata, el Ron Medellín Añejo 3 años. A partir de este momento, los productos premiados exhibirán el sello de calidad Monde Selection, una distinción que es considerada como una de las más importantes del mundo desde hace 56 años.



AVIANCA JULIO

**CON 8 MEDALLAS DE ORO Y PLATA
LOS MEJORES LICORES DEL MUNDO**

SUEÑA EN GRANDE Y PIENSA EN GRANDE

EL ANFITRION FERIA

Aguardiente Antioqueño

PAR LAS QUE SEA

... PARA LA SALUD. PROMUEVE EL CONSUMO DE BEBIDAS EMBAJADORAS A MEMBROS DE UNAS, SIN VOT.



INTERNET: FACEBOOK



Ron Medellin Añejo
3 de junio a las 15:00 · 🌐

¡2 Gran Oro, 2 Oro y 1 plata en el #MondeSelection! El mundo reconoce #LaEsenciaDelMejor de nuestro #RonMedellin

54,306 reproducciones

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

👤 Tú y 1,408 personas más [Comentarios destacados *](#)

206 veces compartido 24 comentarios

FRE PRESS HORA 13 Noticias Junio 6 de 2017

GENERALES DEPORTES EL POSTRE ECONÓMICAS SALUD SECCIONES QUIÉNES SOMOS

La Fábrica de Licores de Antioquia obtuvo 8 medallas de oro en los premios Monde Selection

Junio 16, 2017 Mariana Colorado H13N, Hora 13 Noticias, La Fábrica de Licores de Antioquia, La Fie recibe premio Monde Selection, Monde Selection, premios Monde Selection

En la isla de Malta se evidenció la calidad de los productos antioqueños. Hasta en los temas de licores, aplica el adagio popular de "más sabe el diablo por viejo que por diablo".

Fueron 70 jurados los encargados de analizar aroma, proceso de añejamiento y sabores. Una cosa quedó clara: no solo es en temas de comida, deportes y café, las empresas antioqueñas son líderes.



<https://h13n.com/portacomidas/>

<https://h13n.com/la-fabrica-de-licores-de-antioquia-obtuvo-8-medallas-de-oro-en-los-premios-monde-selection/>

FREE PRESS Teleantioquia Noticias Junio 6 de 2017



<https://goo.gl/EbaxvR>



Free Press Canal CNC Medellín



Selection 2017 en Bruselas. Medallas de oro y plata para los productos de la FLA.



<http://canalcncmedellin.com/la-fabrica-licores-antioquia-fue-galardonada-monde-selection-2017/>

Free Press Minuto30.com



MINUTO 30.COM

HOME MEDALLIN BOGOTÁ ANTIOQUIA NACIONAL POLÍTICA

SAÚDE CULTURA ECONOMÍA DEPORTES Y TIPOLOGÍA DEPORTES Y TECNOLOGÍA

ACTUALIZADO: 3 [Julio 2017] Votos: 4.6/5.0 (1.000 votos) - Ver más detalles de la votación de los usuarios sobre la calidad de la noticia y su contenido.

Productos de la FLA arrasaron en los premios Monde Selection 2017

© 3 julio 2017 | Medellín, País de Antioquia, Colombia

f t g+



Google ha cerrado el anuncio.
Cliquea de ver anuncio.
¿Por qué este anuncio?

La Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia se levantó con medallas en las Premias Monde Selection 2017, tras una exhaustiva competencia con más de 3000 productos de 87 países.

73 jurados en Bruselas, Bélgica, eligieron como ganador absoluto con Gran Oro al Ron Medellín Gran Reserva 12 Años, al Aguardiente Real 1483 y a la Crema de Ron Medellín de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia.

De igual manera, también fueron galardonados con Medalla de Oro el Ron Medellín Extra Añejo 5 Años, el Aguardiente Antioqueño Sin Azúcar, el Aguardiente Antioqueño Tradicional, el Ron Medellín Crema 5 Años Sin Azúcar Adicionado, además de la Medalla de Plata que obtuvo el Ron Medellín Añejo 3 años.

<https://goo.gl/2j1Myi>

El Monde Selection es el Instituto Internacional de selección de bebidas espirituosas de calidad, esta distinción es considerada una de las más importantes del mundo desde hace 56 años.

La ceremonia anual de premiación se celebró en Malta el lunes 29 de mayo de 2017. A partir de allí, nuestros productos galardonados exhibirán el sello de calidad Monde Selection durante 3 años.



MONDE SELECTION 2017

No se avergüence considerar que Monde Selection, Instituto Internacional que analiza, evalúa y premia cada año a través de sus sellos exclusivos la calidad de productos de consumo provenientes de todo el mundo, anuncia los sellos otorgados a las marcas Aguardiente Antioqueño, Ron Medellín, Crema de Ron Medellín y Aguardiente Real 1483 en la ceremonia que se celebró en Malta, el pasado lunes 29 de mayo de 2017.

SELLOS OBTENIDOS MONDE SELECTION 2017

PREMIO CALIDAD DE PRODUCTO	SELLO OBTENIDO	PREMIO CALIDAD DE PRODUCTO	SELLO OBTENIDO
Ron Medellín Añejo	Plata	Aguardiente Real 1483	Gran Oro
Ron Medellín Extra Añejo 5 Años	Oro	Crema de Ron Medellín	Gran Oro
Ron Medellín Gran Reserva 12 Años	Gran Oro	Ron Medellín Añejo Extra 3 Años	Oro
Aguardiente Antioqueño Sin Azúcar	Oro	Sin Azúcar Adicionado	Oro
Aguardiente Antioqueño Tradicional	Oro		



GANADORES ABSOLUTOS DE GRAN ORO, MEDALLA DE ORO Y PLATA PARA LOS PRODUCTOS DE LA LICORERA MÁS RECONOCIDA DEL PAÍS

FREE PRESS elpalpitar.com 5 de Junio de 2017

Palpitar COM

Vuelos desde \$59.990
Ofertas por tiempo limitado (busca, compara y Viaja! viaja.com.co)

ATENCIÓN | SEGURIDAD | NOTICIAS | OPINIÓN | DEPORTES | ENTRETENIMIENTO | MEDIO AMBIENTE | MUNDO | MULTIMEDIA

ESTÁNDAR | Qué es Palpitar, la YouTube que cuenta su caso de forma en internet

Prestamos Personales
Tu solución es totalmente gratis sin comisiones ni intereses

Fábrica de Licores de Antioquia arrasó con galardones en prestigiosos premios, en Bélgica
Alexander Bermúdez · 5 de junio de 2017 · ANTIOQUIA

Facebook | Twitter | Google+ | Pinterest

Un total de ocho medallas a varios de los productos de la Fábrica de Licores de Antioquia establece a la empresa como la más reconocida en el país.

Seguridad

Administradora falleció tras ser estrangulada al interior de un local en barrio Lorena de Laureles

Con un letrero y signos de violencia, hallaron un joven sin vida en San Andrés

El extraño caso de los lingotes de oro y el asesinato de Guri empresarial en Medellín

Con cinco disparos asesinaron a un joven de 23 años en Barón Ronón

Un total de ocho medallas a varios de los productos de la Fábrica de Licores de Antioquia establece a la empresa como la más reconocida en el país.

La Fábrica de Licores de Antioquia arrasó con la premiación del Monde Selection 2017, honores que dejó a la empresa del Departamento sobre sus demás competidores en Bruselas, Bélgica.

Un total de ocho medallas recibió la Fábrica de Licores de Antioquia este lunes, 5 de junio, en Monde Selection 2017, celebración que se realizó en Malta, bajo más de 70 jurados expertos.

Tras una gran competencia, con más de 3.000 productos de 87 países, los primeros en llevarse el honor fueron el Ron Medellín Gran Reserva 12 Años, el Aguardiente Real 1493 y la Crema de Ron Medellín, licores que fueron premiados con el Gran Oro.

Asimismo, fueron galardonados con Medalla de Oro el Ron Medellín Extra Añejo 8 Años, el Aguardiente Antioqueño Sin Azúcar, el Aguardiente Antioqueño Tradicional y el Ron Medellín Extra Añejo 5 Años Sin Azúcar Adicionado.

El Ron Medellín Añejo 3 años también obtuvo su reconocimiento con la Medalla de Plata.

De esta manera, los licores antioqueños galardonados tendrán, a partir de este momento, el sello de distinción de calidad Monde Selection durante 3 años.

Estos méritos son mayores para el Departamento porque el Monde Selection es el Instituto Internacional de selección de bebidas espirituosas de calidad, además es uno de los más reconocidos en el mundo desde hace 56 años.

#PalpitamosJuntos
¡COMUNICATE! COMPÁRTELO QUE PASA EN TU COMUNIDAD
www.elpalpitar.com

Noticias | Opinión | Comentarios | Videos

Confusión por orden de captura contra el conserje de Antioquia

Escalada de tensión y Percepciones de San Francisco, iniciadas por caso de defraudación

Duro golpe contra el microtráfico en Jenicó con el operativo más grande de los últimos años

FREE PRESS colombiamegusta.com 20 JUNIO 2017

Colombia me Gusta **ENTRETENIMIENTO ESTILO DE VIDA DEPORTES COLOMBIA MÚSICA POLÍTICA**

ESTILO DE VIDA

Licores colombianos arrasaron en los premios Monde Selection 2017

f t p

Desde 1961, **Monde Selection** analiza, evalúa y premia, a través de sus sellos exclusivos, la calidad de un gran número de productos de consumo. Cada año, 70 expertos internacionales realizan catas y pruebas totalmente independientes de productos procedentes de todo el planeta.

En función de los resultados obtenidos, se otorgan a dichos productos Quality Awards que acreditan su calidad ante los consumidores durante los siguientes 3 años.

En la pasada edición celebrada en Malta en Mayo, Colombia arrasó con 8 medallas y 3 trofeos, siendo superado en número por Japón. La FLA (Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia) obtuvo 8 medallas tras una exhaustiva competencia con más de 3.000 productos de 87 países.

Además de las medallas, Colombia también ganó varios trofeos internacionales de alta calidad, premio que se concede a los productos que obtienen un alto nivel de calidad durante tres años consecutivos (Gran Oro, Oro).

Alcoholes y licores:

- Empresa de Licores de Cundinamarca: Aguardiente Nectar Rojo Sin Azúcar
- Industria Licorera del Cauca: Aguardiente Caucaño Sin Azúcar

Cervezas, aguas y bebidas sin alcohol:

Colombia me Gusta **ENTRETENIMIENTO ESTILO DE VIDA DEPORTES COLOMBIA MÚSICA POLÍTICA**

- Empresa de Licores de Cundinamarca: Aguardiente Nectar Rojo Sin Azúcar
- Industria Licorera del Cauca: Aguardiente Caucaño Sin Azúcar

Cervezas, aguas y bebidas sin alcohol:

- Bavaria S.A.: Club Colombia Dorada y Club Colombia Reserva Especial

A CONTINUACIÓN, TE PRESENTAMOS LOS LICORES COLOMBIANOS ARRASARON EN LOS PREMIOS MONDE SELECTION 2017:

Premio Calidad de Producto

Ron Medellín Gran Reserva 12 años: Gran oro



<http://www.elclor.com.co>

Aguardiente Real 1493: Gran oro

VALLA FLA



COMERCIALIZADORES CÓRDOBA:



Backing

COMERCIALIZADORES BOLÍVAR:



Punta de góndola



COMERCIALIZADORES SUCRE:



VEHÍCULOS

ANEXO 13



*Ron
Medellin*

CAMPAÑA INTERNACIONAL





**RON MEDELLÍN
INTERNACIONAL**

OBJETIVO

Construir el concepto para Ron Medellin en el mercado internacional, partiendo de su atributo principal:
el añejamiento 100% natural

ATRIBUTOS Ron Medellín

Sabor seco y amaderado, gracias a su añejamiento natural en barricas de roble americano y sin ningún tipo de adiciones que puedan alterar su sabor.



BENEFICIOS FUNCIONALES

Un licor con 35° grados de alcohol y un bajo contenido de azúcar, que cuando se toma puro o en las rocas satisface el gusto de los **paladares más exigentes** y si se toma mezclado o en maridaje, permite resaltar mejor los demás sabores

PERSONALIDAD DE MARCA

Arquetipos: Sabio, Explorador, **Rebelde**

Ron Medellín es una marca que invita a las personas a atreverse a ser diferente, a no seguir la corriente, a no aceptar ningún molde o estereotipo, a crear su propio camino, a creer en sus instintos, a ser y valorar el hecho de que somos únicos.

ESENCIA

**El sabor de los que
piensan diferente**



LIBRES



APASIONADOS



PROPOSITIVOS



ARRIESGADOS



AVENTUREROS



EXIGENTES

MEDELLÍN

Cuando la gente piensa en **Medellín**, piensa en una sola cosa.... **Nosotros pensamos diferente**. Pensamos en innovación, creatividad, pasión, resiliencia, amabilidad. Pensamos en millones de personas que no se conforman con ser lo que todos piensan de ellos, sino que cada día luchan por **ser ellos mismos, por crear su propio camino**... Somos un icono de cambio, porque nos atrevimos a ser diferentes, a pensar diferente, a hacer las cosas diferente.

Y por ello nuestro **Ron Medellín** también es diferente, es para **gente que exige más**, que no se conforma con lo mismo que los demás, que no teme decir las cosas como son, que valora la diferencia, que va más allá de los estereotipos y las expectativas y se atreve a **romper el molde**.

CONCEPTO

**BE DIFFERENT
LIKE RON MEDELLÍN**

CONCEPTO

**SE DIFERENTE
COMO RON MEDELLÍN**

ATRÉVETE A SER
DIFERENTE

COMO



*Ron
Medellín*

NATURAL

BARRILES DE
ROBLE AMERICANO

AVENTURERO

1.500MTS A NIVEL
DEL MAR

ÚNICO

SECO

LIBRE

AMIELAMIENTO
NATURAL



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PREVIENE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENRIACANTES A MENORES DE EDAD. 56% VOL.

ATRÉVETE A SER
DIFERENTE

COMO
 *Ron
Medellin*



BARRILES DE
ROBLE AMERICANO

1.500MTS A NIVEL
DEL MAR

SECO

ANEJAMIENTO
NATURAL

NATURAL

AVENTURERO

UNICO

LIBRE

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PELIGROSO PARA LA SALUD. PREVIENE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 50% VOL.

DARE TO BE
DIFFERENT

LIKE



*Ron
Medellin*



NATURAL

WILD

UNIQUE

FRESH

AMERICAN
OAK BARRELS

1,500MT ABOVE
SEA LEVEL

DRY

NATURALLY
AGED

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PREVIENE EL CONSUMO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 50% VOL.

DARE TO BE
DIFFERENT

LIKE



*Ron
Medellin*



AMERICAN
OAK BARRELS

1,500MT ABOVE
SEA LEVEL

DRY

NATURALLY
AGED

NATURAL

WILD

UNIQUE

FREE

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PELIGROSO PARA LA SALUD. PREVIENE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 50% VOL.

ANEXO 14

PROCESO CLAIM DE MARCA



*Ron
Medellín*



 *Ron
Medellin*



ESENCIA
de un
buen  *Ron*

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD.
PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD.

Al recibir la cuenta en el primer contrato con validez hasta el 31 de Dic de 2016, vemos implementado el slogan de marca La Esencia De Un Buen Ron.

Para lo cual la agencia hace sugerencias en varios aspectos:

- 1) Darle la importancia casi de logotipo al slogan de la marca, genera competencia visual con nuestra marca Ron Medellín la cual debe tener todo el protagonismo, se recomienda dejar de usarlo como logo. (ver imagen de propuesta gráfica en siguiente

LA ESENCIA DE UN BUEN RON
NO ENVEJECE, SE AÑEJA.

SABÍAS QUE  *Ron Medellín*

es un ron seco, sin caramelos ni infusiones
que alteren su sabor y color.



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD.

Una vez realizados los talleres de planeación estratégica donde un capítulo importante es el estudio de la comunicación de la competencia se encuentran varios hallazgos entre ellos, el lenguaje superior con el que se expresan las bebidas espirituosas como whiskeys y rones, donde se utilizan expresiones de un valor superior como por ejemplo; Ron viejo de caldas en su campaña habla de olores y sabores insuperables, y otras marcas se presentan desde lo extraordinario o la grandeza, es entonces donde Feeling invita a revisar el slogan **la esencia de un buen ron**, pues para este caso ser buenos no es suficiente, se trata de ser los mejores y mas deseados en la categoría.

Y nace la propuesta Ron Medellín el espíritu del mejor
ver propuesta realizada en enero de 2017 siguiente diapositiva.



INGREDIENTES

SUPERIORIDAD

APROPIACIÓN DE LO
NUESTRO

RON EXPERTO

MEDELLÍN TIENE
EL ESPÍRITU
DEL MEJOR.

 *Ron
Medellín*

DESCUBRE MÁS EN
WWW.RONMEDELLINANEJO.COM



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD.

