Philippi
Prietocarrizosa
Ferrero DU
&Uría

Señores
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
DELEGATURA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
E. S. D.

Ref.: MEMORIAL DISTINTIVIDAD ADQUIRIDA
Tipo de la marca: Color
Color: PANTONE 212 C



Clase: 32 Internacional
Expediente No.: SD2025/0099010
Solicitante: POSTOBÓN S.A.

CAMILO ANDRÉS SUÁREZ BOTERO, mayor de edad, identificado con cédula de ciudadanía número 80.762.830, domiciliado en Bogotá D.C. abogado portador de la Tarjeta Profesional N° 157.054 del C. S. de la J., en mi calidad de apoderado de **POSTOBÓN S.A.**, en adelante **POSTOBÓN**, por medio del presente memorial me permito invocar la aplicación del inciso final del artículo 135 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, relativo a la aptitud distintiva que la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** adquirió en el mercado para identificar gaseosas sabor a manzana producto comprendido en la Clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza.

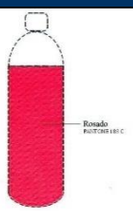
Sirve de fundamento a esta petición los siguientes hechos y argumentos:

I. HECHOS

1. **POSTOBÓN** es una empresa líder en el negocio de bebidas no alcohólicas en Colombia. Fue fundada el 11 de octubre de 1904 por Gabriel Posada y Valerio Tobón en Medellín, con lo cual lleva más de 100 años en el mercado colombiano. [1]

2. Durante su larga trayectoria **POSTOBÓN** se ha caracterizado por innovar e impulsar el desarrollo del sector comercial, para lo cual ha creado un amplio portafolio de marcas robustas con importante presencia en el mercado nacional e internacional, dentro de las marcas más tradicionales se destacan las marcas **MANZANA POSTOBÓN** y de color **ROSADO PANTONE 183 C:**

[1] Información disponible en: https://www.postobon.com/la-compania/la-historia

Marca	Clase	Certificado	Vigencia
	32	507282	27/05/2034
	32	368409	26/11/2028
	32	569341	6/07/2027
	32	535121	11/05/2026
	32	718803	10 oct. 2032
	32	779145	10 jun. 2035

3. En el año 2022 **POSTOBÓN** lanzó al mercado la bebida gaseosa **MANZANA POSTOBÓN** en conjunto con la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** en una botella de vidrio denominada "Thanos":



[2]

4. El 26 de septiembre de 2025 en el expediente de la referencia se solicitó el registro de la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** para identificar gaseosas sabor a

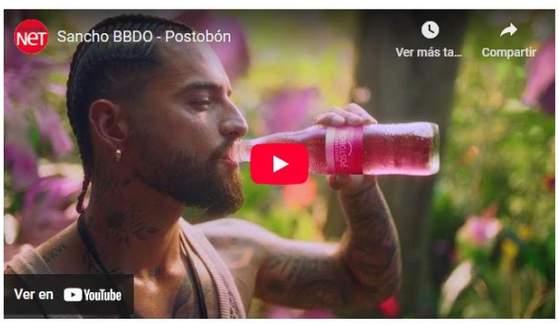
[2] Información disponible en: https://tomatelavida.com.co/gaseosas/manzana-postobon-250ml/

manzana