MEDELLÍN TIENE EL ESPÍRITU DEL MEJOR.

DESCUBRE MÁS EN
WWW.RONMEDELLINANEJO.COM



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD.

3) Para Febrero de de 2017 el cliente se reúne internamente sin la agencia y deciden adoptar un nuevo slogan:

Ron Medellín la esencia del mejor ron.

Una vez solicitado el concepto a la agencia, esta siguiere eliminar la palabra ron, ya que por términos de normatividad y protección al consumidor, para poder decir que somos el **mejor ron**, debemos tener como demostrarlo frente a la competencia y esto pudiese generar algunos inconvenientes a futuro.

Es en ese punto donde queda establecido el claim definitivo.

Ron Medellín, La Esencia del Mejor

La Esencia del Mejor, nos entrega esa superioridad vs el tono y estilo de la comunicación de la categoría y de alguna forma quien puede tener esta esencia del mejor también es quien lo disfruta.



LA ESENCIA DEL MEJOR



Ron Medellin

LA ESENCIA DEL MEJOR



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.



EN LA FERIA,
MEDELLÍN TIENE
LA ESENCIA DEL MEJOR



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

ANEXO 15

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

 *Ron
Medellín*



EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.



CAPÍTULO 1 RON MEDELLÍN

1.1 - MARCA

INTRODUCCIÓN	4
ESENCIA DE MARCA	5
VALORES DE MARCA	6
PERSONALIDAD	7
TONO DE COMUNICACIÓN	8

1.2 - IDENTIDAD GRÁFICA

LOGO	12
COLORES PRINCIPALES	13
COLORES SECUNDARIOS	14
USOS Y APLICACIONES DEL LOGO	15
APLICACIONES ESPECIALES	16
APLICACIÓN DEL LOGO A UNA TINTA	20
ÁREA DE PROTECCIÓN	21
USOS Y APLICACIONES DE LA ARAÑA	22
USOS LOGOTIPO + 5, 8 Y 12 AÑOS	23
TAMAÑO MÍNIMO	24
USOS INCORRECTOS DEL LOGOTIPO	25
TIPOGRAFÍAS	26
ESLOGAN DE MARCA	27

1.3 - LINEAMIENTOS GRÁFICOS

LINEAMIENTOS PARA EL LAYOUT	29
LAYOUT	30
FONDOS A USAR	32
TEXTOS LEGALES	33
BOTELLAS	34
COPAS Y VASOS	35
ESTILO DE VIDA	36
LENGUAJE PARA REDES	37

1.4 - CANALES

PIEZAS PARA CANALES	39
AFICHE	40
FLANGER	41
MÓVIL + ROMPETRÁFICO	42
VOLANTE	44
PORTAVASOS - TEND CARD MEZCLADORES	45
GÓNDOLA CANAL MODERNO	46

1.5 - MERCHANDISING

MERCHANDISING	49
---------------	----



1.1
MARCA

INTRODUCCIÓN



Una marca es la identidad misma de una empresa; un producto o un servicio, que desde la fisionomía visual y caracterización del lenguaje, busca proyectar la esencia de lo que es y lo que ofrece de cara a los distintos públicos.

En este manual reunimos todos los aspectos que le dan forma a la identidad de Ron Medellín, consolidando de forma precisa su arquitectura de comunicación gráfica y estableciendo parámetros que nos permitan aplicar la marca de forma adecuada en los diferentes medios a los que pueda llegar.

Generar una identidad clara, creativa y atractiva bajo una estructura conceptual definida, son aspectos claves que permiten obtener el crecimiento y posicionamiento que todo negocio busca, por eso, todas las acciones de creatividad, diseño y producción de cualquier material o pieza de comunicación que Ron Medellín solicite, deben basarse en lo aquí especificado.





**EL PLACER DE DISFRUTAR MOMENTOS
DE RECOMPENSA CON EL SABOR DEL RON
QUE MÁS ME GUSTA.**



VALORES DE MARCA



VALORES:

- AÑEJAMIENTO
- PACIENCIA
- EXPERTISE
- FORTALEZA
- CARÁCTER
- DISFRUTE
- DARSE GUSTO
- INNOVACIÓN

BENEFICIOS:

- FUNCIONALES:

Sabor seco, añejamiento natural, propiedades organolépticas, bebida espirituosa, calidad, portafolio, amplitud de notas.

- EMOCIONALES:

Disfrute, tranquilidad, acompañamiento, intimidad, status con los invitados.



PERSONALIDAD



**ES UNA MARCA CERCANA Y MODERNA,
PERO CON EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO,
QUE INVITA A CADA PERSONA A DISFRUTAR
DE CADA MOMENTO CON EL RON MEDELLÍN
QUE MÁS LE GUSTA.**





TONO DE COMUNICACIÓN

**CERCANO PERO CON EXPERIENCIA
Y CONOCIMIENTO, ENSEÑADO A
CONSUMIR EL PRODUCTO DESDE EL
DISFRUTE DE CADA MOMENTO.**



RON MEDELLÍN



MANUAL
DE IDENTIDAD VISUAL
DE MARCA





 *Ron
Medellín*



1.2 IDENTIDAD GRÁFICA

LOGO



Este es el logo permitido para toda la comunicación de Ron Medellín, como la representación visual de la marca.

Con un orden de lectura de izquierda a derecha. Se destaca logo símbolo de la marca (la araña), seguido del nombre de la marca, Ron Medellín, en el cual solo será en mayúscula el comienzo de cada palabra y no se verá nunca delimitado por ningún tipo de contenedor.





COLORES PRINCIPALES

Esta es la paleta de colores que representa la identidad corporativa de Ron Medellín y que se debe considerar en el momento de realizar cualquier aplicación o soporte de comunicación de la marca.


Estableciendo el negro y el dorado como los colores corporativos principales.

 *Ron
Medellín*



CMYK	RGB	PANTONE
C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100	R: 0 G: 0 B: 0	BLACK 6 C



	CMYK C: 8 M: 28 Y: 86 K: 0	RGB R: 234 G: 183 B: 66	PANTONE YELLOW 122 U
	CMYK C: 1 M: 11 Y: 47 K: 0	RGB R: 253 G: 222 B: 151	LOCACIÓN 48.04% OPACIDAD 100%



COLORES SECUNDARIOS

Para darle mayor versatilidad a la marca y a los diferentes productos que componen el portafolio, se plantea una paleta de colores secundarios para darle mayor riqueza a las piezas de comunicación que se planteen.

Esta paleta nace de los diferentes colores que usan cada una de las presentaciones que se han desarrollado para cada producto, y que sirve además para darle una identidad a cada uno de ellos, estableciendo de esta manera los siguientes colores:



CMYK RGB
C: 0 R: 0
M: 0 G: 0
Y: 0 B: 0
K: 100

PANTONE
BLACK 6 C



CMYK RGB
C: 2 R: 247
M: 30 G: 184
Y: 76 B: 87
K: 0

PANTONE
YELLOW 122 U



CMYK RGB
C: 42 R: 161
M: 66 G: 106
Y: 87 B: 56
K: 5

PANTONE
7574 C



CMYK RGB
C: 41 R: 150
M: 84 G: 70
Y: 100 B: 10
K: 13

PANTONE
1535 C



CMYK RGB
C: 87 R: 0
M: 49 G: 118
Y: 2 B: 185
K: 0

PANTONE
295 U



CMYK RGB
C: 32 R: 111
M: 100 G: 0
Y: 100 B: 0
K: 47

PANTONE
202 C



CMYK RGB
C: 100 R: 14
M: 87 G: 54
Y: 32 B: 106
K: 19

PANTONE
2955 C



USOS Y APLICACIONES DEL LOGO

Siempre se buscará usar en todos los soportes de comunicación, la marca en su versión principal. En caso que no sea posible, estas serán las diferentes aplicaciones permitidas de la misma en diagramación y color.



Ron
Medellín



Ron Medellín



Ron
Medellín



Ron Medellín



APLICACIONES ESPECIALES

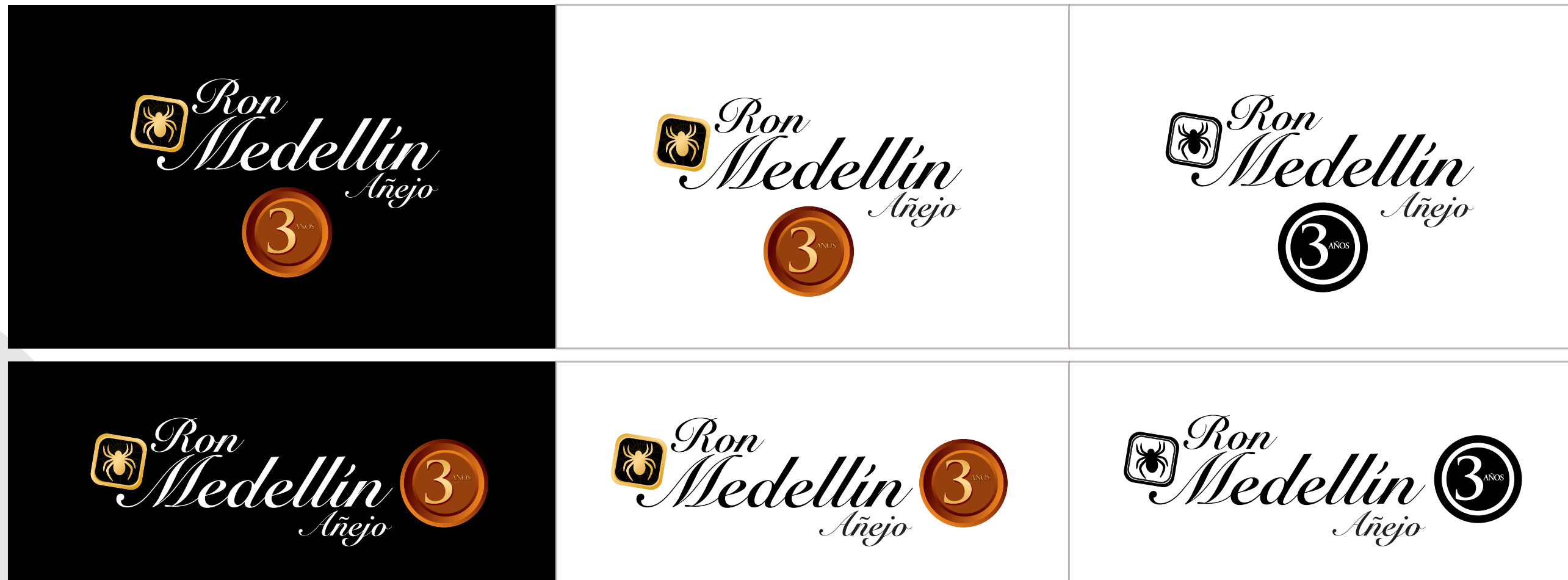
Estas aplicaciones especiales serán utilizadas única y exclusivamente para campañas específicas de acuerdo al producto y serán aprobadas únicamente por la Dirección de Mercadeo de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia.





APLICACIONES ESPECIALES

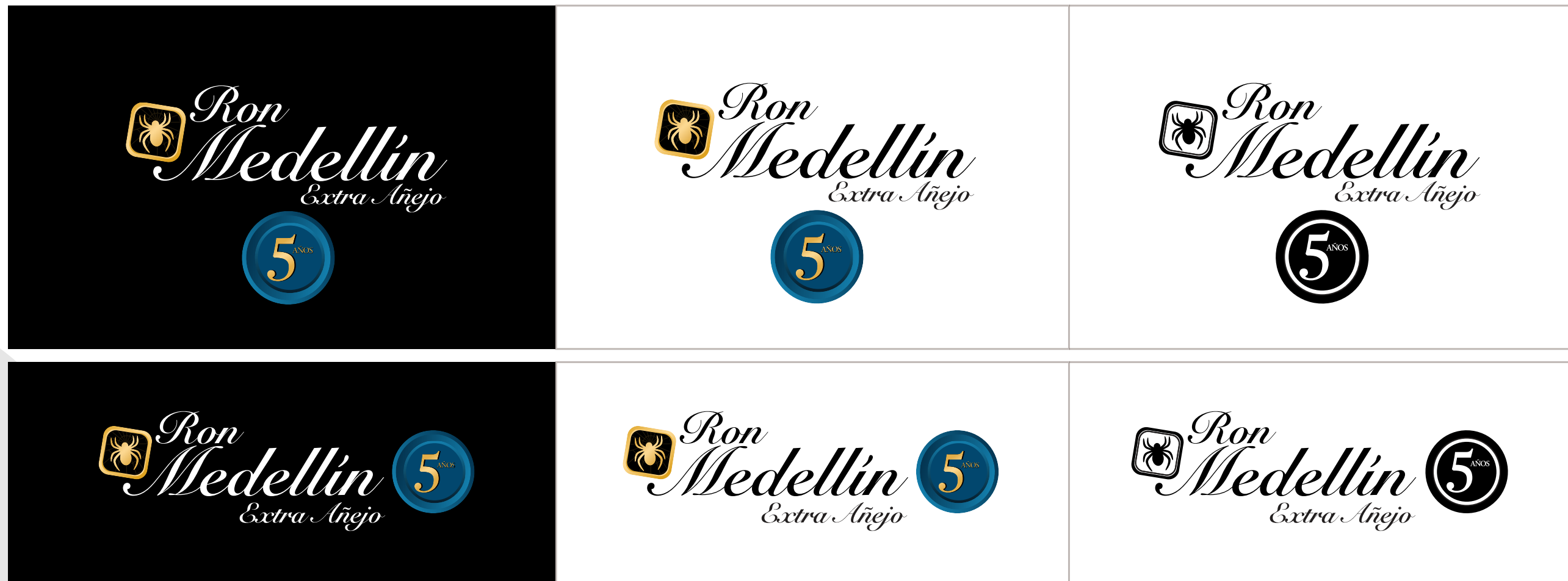
Estas aplicaciones especiales serán utilizadas única y exclusivamente para campañas específicas de acuerdo al producto y serán aprobadas únicamente por la Dirección de Mercadeo de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia.





APLICACIONES ESPECIALES

Estas aplicaciones especiales serán utilizadas única y exclusivamente para campañas específicas de acuerdo al producto y serán aprobadas únicamente por la Dirección de Mercadeo de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia.



El sello Sin Azúcar Adicionado siempre deberá estar aplicado en todas las piezas del producto Ron Medellín Extra Añejo 5 años Sin Azúcar Adicionado.





APLICACIONES ESPECIALES

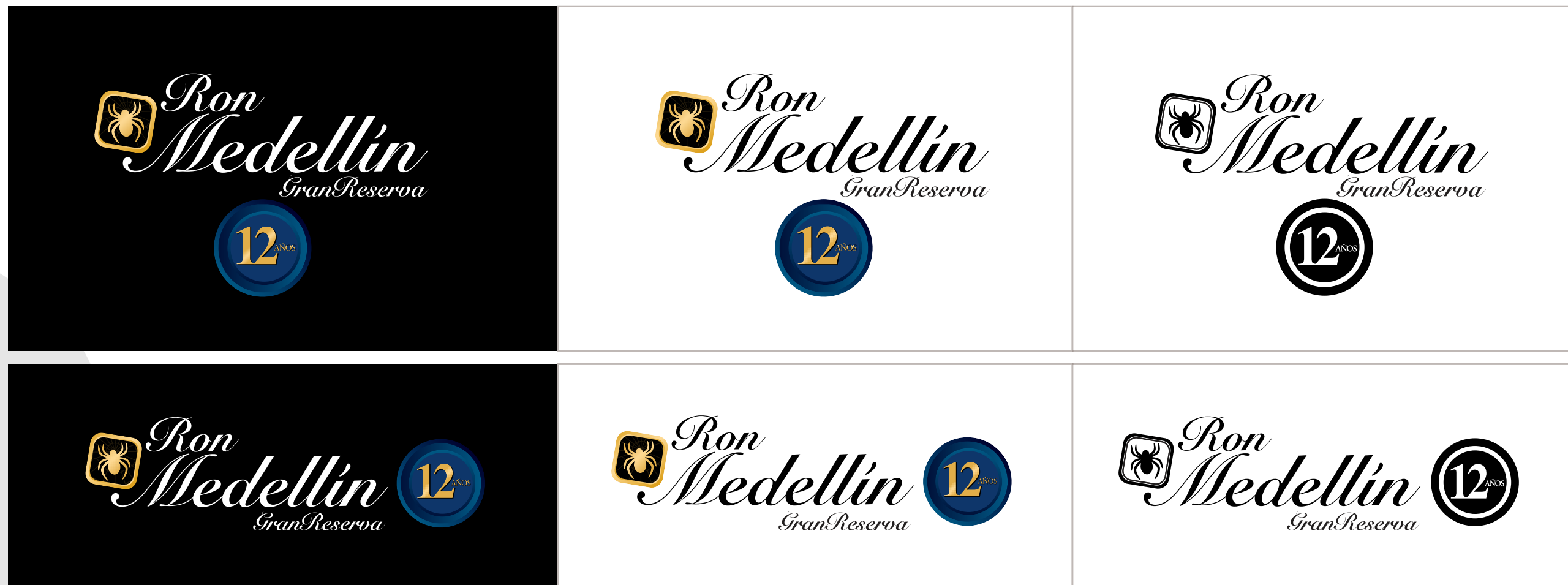
Estas aplicaciones especiales serán utilizadas única y exclusivamente para campañas específicas de acuerdo al producto y serán aprobadas únicamente por la Dirección de Mercadeo de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia.





APLICACIONES ESPECIALES

Estas aplicaciones especiales serán utilizadas única y exclusivamente para campañas específicas de acuerdo al producto y serán aprobadas únicamente por la Dirección de Mercadeo de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia.





APLICACIÓN DEL LOGO A UNA TINTA

Estas aplicaciones especiales serán utilizadas única y exclusivamente para campañas específicas de acuerdo al producto y serán aprobadas únicamente por la Dirección de Mercadeo de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia.





ÁREA DE PROTECCIÓN

Esta área deberá estar libre de todo elemento gráfico que pueda llegar a interferir en la percepción o lectura de la marca.

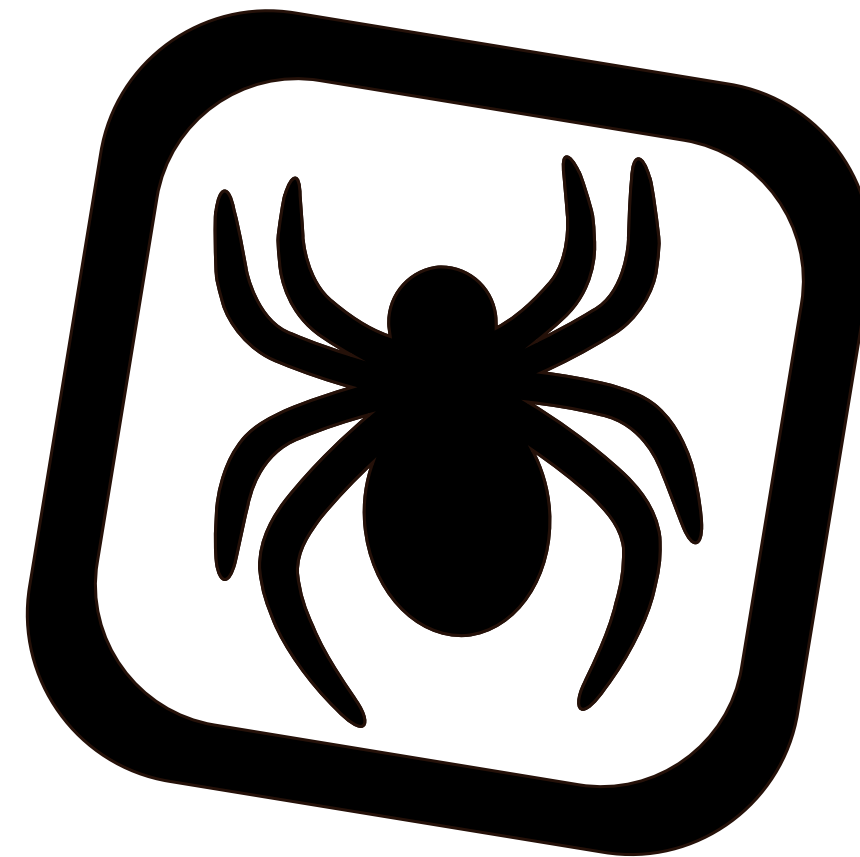
En este caso la construcción del área de protección está determinada por la medida "el símbolo de la araña".





USOS Y APLICACIONES DE LA ARAÑA

Siempre se buscará usar en todos los soportes de comunicación, la representación de la araña en su versión principal. En caso que no sea posible, esta será la otra opción de aplicación permitida.





USOS LOGOTIPO + 5, 8 Y 12 AÑOS

Algunas aplicaciones en la comunicación, el logotipo de Ron Medellín 3, 5, 8 y 12 años, podrá ir acompañado de la descripción de cada uno de los productos, Añejo, Extra Añejo para 5 y 8 años, y Gran Reserva para 12 años. Estas deben ser aprobadas por la Dirección de Mercadeo. Para Ron Medellín Dorado siempre deberá llevar la palabra DORADO.





TAMAÑO MÍNIMO

Para asegurar una lectura clara y el uso correcto de la marca sobre cualquier soporte en el que se aplique, se ha determinado un tamaño mínimo. Es por esto que el logo nunca debe medir menos de 3 cm de ancho y su altura será proporcional a esta medida.



El logo debe medir 3 cm de ancho y la altura debe ser proporcional a la base del mismo.





USOS INCORRECTOS DEL LOGOTIPO

Por ningún motivo debe modificarse la forma, color o diseño del logo Ron Medellín propuesto en este manual.

En esta página podrán encontrar algunos ejemplos de lo que NUNCA se debe hacer, a la hora de aplicar el logo:



A) Usar contenedor en otro color (solo en 5 años tiene una excepción con el azul)



B) Uso inapropiado de sombras no permitidas



C) Borrar elementos del logo



D) Uso inapropiado de degradados sobre el logo



E) Aplicación incorrecta de color sobre colores que no contrasten



F) Girar los elementos del logo



G) Aplicación incorrecta del logo sobre color



H) Uso inapropiado de delineados sobre el logo



I) Ubicación inapropiada de elementos de el logo



TIPOGRAFÍAS

La tipografía seleccionada para la identidad de marca y a utilizar en todos sus soportes de comunicación será la Typograph Pro, London light y la Trajanpro Regular. La tipografía del logo será la Snell Roundhand Bold Script.

GOTHAM

abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!".\$%&/()=?¿*

Titulares
y body
copies

TRAJAN PRO

abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!".\$%&/()=?¿

Titulares
y textos
destacados

SNELL ROUNDHAND BOLD SCRIPT

abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNO PQRSTUVWXYZ
1234567890
*!".\$%&/()=?¿**

Logotipo

ESLOGAN DE MARCA



LA ESENCIA DEL MEJOR

LA ESENCIA DEL MEJOR

LA ESENCIA
DEL MEJOR

LA ESENCIA
DEL MEJOR

LA ESENCIA DEL MEJOR

LA ESENCIA DEL MEJOR

LA ESENCIA
DEL MEJOR

LA ESENCIA
DEL MEJOR





1.3
LINEAMIENTOS GRÁFICOS



LINEAMIENTOS PARA EL LAYOUT

Siempre que se haga una propuesta gráfica para la marca, es necesario tomar en cuenta los siguientes elementos claves:

1. Tener el logo en un tamaño y una visible y una ubicación en donde se destaque.
2. Adicionalmente, siempre debe ir acompañado del concepto de marca "La Esencia del Mejor" usando para esto la diagramación, tipografía y colores que se identifican en este manual.
3. Se debe procurar darle protagonismo al producto o al portafolio que se quiera comunicar.
4. Tanto el título como el texto que acompañan la pieza deben tener un tamaño proporcional para que generen una buena lectura.
5. Todas las piezas deberán llevar la información legal en la parte inferior.



LAYOUT



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

LAYOUT



MANUAL
DE IDENTIDAD VISUAL
DE MARCA

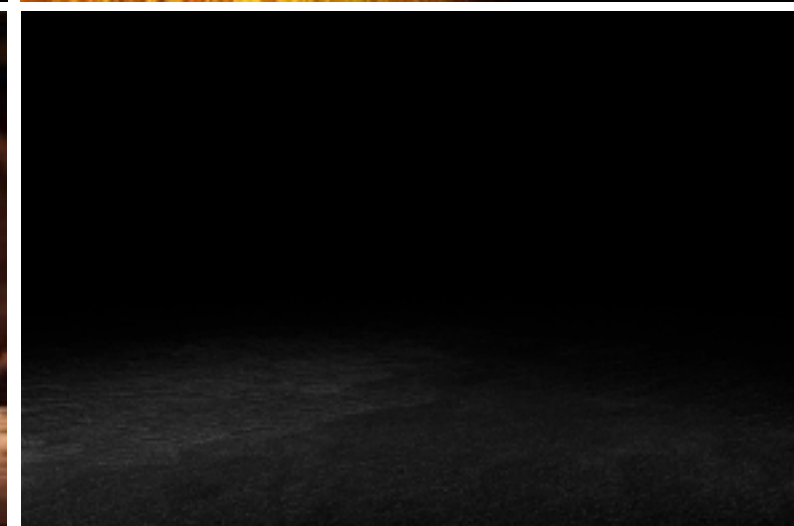


* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



FONDOS A USAR

Los fondos a usar en las diferentes publicaciones de la marca deberán reflejar la filosofía de la misma, buscando exaltar la experiencia, el origen y procesos de nuestros productos.



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.





TEXTOS LEGALES

Estos serán los textos legales que deben acompañar toda pieza de comunicación que se desarrolle para la marca y el manejo gráfico que se le deberá dar a esta información según sea la pieza.

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

**EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD.
PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.**

**EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD.
PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.**



BOTELLAS

El uso de las botellas en las diferentes piezas de comunicación podrá ser completa o cortada.

En el caso de cortarse solo podrá hacerse desde el cuello a la altura de la araña que se deberá conservar en la pieza.

Si en la pieza se están comunicando todo el portafolio de productos, las botellas deberán ir juntas y en orden de izquierda a derecha según su fecha de añejamiento.





COPAS Y VASOS

A la hora de acompañar las piezas de comunicación con producto servido; esta referencia de copas y vasos serán las únicas permitidas para usar.

Copas



Vaso Mikonos Rocks



Vaso para
Ron DORADO

Vaso Toledo Rocks





ESTILO DE VIDA

Las imágenes a utilizar en la comunicación de la marca no solo deben reflejar la filosofía de la misma, sino también el estilo de vida de nuestros consumidores. Es por esto que se debe manejar el uso de imágenes que inviten a un estilo de vida Premium y de celebración, de goce de los placeres, la experiencia y el disfrute.

Las imágenes elegidas para representar el tipo de situaciones anteriormente mencionadas siempre deben colorearse en tonalidades de ocre para alinearse con el lenguaje visual de la marca.

ESTILO DE VIDA LÍNEA BASE



ESTILO DE VIDA LÍNEA PREMIUM



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



LENGUAJE PARA REDES

El lenguaje siempre se dará en primera persona, su tono será cercano pero con experiencia y conocimiento de lo que está hablando y hablará bien sea enseñado a cómo o dónde consumirlo, pero siempre desde el disfrute de cada momento a través del producto.



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



1.4
CANALES

PIEZAS PARA CANALES



**TAT
ON
MODERNO
MAYORISTAS**

AFICHE



MANUAL
DE IDENTIDAD VISUAL
DE MARCA



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

FLANGER



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

MÓVIL + ROMPETRÁFICO



MANUAL
DE IDENTIDAD VISUAL
DE MARCA



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

MÓVIL + ROMPETRÁFICO



MANUAL
DE IDENTIDAD VISUAL
DE MARCA



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

PORTAVASOS – TEND CARD MEZCLADORES



MANUAL
DE IDENTIDAD VISUAL
DE MARCA



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

GÓNDOLA CANAL MODERNO



MANUAL
DE IDENTIDAD VISUAL
DE MARCA



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



CENEFA



CABEZOTE



LATERAL



LATERAL



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



PORTAPRECIOS



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

PLASTILONAS



CHISPA



BANDERINES



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

INDIVIDUALES



AYUDAVENTAS



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



1.5
MERCHANDISING

CRISTALERÍA



MANUAL
DE IDENTIDAD VISUAL
DE MARCA

Vaso Toledo Bebidas

Vaso Toledo Rocks



Copas



Vaso Mikonos Rocks



Vaso para
Ron DORADO



UNIFORMES DOTACIÓN



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



UNIFORMES DOTACIÓN



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

UNIFORMES DOTACIÓN



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



UNIFORMES DOTACIÓN



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



UNIFORMES DOTACIÓN



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



GORRA Y BOLSO MANOS LIBRES



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

DELANTAL



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

CARROS



MANUAL
DE IDENTIDAD VISUAL
DE MARCA



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



CARPAS



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.





MORRAL Y RIÑONERAS



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.



POP FERIAS



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

BOLSAS REGALO



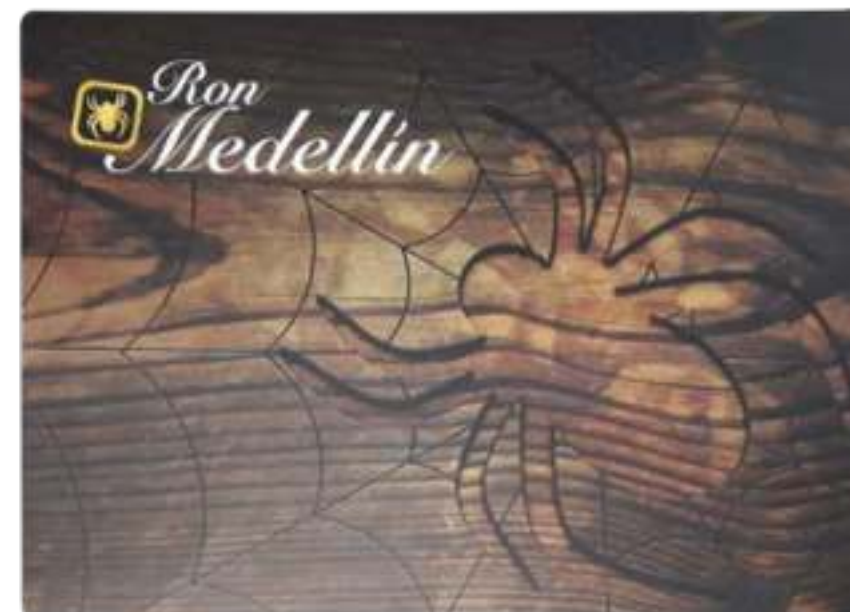
* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

PORTAVASOS



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

INDIVIDUALES



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

VASOS PLÁSTICOS



COPA DE 3 ONZ RON



COPA CUADRADA 2 ONZ



VASO 5 ONZ RON



VASO 9 ONZ RON

* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

CHAROL



MANUAL
DE IDENTIDAD VISUAL
DE MARCA



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

HIELERA Y MEZCLADOR



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.

VENTILADOR DE MANO



MANUAL
DE IDENTIDAD VISUAL
DE MARCA



* Estas son aplicaciones sugeridas. Su diseño puede variar según la campaña o la intención del mensaje, siempre y cuando respete los lineamientos de marca.





GRACIAS

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA





Introducción

1. El manual de identidad de visual de Crema de Ron Medellín 8 Años es una herramienta que ayuda en el proceso de aplicación de la marca.
2. Este manual pretende dar los lineamientos para la correcta aplicación de los logos de las marcas de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia.
3. Es importante seguir los lineamientos que se establecen para que la aplicación de la identidad tenga consistencia, unidad y concepto, que son la base de su permanencia en el tiempo, su reputación y su éxito.

Estos lineamiento son para utilizarlos y ejecutarlos.





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

La
marca





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

LA ESENCIA

de la marca
Ron Medellín

El placer de disfrutar momentos de recompensa con el sabor del ron que más me gusta.





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

Territorio *de la marca*

Desde todo el portafolio de Ron Medellín, incluyendo la Crema de Ron Medellín 8 Años, nos ubicamos en el territorio de la Recompensa.





Arquitectura *de la marca*

El portafolio de Ron Medellín se divide en 3 líneas:



Línea Base Línea Premium Productos Especiales



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

Extensión *de línea*





Valores y *beneficios*

¿En qué cree la marca?

Experiencia
Conocimiento
Placer
Autenticidad
Complicidad

BENEFICIOS FUNCIONALES:

Sabor suave y con carácter, ideal para disfrutar sola o acompañada.

BENEFICIOS EMOCIONALES:

Gratificación, darse gusto, sofisticación, compartir momentos placenteros con los que más quieres.





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

Personalidad

Es una marca cercana, moderna, experta, sofisticada, cómplice y seductora.

Es un producto que representa el lado más femenino del Ron Medellín, ya que cuenta con toda la suavidad y carácter que representan a las mujeres colombianas.





Tono de *comunicación*

Elegante
Femenino
Sobrio
Amigable





Medellin
Crema de Ron





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

Logo



Medellin
Crema de Ron





Colores corporativos

Esta es la paleta de colores que representa la identidad corporativa de Crema de Ron Medellín y se debe considerar en el momento de realizar cualquier aplicación o soporte de comunicación de la marca.

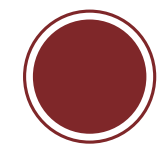
Para verificar la aplicación de los colores, de acuerdo al tipo de material, se debe solicitar una muestra física, ya que el color debe quedar lo más cercano posible al pantone.



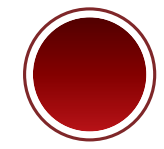
PANTONE Black 6C
CMYK C=0 M=0 Y=0 K=100
RGB R=0 G=0 B=0



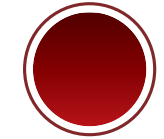
PANTONE Yellow 122 U
CMYK C=8 M=28 Y=86 K=0
RGB R=234 G=183 B=66
LOCACIÓN 48.04%
OPACIDAD 100%



PANTONE 1815 C
CMYK C=45 M=95 Y=85 K=24
RGB R=110 G=43 B=45



CMYK C=0 M=100 Y=100 K=82
CMYK C=0 M=100 Y=100 K=27



RGB R=65 G=0 B=0
RGB R=149 G=22 B=24



PANTONE Yellow 122 U
CMYK C=8 M=28 Y=86 K=0
RGB R=234 G=183 B=66
LOCACIÓN 48.04%
OPACIDAD 100%



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

Usos y aplicaciones del logo

Siempre se buscará usar la marca en su versión principal en todos los soportes de comunicación. En caso que no sea posible, estas serán las diferentes aplicaciones permitidas de la misma en diagramación y color.





Area de *protección*

Esta área deberá estar libre de todo elemento gráfico que pueda llegar a interferir en la percepción o lectura de la marca.
En este caso la construcción del área de protección está determinada por la ubicación de la araña de el logo, la cual se encuentra marcando un perímetro al rededor de el logo.





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

Tamaño *mínimo*

Para asegurar una lectura clara y el uso correcto de la marca sobre cualquier soporte en el que se aplique, se ha determinado un tamaño mínimo. Es por esto que el logo nunca debe medir menos de 3,9 cm de ancho y la altura será proporcional a la medida.





Aplicación *a una tinta*

Por ningún motivo debe modificarse la forma, color o diseño del logo de Crema de Ron Medellín propuesto en este manual. En esta página podrán encontrar aplicaciones el logo en una sola tinta o aplicaciones sobre sustratos o materiales



Aplicación sobre láminas metálicas



Aplicación sobre Madera

Usos Incorrectos *del logotipo*

Por ningún motivo debe modificarse la forma, color o diseño del logo de Crema de Ron Medellín propuesto en este manual. En esta página podrán encontrar algunos ejemplos de lo que NUNCA se debe hacer a la hora de aplicar el logo.



- A. Usar el contenedor en otros colores
- B. Uso inapropiado de sombras no permitidas
- C. Borrar elementos del logo
- D. Uso inapropiado de degradados sobre el logo
- E. Aplicación incorrecta del contenedor sin relleno sobre color
- F. Girar los elementos del logo
- G. Aplicación incorrecta del logo sobre color
- H. Uso inapropiado de delineados sobre el logo



Slogan *de la marca*

SUAVE Y CON CARÁCTER

Todas las piezas de comunicación de la marca deberán ir acompañadas por nuestro eslogan. Su aplicación varía según el formato y el objetivo de la pieza y su tamaño jamás podrá superar el logo de Crema de Ron Medellín 8 Años, presente en todas las piezas.

De la misma manera, el hashtag de la marca solo se usará en aquellas piezas que hagan parte de una estrategia digital o cuyo contenido pueda ser potenciado en nuestras redes sociales, de lo contrario se recomienda omitirlo.

Suave Y CON CARÁCTER

Suave Y CON CARÁCTER

Suave Y CON CARÁCTER

Suave
Y CON CARÁCTER
#SUAVEYCONCARACTER

Suave
Y CON CARÁCTER
#SUAVEYCONCARACTER

Suave
Y CON CARÁCTER
#SUAVEYCONCARACTER





Tipografía *de la marca*

La tipografía seleccionada para la identidad de marca y a utilizar en todos sus soportes de comunicación será la Dense.

DENSE

abcdefghijklmnopqrstuwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

A Gentle Touch 3

abcdefghijklmnopqrstuwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSJULWX
YZ
1234567890

BIG NOODLE TITLING

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Keytin-Light

abcdefghijklmnopqrstuwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890



Estructura *de layout*

A la hora de construir cualquier imagen de comunicación de la marca se deberá respetar los siguientes lineamientos:

1. Usar el logo en un tamaño visible, preferiblemente en la parte inferior de la pieza.
2. El producto siempre deberá ser el protagonista en la pieza.
3. Toda pieza de comunicación debe llevar la información legal en la parte inferior de la misma.
4. Toda las piezas de comunicación deben tener la frase de la campaña que esté en vigencia.

Texto de campaña





Fondos *a usar*

Los fondos a usar en las diferentes publicaciones de la marca deberán respirar la filosofía de la misma, premium, sobriedad y las pequeñas reuniones con familia y amigos. Las imágenes deberán ser con fondo oscuro o negro y mostrar el estilo de vida con el que se identifica Crema de Ron Medellín.





Textos *legales*

Estos serán los textos legales que deben acompañar toda pieza de comunicación que se desarrolle para la marca y el manejo gráfico que se le deberá dar a esta información según sea la pieza.

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 17% VOL.

**EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD.
PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 17% VOL.**



Botella *y copa*

El uso de la botella en las diferentes piezas de comunicación podrá ser completa o cortada, siempre y cuando en el corte no se vea comprometida la legibilidad completa de la etiqueta.





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

Piezas gondola



Lateral



Portaprecios



Cenefa Riel



Cabezote

ANEXO 16



 *Ron
Medellín*

**MATERIA DE MARCA
100 AÑOS**

LAPICERO RM



PORTAVASORM



AGENDAS ECOLÓGICAS



CALENDARIO ESCRITORIO RM



CALENDARIO ESCRITORIO RM



2019
Enero


Rosón Medellín
LA ESSENCIA DEL MUEBLE

L	M	M	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA



El Museo de Historia del Mueble de la IMA, ubicado en el barrio San Antonio, Medellín, Colombia. © IMA 2019.



100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA

El Museo de Historia del Mueble de la IMA, ubicado en el barrio San Antonio, Medellín, Colombia. © IMA 2019.

2019
Febrero

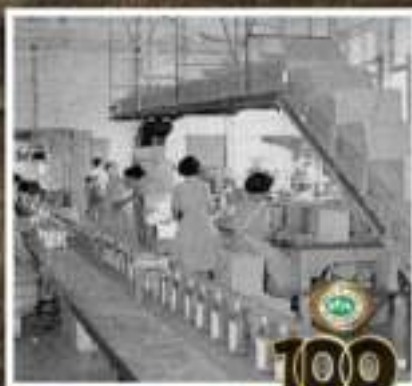
Rosón Medellín
LA ESSENCIA DEL MUEBLE

L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28			

100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA



El Museo de Historia del Mueble de la IMA, ubicado en el barrio San Antonio, Medellín, Colombia. © IMA 2019.



100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA

El Museo de Historia del Mueble de la IMA, ubicado en el barrio San Antonio, Medellín, Colombia. © IMA 2019.

2019
Marzo

Rosón Medellín
LA ESSENCIA DEL MUEBLE

L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA



El Museo de Historia del Mueble de la IMA, ubicado en el barrio San Antonio, Medellín, Colombia. © IMA 2019.



100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA

El Museo de Historia del Mueble de la IMA, ubicado en el barrio San Antonio, Medellín, Colombia. © IMA 2019.

2019
Abril

Rosón Medellín
LA ESSENCIA DEL MUEBLE

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA



El Museo de Historia del Mueble de la IMA, ubicado en el barrio San Antonio, Medellín, Colombia. © IMA 2019.



100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA

El Museo de Historia del Mueble de la IMA, ubicado en el barrio San Antonio, Medellín, Colombia. © IMA 2019.

2019
Mayo

Rom Medellin
LA ESSENCIA DEL MIELO

L	M	M	J	V	S	D
			2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

100 ANOS DE HISTORIAS CON ESENCIA

LA ESSENCIA DEL MIELO

El sabor de la historia. Rom, la esencia del mielero y el sabor de la esencia. 100 años de historia.

100 ANOS DE HISTORIAS CON ESENCIA

En 1919, la fábrica de Rom fue destruida por un terremoto que destruyó más de 2,000 edificios en Medellín. Desde entonces, Rom ha sido reconstruido y hoy es el hogar de la esencia del mielero. 100 años de historia.

LA ESSENCIA DEL MIELO

El sabor de la historia. Rom, la esencia del mielero y el sabor de la esencia. 100 años de historia.

2019
Junio

Rom Medellin
LA ESSENCIA DEL MIELO

L	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

100 ANOS DE HISTORIAS CON ESENCIA

LA ESSENCIA DEL MIELO

El sabor de la historia. Rom, la esencia del mielero y el sabor de la esencia. 100 años de historia.

100 ANOS DE HISTORIAS CON ESENCIA

En 1919, la fábrica de Rom fue destruida por un terremoto que destruyó más de 2,000 edificios en Medellín. Desde entonces, Rom ha sido reconstruido y hoy es el hogar de la esencia del mielero. 100 años de historia.

LA ESSENCIA DEL MIELO

El sabor de la historia. Rom, la esencia del mielero y el sabor de la esencia. 100 años de historia.

2019
Julio

Rom Medellin
LA ESSENCIA DEL MIELO

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

100 ANOS DE HISTORIAS CON ESENCIA

LA ESSENCIA DEL MIELO

El sabor de la historia. Rom, la esencia del mielero y el sabor de la esencia. 100 años de historia.

100 ANOS DE HISTORIAS CON ESENCIA

En 1919, la fábrica de Rom fue destruida por un terremoto que destruyó más de 2,000 edificios en Medellín. Desde entonces, Rom ha sido reconstruido y hoy es el hogar de la esencia del mielero. 100 años de historia.

LA ESSENCIA DEL MIELO

El sabor de la historia. Rom, la esencia del mielero y el sabor de la esencia. 100 años de historia.

2019
Agosto

Rom Medellin
LA ESSENCIA DEL MIELO

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

100 ANOS DE HISTORIAS CON ESENCIA

LA ESSENCIA DEL MIELO

El sabor de la historia. Rom, la esencia del mielero y el sabor de la esencia. 100 años de historia.

100 ANOS DE HISTORIAS CON ESENCIA

En 1919, la fábrica de Rom fue destruida por un terremoto que destruyó más de 2,000 edificios en Medellín. Desde entonces, Rom ha sido reconstruido y hoy es el hogar de la esencia del mielero. 100 años de historia.

LA ESSENCIA DEL MIELO


El sabor de la historia. Rom, la esencia del mielero y el sabor de la esencia. 100 años de historia.


2019 Septiembre *Rosne Medellín*
LA ESSENCIA DEL MIEHO

L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA 

© 2019 Rosne Colombia S.A. Todos los derechos reservados. Rosne Colombia S.A. No es responsable por los daños o perjuicios que se deriven del uso de esta información.



100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA 

La planta de Rosne en Medellín, con su gran capacidad de producción, es el corazón del negocio. Fue fundada en 1919 por el ingeniero Juan José Rodríguez, quien fundó la compañía. Hoy es el corazón de la industria.

© 2019 Rosne Colombia S.A. Todos los derechos reservados. Rosne Colombia S.A. No es responsable por los daños o perjuicios que se deriven del uso de esta información.

2019 Octubre *Rosne Medellín*
LA ESSENCIA DEL MIEHO

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA 

© 2019 Rosne Colombia S.A. Todos los derechos reservados. Rosne Colombia S.A. No es responsable por los daños o perjuicios que se deriven del uso de esta información.



100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA 

El complejo de la F.A. es un hito de la industria. Fue fundada en 1919 por el ingeniero Juan José Rodríguez, quien fundó la compañía. Hoy es el corazón de la industria.

© 2019 Rosne Colombia S.A. Todos los derechos reservados. Rosne Colombia S.A. No es responsable por los daños o perjuicios que se deriven del uso de esta información.

2019 Noviembre *Rosne Medellín*
LA ESSENCIA DEL MIEHO

L	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA 

© 2019 Rosne Colombia S.A. Todos los derechos reservados. Rosne Colombia S.A. No es responsable por los daños o perjuicios que se deriven del uso de esta información.



100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA 

La planta de Rosne en Medellín, con su gran capacidad de producción, es el corazón del negocio. Fue fundada en 1919 por el ingeniero Juan José Rodríguez, quien fundó la compañía. Hoy es el corazón de la industria.

© 2019 Rosne Colombia S.A. Todos los derechos reservados. Rosne Colombia S.A. No es responsable por los daños o perjuicios que se deriven del uso de esta información.

2019 Diciembre *Rosne Medellín*
LA ESSENCIA DEL MIEHO

L	M	M	J	V	S	D
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA 

© 2019 Rosne Colombia S.A. Todos los derechos reservados. Rosne Colombia S.A. No es responsable por los daños o perjuicios que se deriven del uso de esta información.



100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA 

La planta de Rosne en Medellín, con su gran capacidad de producción, es el corazón del negocio. Fue fundada en 1919 por el ingeniero Juan José Rodríguez, quien fundó la compañía. Hoy es el corazón de la industria.

© 2019 Rosne Colombia S.A. Todos los derechos reservados. Rosne Colombia S.A. No es responsable por los daños o perjuicios que se deriven del uso de esta información.

CALENDARIO PARED RM



CUADERNO RM



100 AÑOS
DE HISTORIAS
CON ESENCIA



LA HISTORIA DE UN LEGADO

NUEVA IMAGEN
MISMO SABOR



Ron Medellin
LA HISTORIA DE UN LEGADO

PRUEBALO
UN SABOR DIFERENTE
CON POCO GLUCOSA
Y SIN ALCOHOL



Ron Medellin
LA HISTORIA DE UN LEGADO

NUEVO
Ron Medellin
DORADO



100 AÑOS
DE HISTORIAS CON ESENCIA

LA HISTORIA DE UN LEGADO
RON MEDELLIN GRAN RESERVA



Ron Medellin
LA HISTORIA DE UN LEGADO

100 AÑOS
DE HISTORIAS CON ESENCIA

LA HISTORIA DE UN LEGADO
RON MEDELLIN CENTENARIO



Ron Medellin
LA HISTORIA DE UN LEGADO

2019

2020



Ron Medellin
LA HISTORIA DE UN LEGADO




ANEXO 17



REDES SOCIALES 2016-2020

INICIO GESTIÓN 2016

96.000

DICIEMBRE 2016

97.986

DICIEMBRE 2017

101.309

DICIEMBRE 2018

101.485

DICIEMBRE 2019

139.684

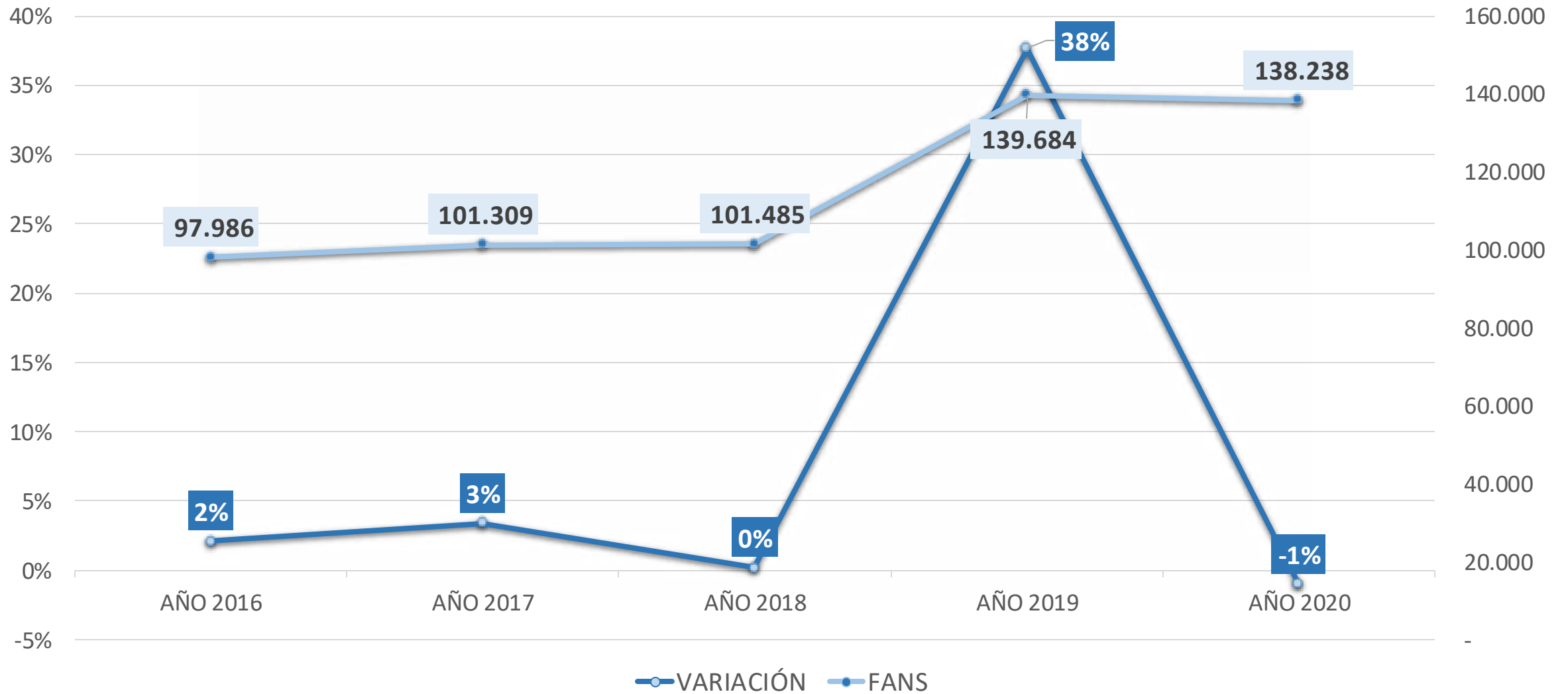
JUNIO 2020

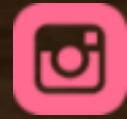
138.238

CRECIMIENTO FANS

44%

FACEBOOK





INSTAGRAM

INICIO GESTIÓN 2016

2.463

DICIEMBRE 2016

3.600

DICIEMBRE 2017

9.770

DICIEMBRE 2018

13.640

DICIEMBRE 2019

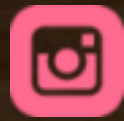
19.112

JUNIO 2020

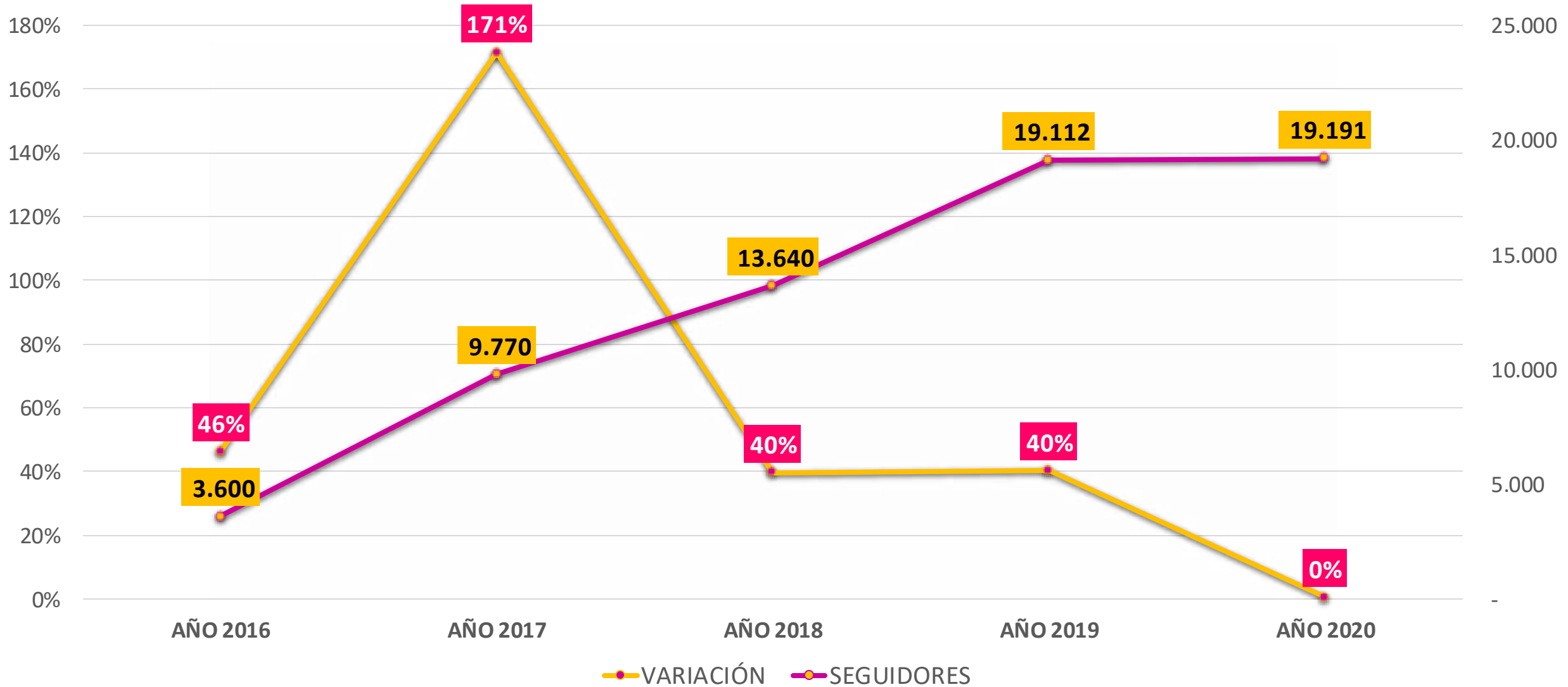
19.191

CRECIMIENTO FANS

679%



INSTAGRAM





TWITTER

INICIO GESTIÓN 2016

589

DICIEMBRE 2016

987

DICIEMBRE 2017

1.071

DICIEMBRE 2018

1.225

DICIEMBRE 2019

1.912

JUNIO 2020

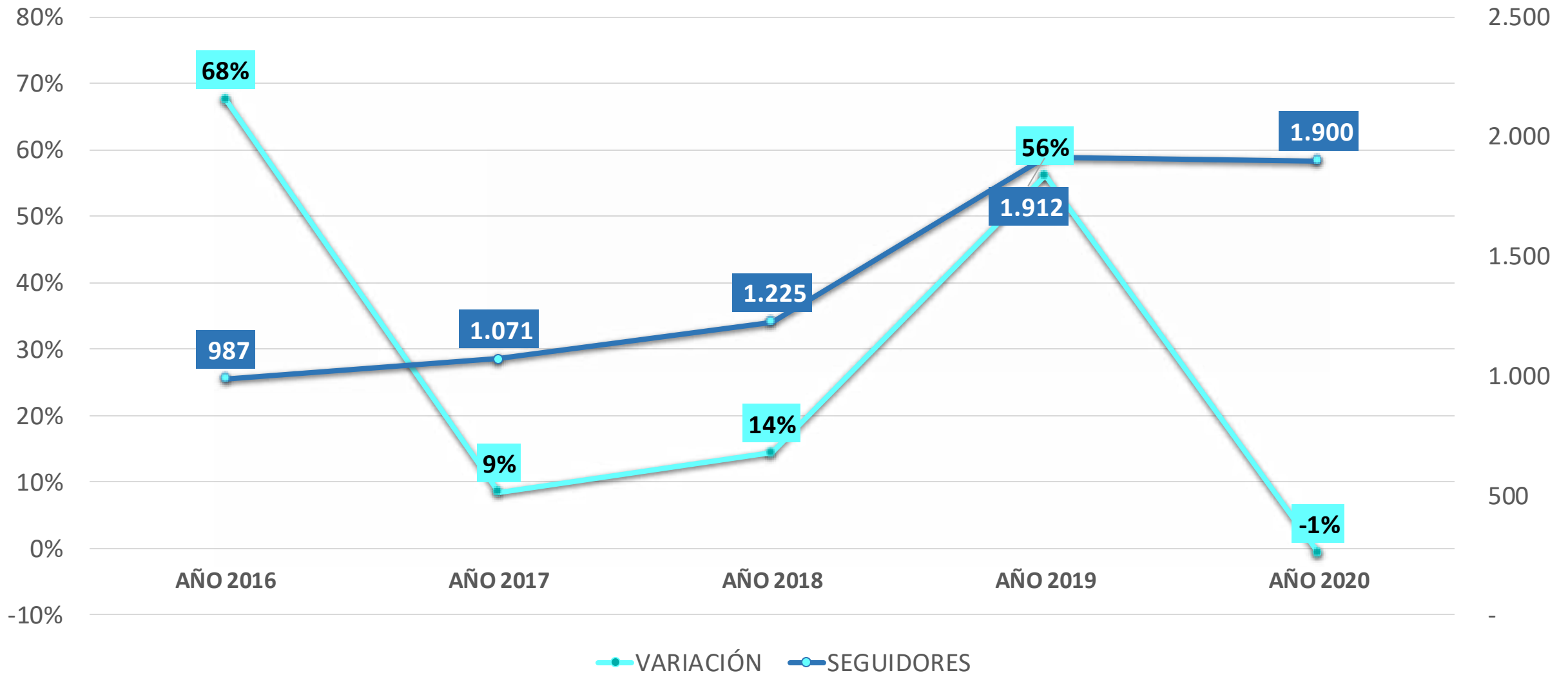
1.900

CRECIMIENTO FANS

223%



TWITTER



ANEXO 18



*Ron
Medellin*

CONCURSOS DIGITALES 2019

CONCURSO TRIVIA FUTBOLERA



TRIVIA FUTBOLERA

Tuvimos 6 trivias futboleras entre el 28 de junio y 9 de julio donde preguntamos datos curiosos de la Copa América y los equipos participantes a través de preguntas con selección múltiple.

El concurso se realizó a través de Facebook y Twitter (4 y 2 respectivamente) Allí las primeras 10 personas que acertaron y cumplieron los términos y condiciones, resultaron ganadoras.

En total, entregamos un total de 60 Botellas de Ron Medellín 8 años a los ganadores.



1era trivia 28 de junio - Facebook



Reacciones: 206
Comentarios: 34
Compartidos: 11
Total de interacciones 251



Reacciones :321
Comentarios: 190
Compartidos: 20
Total de interacciones: 531



Reacciones : 81
Comentarios: 8
Compartidos: 0
Total de interacciones: 89

2da trivia 2 de julio - Twitter



Me gusta: 13
Retuits: 1
Respuestas: 3
Total de interacciones 17



Me gusta: 14
Respuestas: 22
Retuits: 0
Total de interacciones 36



Me gusta: 13
Retuits: 1
Respuestas: 0
Total de interacciones 14

3ra trivia 4 de julio - Facebook



Reacciones: 160
Comentarios: 25
Compartidos: 4
Total de interacciones: 189



Reacciones :301
Comentarios: 224
Compartidos: 12
Total de interacciones: 537



Reacciones : 160
Comentarios: 3
Compartidos: 1
Total de interacciones: 165

4ta trivia 5 de julio - Twitter



Me gusta: 19
Retuits: 1
Respuestas: 0
Total de interacciones 20



Me gusta: 17
Respuestas: 33
Retuits: 0
Total de interacciones 50



Me gusta: 13
Respuestas: 2
Retuits: 2
Total de interacciones 17

Algunos Ganadores



CONCURSO FERIA DE FLORES



¿Qué queríamos?

Fortalecer dentro de la comunidad el sentido y significado de: #LaEsenciaDelMejor con la audiencia uniéndose con la temporada de la Feria de las Flores y entregando premios de la marca.

¿Qué hicimos?

Dos concursos en donde invitamos a la conversación en redes, al uso del hashtag #LaEsenciaDelMejor y a su vez a crear contenido por parte de los usuarios.

Canales: Facebook y Twitter

Premios: 30 ganadores por red, en cada concurso.

Concursos:

1. Ponle la esencia a la Feria con #LaEsenciaDelMejor
2. Verso con #LaEsenciaDelMejor



El premio

¿Qué resaltamos de la actividad?

La participación activa de los seguidores en una publicación completamente orgánica.

El identificar que gran parte de la comunidad hace parte activa de ambas redes (Fb-Tw)

Este contenido es un recurso para redefinir/afinar las características del público de redes sociales.

La oportunidad de crear contenido de la marca, apoyados en el contenido creado por los seguidores. (Usar sus versos, experiencias, anécdotas a manera de publicación, llevadas al estilo de la marca)

CONCURSO 1

¿Cómo le pones
esencia a la Feria de
las Flores con
#LaEsenciaDelMejor?
Agosto 2

1  Ron Medellín Añejo ORGANICO
Facebook /conronmedellin viernes ago. 02, 2019 20:00 UTC +00:00

¡Llegó la hora de ponerle la esencia a la #FeriaDeLasFlores!

1. Cuéntanos en un comentario cómo le pondrías la esencia a la feria con Ron Medellín.
2. Etiqueta a 2 amigos.
3. Escogeremos al azar 30 ganadores.
4. Sólo serán válidos los comentarios realizados hasta las 3:00 p. m. del 3 de agosto de 2019.
5. Sólo podrán comentar una (1) vez por usuario.



380 151 218 11 2,86
Interacciones Reacciones Comentarios Veces que se ha compartido Interacciones por cada 1000 fans

FACEBOOK

CONTENIDO

Interacciones: 380

Reacciones: 151

Comentarios: 218

Compartidos: 11

**PARTICIPANTES EN LA
PUBLICACIÓN:65**

2



Ron Medellin

Twitter / ConRonMedellin

viernes ago. 02, 2019 20:00 UTC +00:00

¡Estamos listos! Comenta cómo le pondrás #LaEsenciaDelMejor a la #FeriaDeLasFlores

¡Esoogeremos al azar 30 ganadores!

*TyC: <https://t.co/lQDSqWtU2C>

**Sólo podrán comentar una (1) vez por usuario <https://t.co/iToaFeOXdJ>



92

Interacciones

31

Me gusta

56

Respuestas

5

Retuits

20,77

Interacciones por cada 1000 seguidores

TWITTER

CONTENIDO

Interacciones: 98

Me gusta: 31

Respuestas: 56

Retuits: 5

PARTICIPANTES

EN LA

PUBLICACIÓN: 53

CONCURSO 2

Un verso con
#LaEsenciaDelMejor
Agosto 5

2 Ron Medellín Añejo ORGÁNICO
Facebook /conronmedellin lunes ago. 05, 2019 20:00 UTC +00:00

¡Llegó la hora de demostrar esa pasión y alegría que te genera la #FeriaDeLasFlores en un verso!

Escribe un verso que exprese la esencia de la feria
Incluye el Hashtag #LaEsenciaDelMejor
Escogeremos al azar 30 ganadores
Sólo serán válidos los comentarios realizados hasta las 3:00pm del 6 de agosto de 2019
Cada ganador recibirá una botella de Ron Medellín Dorado para disfrutar de esta

299 127 155 17 2,25
Interacciones Reacciones Comentarios Veces que se ha compartido Interacciones por cada 1000 fans

FACEBOOK

CONTENIDO

Interacciones: 299

Reacciones: 127

Comentarios: 155

Compartidos: 17

PARTICIPANTES EN LA PUBLICACIÓN: 69

4



Ron Medellín
Twitter /ConRonMedellin

lunes ago. 05, 2019 20:00 UTC +00:00

¡Llegó un nuevo concurso! En un verso, ¡describan la esencia de la feria! ¡Qué les gusta, qué los mueve, qué disfrutan de la feria!

No olviden usar el HT #LaEsenciaDelMejor

¡Mucha suerte a todos!

TyC: <https://t.co/LLxHJva58d>

*Válido sólo para Medellín <https://t.co/5t0fzftcf2>



52

Interacciones

19

Me gusta

29

Respuestas

4

Retuits

13,17

Interacciones por cada 1000 seguidores

TWITTER

CONTENIDO

Interacciones: 52

Me gusta: 19

Respuestas: 29

Retuits: 4

PARTICIPANTES EN LA

PUBLICACIÓN: 29



GANADORES



GANADORES

CONCURSO
DÍA INTERNACIONAL DEL
RON



TOUR FLANTÁSTICO

Fecha de publicación

16 de agosto

Idea

Para resaltar y festejar la existencia del Día Internacional del Ron quisimos invitar a un grupo de 20 personas a conocer las bodegas de almacenamiento de #LaEsenciaDelMejor. Ellos evidenciaron, de primera mano, los diferentes procesos de añejamiento y se llevaron una botella de nuestra última creación, Ron Medellín Dorado.

Mecánica

Convocamos a toda nuestra comunidad en Facebook para que comentaran cómo celebrarían el Día Internacional del Ron utilizando el hashtag #LaEsenciaDelMejor. Los primeros 10 comentarios con más interacciones ganaban un pase doble para asistir al Tour Flantástico + 2 botellas de Ron Medellín Dorado + merchandising de la marca.



15 DE AGOSTO

EXPECTATIVA

RS: Tenemos una gran sorpresa para ustedes, ¡vamos a celebrar el Día Internacional del Ron con

[#LaEsenciaDelMejor!](#) Mañana les estaremos contando de qué se trata todo esto, por ahora comenten si les gustaría vivir una experiencia fantástica junto a Ron Medellín 🖱️🖱️🖱️

Interacciones: 953

Reacciones: 438

Comentarios: 101

Compartidos: 27



Interacciones: 1.042

Reacciones: 241

Comentarios: 64

Compartidos: 134

16 DE AGOSTO

PUBLICACIÓN CONCURSO

RS: En el #DíaInternacionalDelRon tenemos un concurso muy especial para ustedes y ¡participar es muy fácil! Queremos que nos cuenten cómo celebrarán este día con La Esencia del Mejor.

Premio:

1. Un (1) pase doble para un Tour Flantástico donde conocerán nuestras bodegas de Ron Medellín.
2. Dos (2) Botellas de Ron Medellín Dorado.
3. Merchandising de la marca.

Pasos a seguir:

1. Comenta cómo vivirás el Día Internacional del Ron con #LaEsenciaDelMejor.
2. Debes usar el HT #LaEsenciaDelMejor.
3. La actividad finalizará el 20 de agosto a las 9:00 a. m.
4. Se escogerán los 10 comentarios con mayor cantidad de reacciones (me gusta, me encanta, me divierte, me entristece, me enoja).
5. Los ganadores deben cumplir con Términos y Condiciones.
6. Se verificarán los ganadores y se comunicará por medio de mensaje directo el 21 de agosto.

*TyC: <http://bit.ly/2Mmjxvg>

**Concurso válido únicamente para Medellín.



Interacciones: 336
Reacciones: 91
Comentarios: 22
Compartidos: 3

21 DE AGOSTO

PUBLICACIÓN GANADORES

RS: Nos da alegría saber que podrán celebrar el mes del ron con [#LaEsenciaDelMejor](#) y además podrán disfrutar de un tour por nuestras bodegas en La Fábrica de Licores de Antioquia.

¡Estos son nuestros ganadores!

*Sujetos a verificación

GANADORES



CONCURSO HALLOWEEN



CONCURSO #NOPIERDASELRON

- **Realizamos 4 publicaciones sobre el concurso #NoPierdasElRon** divididas en: términos y condiciones, lanzamiento del concurso, sostenimiento concurso y ganadores.
- El concurso consistía en: tomar un pantallazo al video publicado en el momento en el que se mostraran todas las botellas que están escondidas; publicarla imagen tomada del pantallazo en los comentarios de la publicación del concurso, escribir los nombres de las botellas de Ron Medellín que aparecen en el video e incluir el hashtag #NoPierdasElRon
- Se escogieron de manera aleatoria a cinco (5) ganadores.
- El concurso comenzó el **26 de octubre** y terminó el **31 de octubre**.
- Los ganadores se eligieron al azar, a través de una plataforma virtual.
- El premio: **2 botellas de Ron Medellín Dorado** + merchandising de la marca por persona.
- Los ganadores: Paula Andrea Arias Hernández, Monica Lucía Serra Patiño y Yenny López Luján.

PUBLICACIONES FACEBOOK



Ron Medellín Añejo

Publicado por Feeling Company SA [?] · 26 de octubre a las 23:47 · ⚙

Queremos regalarte 2 botellas de Ron Medellín Dorado para que acompañes tu próxima celebración con #LaEsenciaDelMejor.

- Detén el video donde aparezcan todas las botellas que están escondidas.
- Publica la imagen en los comentarios.
- Incluye en el comentario los nombres de las diferentes botellas que se encuentran.... Ver más



Ron Medellín Añejo

Publicado por Feeling Company SA [?] · 28 de octubre a las 19:41 · ⚙

Una noche perfecta, con carácter y sabor. Una noche con #LaEsenciaDelMejor

Recuerda que tienes hasta mañana, a las 3:00 de la tarde, para llevarte 2 botellas de #RonMedellín Dorado.

¡Participa en el concurso y #NoPierdasElRon!



PUBLICACIONES INSTAGRAM



PUBLICACIONES TWITTER



PUBLICACIONES INSTAGRAM



GANADORES



ANEXO 19



INFORME FINAL
CONCURSO #LAS5MUCHACHITASCARNAVAL
Informe de RESULTADOS al 16 de febrero

RESUMEN DE GANADORAS

27 Febrero 2017

- **FINALISTAS**
- **LAS 3 GANADORAS**

FINALISTA REEMPLAZO

(La última participante no pudo asistir al evento final)



amandaparral [Seguir](#)

26.401 reproducciones 3 sem

amandaparral A gozar estos carnavales con este gran tema! @witharcaballo @futuroofistas @coronamecillin #lasSmuchachitascarnaval

ver los 133 comentarios

loiy_juque Genial

loiy_juque Genial

energygrupo TU ERES LA MUCHACHITA!

energygrupo ELLA ES LA MUCHACHITA DEL CARNAVAL @coronamecillin @witharcaballo #lasSmuchachitascarnaval

energygrupo Eres la mejor!!

energygrupo La ganadora eres tu!!

energygrupo ¡Borrachito en la casa!

energygrupo La muchacha es ella #lasSmuchachitascarnaval NO HAY NI UNA TI TI W&S & F&N&R

añade un comentario

33.867
INTERACCIONES
TOTALES

LAS 3 GANADORAS FUERON...

LILIA SUSANA FLÓREZ
PRIMER LUGAR - \$5.000.000

AMANDA PARRA
SEGUNDO LUGAR - \$2.000.000

XIOMARA JARAMILLO
TERCER LUGAR - \$1.000.000

1 puesto



2 puesto



3 puesto



RESUMEN DE GESTIÓN Y RESULTADOS

27 Febrero 2017

- **TOTAL PIEZAS DISEÑADAS**
- **RESUMEN RESULTADOS FB E INST**
- **INVERSIÓN Vs RESULTADOS ORGÁNICOS**
- **INTERACCIONES Y MENCIONES**

PIEZAS DISEÑADAS

46

piezas se diseñaron en total para las diferentes etapas del concurso.

18

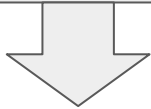
de esas piezas piezas fueron videos o animaciones.



RESUMEN RESULTADOS

Total
PERSONAS ALCANZADAS
en Instagram y Facebook

1'498.348



Alcance PAGO FB + INST

1.337.769

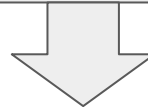
Alcance ORGÁNICO FB + INST

160.579

Total
INTERACCIONES
en Instagram y Facebook

111.125

(89.818 Inst + 21.307 Fb)



Interacciones PAGAS FB + INST

90.560

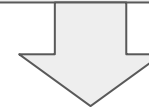
Alcance ORGÁNICO FB + INST

20.565

Total
INCREMENTO
SEGUIDORES
en Instagram y Facebook

2.655

(1.977 Inst + 688 Fb)



No hubo pauta para
consecución de seguidores,
por lo tanto **este resultado es**

ORGÁNICO

2.655

(1.977 Inst + 688 Fb)

¿CUÁNTO SE INVIRTIÓ PARA CONSEGUIR ESTOS RESULTADOS PAGOS?

Inversión total: \$5.000.000

INVERSIÓN ALCANCE PAGO

\$3'000.000

RESULTADOS

1.337.769

INVERSIÓN INTERACCIONES PAGAS

\$2'000.000

RESULTADOS

90.560

¿CUÁNTO HABRÍA COSTADO CONSEGUIR LOS RESULTADOS ORGÁNICOS?

\$2'400.000 en promedio

ALCANCE ORGÁNICO

160.579

Inversión aprox:
3'000.000

INTERACCIONES ORGÁNICAS

20.565

Inversión **2'000.000**

AUMENTO DE SEGUIDORES

2.655

Costo aprox **\$2'.044.350**

\$400.000

\$2'000.000

Esta información es resultado del cruce de datos arrojados por la campaña de pauta actual y los promedios de costo de cada ítem de la central de medios de la FLA.

MENCIONES DEL HASHTAG #Las5MuchachitasCarnaval + @conronmedellin EN FACEBOOK, INSTAGRAM Y TWITTER

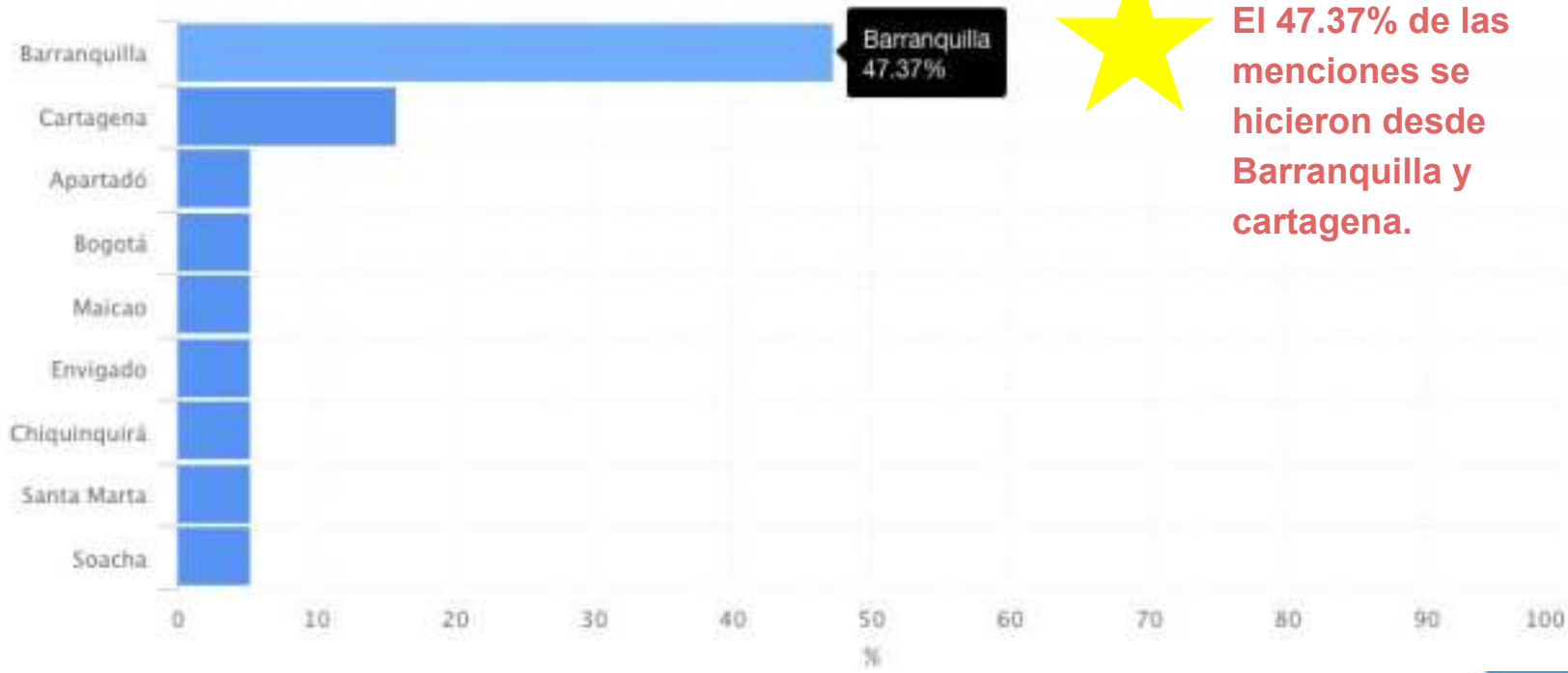


Ciudades en las que más se usó el hashtag

Cities of Posts on Hashtag

The distribution of cities of Posts during a selected time range.

CSV



El 47.37% de las menciones se hicieron desde Barranquilla y cartagena.

RESULTADOS WILFRAN CASTILLO

Con una **inversión en pauta de \$15.000.000** + la contratación de influenciadoras cuyas comunidades son muy representativas, logró generar un aumento de **más de 5.000** seguidores en instagram.

OTRAS ESTADÍSTICAS

179 690 seguidores

4646 más nuevos esta semana

5 093 130 impresiones

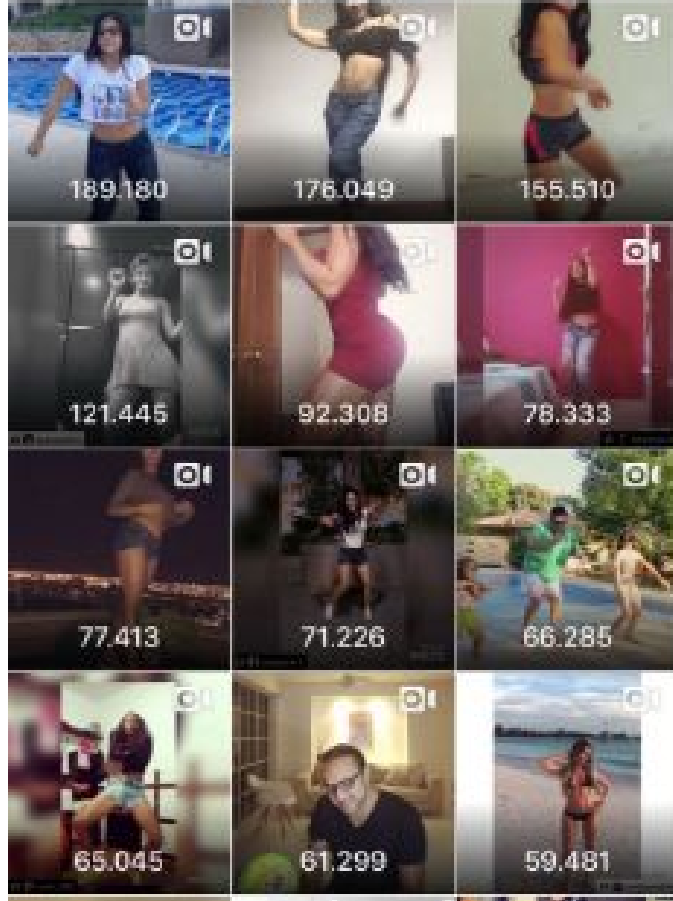
3 576 979 más que la semana pasada

929 024 personas alcanzadas

691 934 más que la semana pasada

< Publicaciones destacadas

Mostrando **Todos** que se han realizado hasta hace **7 días**, ordenadas por **Impresiones**



Los videos que Wilfran Castillo reposteo de las participantes suman más de **1'500.000** (un millón quinientas mil) reproducciones.

Todos estos videos estaban tagueados con el concurso y con la marca (@conronmedellin)

CUBRIMIENTO

27 Febrero 2017

- **ACCIONES CUBRIMIENTO CONCURSO**
- **ESTADÍSTICAS**
- **PIEZAS DISEÑADAS**

CUBRIMIENTO DE EVENTO

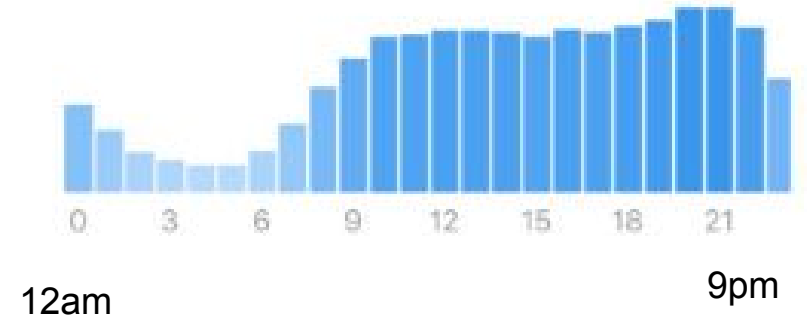
1. Se sugirió un viaje de dos personas. Al final se decidió que viajara solo la community.
2. Se compartió un brief detallando las publicaciones que se realizarán durante el evento. Este documento fue aprobado por mercadeo FLA.
3. Viernes: Transmisión en vivo desde Instagram.
4. Viernes: Publicación de algunas imágenes desde Instagram
5. Viernes: Publicación de todo el material recolectado en Facebook.
6. Sábado: Publicación a la 1:30pm de fotos de las ganadoras.
7. Sábado, Domingo y Lunes: Publicación del resto del material recolectado en el evento (fotografías y videos)

Días y horas de mejor alcance de nuestro perfil de Instagram

Viernes



Sábado



El alcance de la red entre las 9:30 y las 8:00am es el más bajo.



ESTADÍSTICAS

PUBLICACIONES CON MÁS INTERACCIONES

Las publicaciones hechas el **Viernes** después de las 11:00pm: tuvieron un alcance máximo de **3.000 personas cada una.**



Las publicaciones que se hicieron entre el **Sábado** y **Domingo** en el día y en la tarde tuvieron un alcance **orgánico** de hasta

9.902 en un solo video



CUBRIMIENTO DE EVENTO Instagram

PUBLICACIONES



conronmedellin [Seguir](#)

1392 suscripciones 2.024 seguidores 2.427 publicaciones

El Bar Medellín Anaga Cuenta virtual de Bar Medellín
www.conronmedellin.com



En instagram entre viernes, sábado, domingo y lunes se hicieron **21 publicaciones** sobre el concurso.



CUBRIMIENTO DE EVENTO Instagram

HISTORIAS



En total se publicaron **21 historias** en vivo con fotografías y videos de:
Jurados, participantes, concurso y premiación.



En promedio
1.300
personas
vieron las
historias

CUBRIMIENTO DE EVENTO Facebook

PUBLICACIONES



Álbum con 25 imágenes del evento.
Hora de publicación: 12:00 am una vez
terminó el cubrimiento en vivo.

En total se hicieron 6 publicaciones en Facebook y se
montaron 3 álbumes con todas las fotografías del evento.



CUBRIMIENTO DE EVENTO

Material POP

MATERIAL POP



No hubo material de marca en el escenario.



Un proyecto hecho con mucho *feeling*

GRACIAS

ANEXO 20



*Ron
Medellin*

LOOK REDES

LOOK REDES 2017



VACACIONES

Facebook page for Ron Medelin Añejo. The profile picture is a yellow spider icon on a black background. The cover photo is a vacation-themed banner with the text "PORQUE TE MERECEZ UNAS VACACIONES CON LA ESENCIA DEL MEJOR" and "Ron Medelin". The banner shows a group of people enjoying drinks on a balcony. The page includes navigation links (Home, About, Notes, Email Signup, Photos, Reviews, Videos), a "Like" button, a "Message" button, and a "Contact Us" button. The business service location is London, United Kingdom, with a 4.7 star rating.

Twitter profile for "Your brand name". The profile picture is a yellow spider icon on a black background. The header image is a vacation-themed banner with the text "PORQUE TE MERECEZ UNAS VACACIONES CON LA ESENCIA DEL MEJOR" and "Ron Medelin". The banner shows a group of people enjoying drinks on a balcony. The profile bio includes a placeholder "Your brand name" and a description. The page shows a tweet from "Your brand name" with the text "Roses are red, Twitter is blue, this plugin looks awesome, so I'll follow you!". The page also displays a "Who to follow" section with several suggested accounts.

YouTube channel for "Your brand name". The profile picture is a yellow spider icon on a black background. The header image is a vacation-themed banner with the text "PORQUE TE MERECEZ UNAS VACACIONES CON LA ESENCIA DEL MEJOR" and "Ron Medelin". The banner shows a group of people enjoying drinks on a balcony. The channel name is "Your brand name" and the subscriber count is 102,204. The page shows a video player with a blurred image and a "Welcome unsubscribed visitors to your channel" message. The message text reads: "Tell unsubscribed alerts what your channel is all about. Keep it snappy and try to make it one minute or less. Check out our practices for some inspiration."

DÍA DE LA MADRE

This image shows a Facebook page for 'Ron Medellín Añejo'. The profile picture is a yellow spider logo on a black background. The cover photo is a red banner with a bottle of rum and a glass, featuring the text: 'Elas se lo merecen, todo por eso queremos celebrar sus momentos perfectos. Feliz mes de la madre. EL EXCESO DE ALCOHOL ES PELIGROSO PARA LA SALUD. PROHIBIR EL CONSUMO DE BEBIDAS ENFRIAMIENTOS A MENORES DE 18 AÑOS. 17% VOL. Y CON CARÁCTER'. The page includes navigation links for Home, About, Notes, Email Signup, Photos, Reviews, and Videos. It also shows a 'Like' button, a 'Message' button, and a 'Contact Us' button. The page is located in London, United Kingdom, and has a 4.7 star rating.

This image is a screenshot of a Twitter profile. The profile name is 'Your brand name' and the bio is 'I just made this plugin and now I'm selling it. How do you feel? Did it make you feel any better?'. The profile picture is the same yellow spider logo. The main content area shows a tweet with the text: 'Roses are red, Twitter is blue, this plugin looks awesome, so I'll follow you!'. The tweet is from 'Your brand name' and has 1 retweet and 1 like. The right sidebar shows 'Who to follow' with several user avatars and names.

This image shows a YouTube channel page for 'Your brand name'. The channel banner is the same red Mother's Day advertisement seen in the other images. The channel name is 'Your brand name' and it has 100,000 subscribers. The page includes a 'Subscribe' button and a 'Welcome unsubscribed visitors to your channel' message. The video player shows a video with a blurred background of green grass and flowers.

AMOR Y AMISTAD

Facebook page for Ron Medelín Añejo. The profile picture is a yellow spider logo on a black background. The cover photo is a contest banner with the text: "¡CONCURSO! EL AMOR Y LA AMISTAD SE CELEBRAN CON LA ESENCIA DEL MEJOR". Below the banner, there are navigation buttons for "Like", "Message", and "More". A "Contact Us" button is also visible. The page includes a "Status" section with a "Photo/Video" upload button and a "Business service" section for "London, United Kingdom" with a 4.7 star rating.

Twitter profile for "Your brand name". The profile picture is a yellow spider logo on a black background. The header image is the same contest banner as seen in the Facebook page. The bio reads: "¡CONCURSO! EL AMOR Y LA AMISTAD SE CELEBRAN CON LA ESENCIA DEL MEJOR". The profile shows a tweet from "Your brand name" that says: "Roses are red, Twitter is blue, this plugin looks awesome, so I'll follow you!". The profile also shows a list of users to follow.

YouTube channel for "Your brand name". The profile picture is a yellow spider logo on a black background. The header image is the same contest banner as seen in the Facebook page. The channel name is "Your brand name" and it has a "Subscribe" button with 195,995 subscribers. The channel description reads: "Welcome unsubscribed visitors to your channel. Tell unsubscribed users what your channel is all about. Keep it snappy and try to make it one minute or less. Check out best practices for some inspiration." The channel also shows a video player with a blurred image of grass.

HALLOWEEN

Facebook page for Ron Medelin Añejo. The page features a Halloween-themed banner with the text "HALLOWEEN SE VIVE CON LA ESENCIA DEL MEJOR" and "EL ECESOS DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHIBIRSE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENFRIANANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL." The banner also shows several bottles of rum. The page includes a profile picture of a spider, a navigation menu (Home, About, Notes, Email Signup, Photos, Reviews, Videos), and a "Contact Us" button. A business service badge for London, United Kingdom with a 4.7 rating is also visible.

Screenshot of a Twitter profile for "Your brand name". The profile features a Halloween-themed banner with the text "HALLOWEEN SE VIVE CON LA ESENCIA DEL MEJOR" and "EL ECESOS DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHIBIRSE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENFRIANANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL." The profile includes a bio, a profile picture of a spider, and a tweet that reads: "Roses are red, Twitter is blue, this plugin looks awesome, so I'll follow you!". The tweet is from "Your brand name" (@yourbrandname) and has 1 retweet and 1 like.

YouTube channel page for "Your brand name". The channel features a Halloween-themed banner with the text "HALLOWEEN SE VIVE CON LA ESENCIA DEL MEJOR" and "EL ECESOS DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHIBIRSE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENFRIANANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL." The channel includes a profile picture of a spider, a "Subscribe" button, and a video player showing a video of grass. The video player has a "Welcome unsubscribed visitors to your channel" message and a "Tell unsubscribed users what your channel is all about" prompt.

NAVIDAD

Facebook page for Ron Medellin Añejo. The page features a banner for "ESENCIA DEL MEJOR" with the text "EN ESTAS FIESTAS REGALA LA" and "Ron Medellin". Below the banner, there are navigation options like "Home", "About", "Notes", "Email Signup", "Photos", "Reviews", and "Videos". A "Contact Us" button is visible. The page also shows a "Business service" location in London, United Kingdom, and a 4.7 star rating.

Twitter profile for "Your brand name". The profile picture is a spider logo. The banner is the same "ESENCIA DEL MEJOR" advertisement. The bio reads: "Your brand name @yourbrandname". The tweets section shows a tweet from "Your brand name" that says: "Roses are red, Twitter is blue, this plugin looks awesome, so I'll follow you".

YouTube channel page for "Your brand name". The banner is the same "ESENCIA DEL MEJOR" advertisement. The channel name is "Your brand name" and it has a "Subscribe" button with 106,999 subscribers. The page shows a video player with a blurred image and a description: "Welcome unsubscribed visitors to your channel. Tell unsubscribed users what your channel is all about. Keep it snappy and try to make it one minute or less. Check out best practices for some inspiration."

LOOK REDES 2018



DÍA DE LA MUJER

CELEBREMOS LA MEZCLA DE SER UNA MUJER SUAVE Y CON CARACTER *Feliz Día*

Ron Medellín Añejo

Roses are red, Twitter is blue, this plugin looks awesome, so I'll follow you!

CELEBREMOS LA MEZCLA DE SER UNA MUJER SUAVE Y CON CARACTER *Feliz Día*

Ron Medellín Añejo

Like Message More Contact Us

Business service • London, United Kingdom 4.7 ★★★★★

DÍA DE LA MADRE

The screenshot shows a Twitter profile for 'Your brand name' with a spider logo. The profile bio reads: 'Your brand name is a...'. The main content is a tweet from 'Your brand name' with a Mother's Day promotion for Ron Medellin. The tweet text is: 'Roses are red, Twitter is true, this plugin looks awesome, so I'll follow you!'. The promotion banner features a woman hugging an elderly woman and several bottles of Ron Medellin. The banner text says: 'CELEBRA EL DÍA DE LA MADRE con Ron Medellin LA ESSENCIA DEL MEJOR'. Below the banner, there are statistics for the tweet: 2714 retweets, 1559 replies, 2716 likes, and 1591 retweets. The profile also shows a 'Your brand name' bio and a list of tweets.

The screenshot shows a Facebook page for 'Ron Medellin Añejo'. The profile picture is a spider logo. The cover photo is a Mother's Day promotion for Ron Medellin. The cover photo text says: 'CELEBRA EL DÍA DE LA MADRE con Ron Medellin LA ESSENCIA DEL MEJOR'. Below the cover photo, there are buttons for 'Liked', 'Message', and 'More'. There is also a 'Contact Us' button. The page shows a 'Status' and 'Photo/Video' section. The business service is listed as 'London, United Kingdom' with a 4.7 star rating. There is a search bar for posts on the page.

The screenshot shows a YouTube channel for 'Your brand name' with a spider logo. The channel banner is a Mother's Day promotion for Ron Medellin. The banner text says: 'CELEBRA EL DÍA DE LA MADRE con Ron Medellin LA ESSENCIA DEL MEJOR'. Below the banner, there is a 'Subscribe' button with 122,025 subscribers. The channel description reads: 'Welcome unsubscribed visitors to your channel. Tell unsubscribed users what your channel is all about. Keep it snappy and try to make it one minute or less. Check out best practices for some inspiration.' The channel also shows a video player with a blurred image of grass.

DÍA DEL PADRE

The image shows a Twitter profile for 'Ron Medellín Añejo'. The profile picture is a yellow spider logo inside a square frame. The header banner features the text 'EL PAPA MÁS CAMPEON CON Ron Medellín LA ESENCIA DEL MEJOR' and an image of two men with bottles of rum. The profile bio is empty. The 'About' section shows 'Your brand name' and 'LONDON, UNITED KINGDOM'. The 'Tweets' section contains three tweets, all from the account itself, with the first tweet reading: 'Roses are red, Twitter is blue, this plugin looks awesome, so I'll follow you!'. The 'Who to follow' section lists several accounts.

The image shows a Facebook page for 'Ron Medellín Añejo'. The profile picture is a yellow spider logo inside a square frame. The cover photo features the text 'EL PAPA MÁS CAMPEON CON Ron Medellín LA ESENCIA DEL MEJOR' and an image of two men with bottles of rum. The page has a 'Like' button, a 'Message' button, and a 'More' button. The 'About' section shows 'Business service · London, United Kingdom' and a 4.7 star rating. The 'Write something on this Page...' section is empty.

The image shows a YouTube channel for 'Ron Medellín Añejo'. The channel banner features the text 'EL PAPA MÁS CAMPEON CON Ron Medellín LA ESENCIA DEL MEJOR' and an image of two men with bottles of rum. The channel name is 'Your brand name' and it has a 'Subscribe' button with '100,000' subscribers. The 'Welcome unsubscribed visitors to your channel' message is displayed, along with a video player showing a blurred image of grass.

COLOBIAMODA

This screenshot shows a Twitter profile for a brand named "Your brand name". The profile picture is a yellow spider logo on a black background. The banner image features a woman's profile, a bottle of rum, and a glass, with the text "JULIO 24 - 26 DE 2018 LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA COLOMBIA MODA 2018 LA ESSENCIA DEL MEJOR". The bio includes the text "LA ESSENCIA DEL MEJOR" and "A BARRA DE CALIDAD, UN PRODUCTO PARA LA SALUD, PARA SER EL ESPECIAL DE MENOS (SIN AZÚCAR) E INCLUIDO EN LA LISTA DE LOS 100 V.P.". The profile shows 2014 followers, 1999 tweets, and 276 likes. The main tweet area contains several tweets, including one that says "Roses are red, Twitter is blue, this plugin looks awesome, so I'll follow you!".

This screenshot shows a Facebook page for "Ron Medellín Añejo". The profile picture is a yellow spider logo on a black background. The banner image is identical to the one in the Twitter screenshot, featuring a woman's profile, a bottle of rum, and a glass, with the text "JULIO 24 - 26 DE 2018 LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA COLOMBIA MODA 2018 LA ESSENCIA DEL MEJOR". The page includes a "Like" button, a "Message" button, and a "Contact Us" button. The location is listed as "London, United Kingdom".

This screenshot shows a YouTube channel for "Your brand name". The channel banner is identical to the one in the Twitter screenshot, featuring a woman's profile, a bottle of rum, and a glass, with the text "JULIO 24 - 26 DE 2018 LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA COLOMBIA MODA 2018 LA ESSENCIA DEL MEJOR". The channel name is "Your brand name" and it has 100,000 subscribers. The channel description reads: "Welcome unsubscribed visitors to your channel. Tell unsubscribed users what your channel is all about. Keep it snappy and try to make it see results or less. Check out best practices for some inspiration." The channel also features a video player with a video titled "Welcome unsubscribed visitors to your channel".

FERIA DE FLORES

The screenshot shows a Twitter profile for a user named "Your brand name". The profile picture is a square icon with a yellow spider on a black background. The banner image features a leather saddle on the left and four bottles of Ron Medelin Añejo on the right, with the text "LA FERIA DE LAS FLORES" and "LA ESENCIA DEL MEJOR". The bio reads: "2000 years old is good, and getting older is even better. That's why my brand is over 200 years old." The profile shows a grid of avatars for people who follow the user and a list of tweets. One tweet says: "Roses are red, Twitter is blue, this plugin looks awesome, so I'll follow you!"

The screenshot shows a Facebook page for "Ron Medelin Añejo". The profile picture is a square icon with a yellow spider on a black background. The banner image is identical to the one in the Twitter screenshot. The page layout includes a left-hand navigation menu with options like "Home", "About", "Notes", "Email Signup", "Photos", "Reviews", and "Videos". The main content area shows a "Like" button, a "Message" button, and a "Contact Us" button. Below these are buttons for "Status" and "Photo/Video". A text box prompts the user to "Write something on this Page...". On the right side, there is a "Business service" section for "London, United Kingdom" with a 4.7 star rating and a search bar for posts on the page.

The screenshot shows a YouTube channel page for "Your brand name". The profile picture is a square icon with a yellow spider on a black background. The banner image is identical to the others. The page features a left-hand navigation menu with options like "Watch Later", "Watch History", "Playlists", "Liked videos", "My subscriptions", "Doubt", "Subscriptions", "This is your channel", and "Manage uploaded videos". The main content area shows a "Subscribe" button with a subscriber count of 130,000. Below the banner, there is a video player showing a close-up of green grass. To the right of the video player, there is a "Welcome unsubscribed visitors to your channel" message with a sub-header "Let your unsubscribed users know what your channel is all about" and a paragraph of text: "Keep it snappy and try to make it one minute or less. Check out best practices for some suggestions."

HALLOWEEN

The screenshot shows a Twitter profile for a user named "Your brand name". The profile picture is a yellow spider icon on a black background. The banner image features four bottles of Ron Medellin rum against a dark, spooky background with the text "EL MISTERIO DE NUESTRA ESENCIA SE VIVE EN HALLOWEEN" and "Ron Medellin LA ESENCIA DEL MIEDO". The profile bio reads: "2000 years old is good, and getting weirder all the time. There's more magic in me than you think." The tweets section shows several tweets, including one that says "Roses are red, Twitter is blue, this plugin looks awesome, so I'll follow you!" and another that says "I'll get the ultimate color's blue color. Also I'll get the ultimate color's blue color. Also I'll get the ultimate color's blue color."

The screenshot shows a Facebook page for "Ron Medellin Añejo". The profile picture is a yellow spider icon on a black background. The banner image features four bottles of Ron Medellin rum against a dark, spooky background with the text "EL MISTERIO DE NUESTRA ESENCIA SE VIVE EN HALLOWEEN" and "Ron Medellin LA ESENCIA DEL MIEDO". The page includes a navigation menu on the left with options like Home, About, Notes, Email Signup, Photos, Reviews, and Videos. The main content area shows a "Live" button, a "Message" button, and a "More" button. There is also a "Contact Us" button and a "Business service" section for "London, United Kingdom" with a 4.7 star rating. A search bar is visible at the bottom right.

The screenshot shows a YouTube channel page for "Your brand name". The profile picture is a yellow spider icon on a black background. The banner image features four bottles of Ron Medellin rum against a dark, spooky background with the text "EL MISTERIO DE NUESTRA ESENCIA SE VIVE EN HALLOWEEN" and "Ron Medellin LA ESENCIA DEL MIEDO". The channel page includes a navigation menu on the left with options like Watch Later, Watch History, Playlists, What to watch, My subscriptions, News, and Subscriptions. The main content area shows a "Subscribe" button with 110,000 subscribers. Below the banner, there is a video player showing a close-up of green grass, and a "Welcome unsubscribed visitors to your channel" message.

EXPECTATIVA RM DORADO

This screenshot shows a Twitter profile for 'NUEVO Ron Medellin DORADO'. The profile picture is a gold spider logo. The header features the brand name and the slogan 'ESPÉRALO Y PRUÉBALO' with a glass of rum. The bio reads 'LA ESSENCIA DEL MEJOR'. The main content area displays three tweets, all from the account itself, with the first tweet stating 'Roses are red, Twitter is blue, this plugin looks awesome, so I'll follow you!'. The left sidebar shows the profile name and bio, and the right sidebar shows 'Who to follow'.

This screenshot shows a Facebook page for 'NUEVO Ron Medellin DORADO'. The profile picture is the gold spider logo. The cover photo features the brand name and the slogan 'ESPÉRALO Y PRUÉBALO' with a glass of rum. The bio reads 'LA ESSENCIA DEL MEJOR'. The page includes a navigation menu on the left with options like 'Home', 'About', and 'Photos'. The main content area shows a post with a 'Like' button and a 'Message' button. The right sidebar displays 'Business service' information for 'London, United Kingdom' with a 4.7 star rating.

This screenshot shows a YouTube channel for 'NUEVO Ron Medellin DORADO'. The channel banner features the brand name and the slogan 'ESPÉRALO Y PRUÉBALO' with a glass of rum. The channel name is 'Your brand name' and it has 105,205 subscribers. The main content area shows a video player with a blurred image of a field and a 'Welcome unsubscribed visitors to your channel' message. The left sidebar shows navigation options like 'Watch Later', 'Watch History', and 'Subscriptions'.

AMOR Y AMISTAD

Ron Medellin Añejo
@ronmedellin

Celebremos La Esencia de la Navidad

NUEVO Ron Medellin DORADO
LA ESENCIA DEL MEJOR
PRUÉBALO

Me gusta Me gusta Seguir Compartir

Crear publicación

Comunidad

- Invita a tus amigos a iniciar los que les gusta esta página
- A 121 482 personas les gusta esto
- 131 124 personas siguen esto
- A Diana María Hernández y 10 amigos más les gusta esto

Ron Medellin
@RonMedellin

Tweets Seguidores Seguidoras Me gusta

5,378 11 1,217 742

Tweets Tweets y respuestas Multimedia

A quién seguir

Ron Medellin Añejo
30 suscriptores

MEJOR VIDEOS LISTAS DE REPRODUCCIÓN CANALES MÁS INFORMACIÓN

NUEVO Ron Medellin DORADO
ESPÉRALO Y PRUÉBALO

Nuevo Ron Medellin Dorado
1.702 visualizaciones · Hace 1 año

Prepárate para vivir nuevos momentos! Un sabor diferente está por llegar a #RonMedellinAñejo

CANALES POPULARES

- Mr Black - Tera
- Daddy Yankee - Tera
- Bad Bunny
- How This Music

LOOK REDES 2019



DÍA DE LA MADRE

The image shows a Facebook page for Ron Medellín Añejo. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation icons for home, notifications, and messages. The profile picture is a circular logo with a gold spider on a dark background. The page name is "Ron Medellín Añejo" with the handle "@conronmedellin". The main content is a Mother's Day advertisement with a warm, golden background and a photo of a smiling woman and her daughter. The ad text reads: "Para que su amor y su esencia SE CELEBREN POR 100 AÑOS MÁS feliz día mamá". Below this, it says "Ron Medellín LA ESENCIA DEL MEJOR" and "100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA". At the bottom of the ad, there is a warning: "EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS ENRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL." Below the ad are interaction buttons: "Liked", "Message", "More", and a blue "Contact Us" button. The page also shows a "Status" and "Photo/Video" section with a "Write something on this Page..." prompt. On the right, there is a "Business service" section for "London, United Kingdom" with a 4.7 star rating, and a search bar for posts on the page.

Facebook navigation: Home 5, Notifications, Messages, 42

Profile: Ron Medellín Añejo @conronmedellin

Menu: Home, About, Notes, Email Signup, Photos, Reviews, Videos

Advertisement: Para que su amor y su esencia SE CELEBREN POR 100 AÑOS MÁS feliz día mamá. Ron Medellín LA ESENCIA DEL MEJOR. 100 AÑOS DE HISTORIAS CON ESENCIA. EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS ENRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 35% VOL.

Interactions: Liked, Message, More, Contact Us

Business service: London, United Kingdom, 4.7 stars

Search: Search for posts on this Page

DÍA DE LA MUJER

A screenshot of a Twitter page for the account 'Every Interaction'. The profile picture is a spider logo. The bio reads: 'We've made some more #GUT #PSD resources for all you wonderful foreign folk: everyinteraction.com/resources/ #webdesign #UI'. The main content shows a tweet with the text 'Every Interaction.' and a link to the website. The page also shows a sidebar with 'Who to follow' and 'United Kingdom Trends'.

A screenshot of a Facebook page for 'Ron Medellín Añejo'. The profile picture is a spider logo. The cover photo is the same 'Feliz día de la mujer' banner seen in the previous image. The page shows navigation options like 'Home', 'About', and 'Notes', and a 'Contact Us' button. It also displays 'Business services' for London, United Kingdom.

A screenshot of a YouTube channel page for 'Your brand name'. The profile picture is a spider logo. The banner is the 'Feliz día de la mujer' banner. The page shows a 'Welcome unsubscribed visitors to your channel' message with a video player below it. The video player shows a blurred image of grass. The channel has 198,299 subscribers.

The image shows a Facebook page for Ron Medellín Añejo. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation icons for Home, Friends, and Messages. The profile picture is a gold spider logo on a dark background. The cover photo is a large advertisement for Ron Medellín Añejo celebrating its 100th anniversary. The ad features a man shouting with a Colombian flag ribbon, surrounded by friends and confetti. Text in the ad includes "Celebremos LA ESENCIA DE NUESTRA PASIÓN", "Ron Medellín LA ESENCIA DEL MEJOR", and "100 AÑOS". A disclaimer at the bottom of the ad reads: "EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROMOVIENDO EL CONSUMO DE BEBIDAS ENRIAGIANTES A MENORES DE EDAD. 30% VOL." Below the cover photo are interaction buttons: "Liked", "Message", and "More". A blue "Contact Us" button is also present. The page navigation menu on the left includes Home, About, Notes, Email Signup, Photos, Reviews, and Videos. The main content area shows a "Status" and "Photo/Video" section with a "Write something on this Page..." prompt. On the right, there is a "Business service" section for London, United Kingdom, with a 4.7 star rating, and a search bar for posts on the page.

Ron Medellín Añejo
@conronmedellin

Home
About
Notes
Email Signup
Photos
Reviews
Videos

Celebremos LA ESENCIA DE NUESTRA PASIÓN

Ron Medellín
LA ESENCIA DEL MEJOR

100 AÑOS

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROMOVIENDO EL CONSUMO DE BEBIDAS ENRIAGIANTES A MENORES DE EDAD. 30% VOL.

Liked Message More

Contact Us

Status Photo/Video

Write something on this Page...

Business service • London, United Kingdom
4.7 ★★★★★

Search for posts on this Page

FERIA DE FLORES

A screenshot of a social media post from 'Every Interaction'. The post features a large image of the 'Feria de las Flores' banner. The text of the post reads: 'We've made some more #OUR #PSD resources for all you wonderful designers! Visit subinteraction.com/resources/! www.design-ku.com'. Below the main text, there are social media sharing icons for Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, and YouTube. The post also includes a 'Like' button and a 'Comment' button. On the right side, there is a 'Who to follow' section with several profile pictures and names.

A screenshot of a Facebook page for 'Ron Medellin Añejo'. The page features a large banner image of the 'Feria de las Flores' event, showing bottles of the liqueur and a spider logo. The text on the banner reads 'LA FERIA DE LAS FLORES LLEVA LA ESENCIA' and 'La nuestra celebración'. Below the banner, there is a 'Like' button, a 'Message' button, and a 'More' button. A 'Contact Us' button is also visible. The page includes a navigation menu on the left with options like 'Home', 'About', 'Notes', 'Email Signup', 'Photos', 'Reviews', 'Videos', and 'Likes'. On the right, there is a 'Business services' section for 'London, United Kingdom' with a 4.7-star rating. A search bar at the bottom right allows users to search for posts on the page.

A screenshot of a YouTube channel page for 'Your brand name'. The channel banner features the 'Feria de las Flores' event banner. The channel name 'Your brand name' is displayed prominently, along with a 'Subscribe' button and a subscriber count of '100,000'. Below the banner, there is a video player showing a close-up of green grass. To the right of the video player, there is a text box that reads: 'Welcome unsubscribed visitors to your channel! Tell unsubscribed users what your channel is all about. Keep it snappy and try to make it see results or less. Check out best practices for some inspiration.' The left sidebar of the YouTube interface is visible, showing options like 'Watch Later', 'Watch History', 'Playlists', 'What to watch', 'My subscriptions', and 'Social'. There is also a 'DESCRIPTIONS' section with a search bar and a 'Manage channel' button.

AMOR Y AMISTAD

SI TU SABOR ES AMOR O AMISTAD, CELEBRALO CON *Ron Medellin* LA CIENCIA DEL SABOR

Every Interaction

We've made some more #GUT #PSD resources for all you wonderful foreign folk www.interaction.com/resources/ www.design.it.uk

Every Interaction.

#PSD #GUT resources for all our lovely designers! We'll support you every step of the way.

Our new website concept: Taking you from... www.interaction.com/resources/ www.design.it.uk

Twitter icons: @interaction, @designituk, @wwwdesignituk

SI TU SABOR ES AMOR O AMISTAD, CELEBRALO CON *Ron Medellin* LA CIENCIA DEL SABOR

Ron Medellin Añejo

Home, About, Videos, Welcome, Posts

Like, Follow, Share, Contact Us, Send Message

4.8 out of 5 based on the opinion of 258 people

Connect by invite your friends to like this page

14,704,885 people like this

SI TU SABOR ES AMOR O AMISTAD, CELEBRALO CON *Ron Medellin* LA CIENCIA DEL SABOR

YouTube Channel Name

Subscribe

Home, Videos, Playlists, Channels, Discussion, About

THUMBNAIL HIGHLIGHT

ON OTHER CHANNELS TITLE

Editable Video Name - Example

Learn how to use our spider logo to create a professional looking video for your business. Our spider logo is available in a variety of sizes and colors to suit your needs. You can also use our spider logo to create a professional looking video for your business. Our spider logo is available in a variety of sizes and colors to suit your needs. You can also use our spider logo to create a professional looking video for your business.

HALLOWEEN

The image shows a Twitter profile for 'Every Interaction'. The profile banner is a Halloween-themed advertisement for 'Ron Medellin' featuring several bottles of rum on a wooden surface next to a lit jack-o'-lantern. The text on the banner reads 'EN LA NOCHE AIGO ESTÁ RONDANDO' and 'Ron Medellin LA ESENCIA DEL MEXICO'. The profile bio includes a spider icon and the text 'Every Interaction'. The main content area shows a tweet from 'Every Interaction' with the text: 'We've made some more #GUIL #PSD resources for all you wonderful #insign folk everyinteraction.com/resources/#twitdesign #UI'. Below the tweet are social media sharing icons for Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, and YouTube. The right sidebar shows 'Who to follow' and 'United Kingdom Tweets'.

The image shows a Facebook page for 'Ron Medellin Afejo'. The profile picture is a spider icon inside a square frame. The cover photo is a Halloween-themed advertisement for 'Ron Medellin' featuring several bottles of rum on a wooden surface next to a lit jack-o'-lantern. The text on the banner reads 'EN LA NOCHE AIGO ESTÁ RONDANDO' and 'Ron Medellin LA ESENCIA DEL MEXICO'. The page layout includes a left sidebar with navigation options like 'Home', 'About', 'Notes', 'Email Signup', 'Photos', 'Reviews', 'Videos', and 'Likes'. The main content area shows a 'Like' button, a 'Message' button, and a 'Contact Us' button. Below these are buttons for 'Status' and 'Photo/Video'. The right sidebar shows 'Business service - London, United Kingdom' with a 4.7 star rating and a search bar for posts on this page.

The image shows a YouTube channel page for 'Your brand name'. The channel banner is a Halloween-themed advertisement for 'Ron Medellin' featuring several bottles of rum on a wooden surface next to a lit jack-o'-lantern. The text on the banner reads 'EN LA NOCHE AIGO ESTÁ RONDANDO' and 'Ron Medellin LA ESENCIA DEL MEXICO'. The channel name is 'Your brand name' and there is a 'Subscribe' button with '105,995' subscribers. The main content area shows a video player with a blurred image of grass and a play button. To the right of the video player is a message: 'Welcome unsubscribed visitors to your channel. Tell unsubscribed users what your channel is all about. Keep it snappy and try to make it one minute or less. Check out best practices for some inspiration.' The left sidebar shows 'Watch Later', 'Watch History', 'Playlists', 'What to watch', 'My subscriptions', and 'Search'.

HALLOWEEN

The image shows a Facebook page for 'Ron Medellin Añejo'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation icons. The profile picture is a gold spider logo inside a square frame. The cover photo is a promotional image for 'Todas las Noches' featuring bottles of rum on a wooden surface with Christmas decorations. The text on the cover photo includes 'CON RON MEDELLIN', 'Todas las Noches', and 'SON NOCHE BUENA'. Below the cover photo are interaction buttons: 'Liked', 'Message', 'More', and a blue 'Contact Us' button. The page also shows a 'Status' section with a 'Photo/Video' upload option and a 'Write something on this Page...' prompt. On the right side, there is a 'Business service' section for 'London, United Kingdom' with a 4.7 star rating, and a search bar for posts on the page.

Facebook navigation bar: Home 5

Profile picture:

Page name: Ron Medellin Añejo
@conronmedellin

Navigation menu:

- Home
- About
- Notes
- Email Signup
- Photos
- Reviews
- Videos
- Likes

Cover photo text:
CON RON MEDELLIN
Todas las Noches
SON NOCHE BUENA

Interaction buttons: Liked, Message, More, Contact Us

Status section: Status, Photo/Video, Write something on this Page...

Business service: London, United Kingdom, 4.7 ★★★★★

Search bar: Search for posts on this Page

LOOK REDES 2020



VACACIONES



The image shows a Facebook page for 'Ron Medellin Añejo'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation icons for 'Home 5', 'Messages', 'Notifications', and 'Settings'. The profile picture is a circular logo with a spider. The cover photo is a large advertisement for the brand, featuring two bottles of rum against a background of a sunset and a campfire. The text in the ad reads: 'EN VACACIONES UN SABOR DIFERENTE PARA CADA GUSTO LA ESENCIA DEL MEJOR'. Two small signs in the foreground say 'SABOR SUAVE' and 'SABOR SECO'. Below the ad are interaction buttons: 'Liked', 'Message', and 'More'. A blue 'Contact Us' button is on the right. The page navigation menu on the left lists: Home, About, Notes, Email Signup, Photos, Reviews, Videos, and Likes. The right sidebar shows 'Business service • London, United Kingdom' with a 4.7 star rating and a search bar for posts on the page.

Ron Medellin Añejo
@conronmedellin

Home
About
Notes
Email Signup
Photos
Reviews
Videos
Likes

EN VACACIONES
UN SABOR
DIFERENTE
PARA CADA GUSTO
LA ESENCIA DEL MEJOR

SABOR SUAVE
SABOR SECO

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. 30% VOL.

Liked Message More

Contact Us

Status Photo/Video

Write something on this Page...

Business service • London, United Kingdom
4.7 ★★★★★

Search for posts on this Page

CAMPAÑA LINEA BASE RM

The image shows a Facebook page for 'Ron Medellin Añejo'. The page layout includes a top navigation bar with the Facebook logo and search bar. The main content area is dominated by a large, vibrant banner for the brand. The banner features two bottles of Ron Medellin, one labeled 'DORADO' and the other '3'. The central text on the banner reads 'Ron Medellin UN SABOR DIFERENTE PARA CADA GUSTO', with 'DIFERENTE' in large, bold letters. Two callouts point to the bottles: 'SABOR SUAVE' for the Dorado bottle and 'SABOR SECO' for the 3 bottle. The background of the banner is a warm, golden-brown color with a spiderweb motif.

Below the banner, there are interaction buttons: 'Liked', 'Message', and 'More'. A blue 'Contact Us' button is also present. The right-hand sidebar displays business information: 'Business service • London, United Kingdom' and a 4.7-star rating. A search bar at the bottom right allows users to search for posts on the page.

Ron Medellin Añejo
@conronmedellin

- Home
- About
- Notes
- Email Signup
- Photos
- Reviews
- Videos
- Likes

Ron Medellin
UN SABOR DIFERENTE PARA CADA GUSTO

SABOR SUAVE | SABOR SECO

Business service • London, United Kingdom
4.7 ★★★★★

Search for posts on this Page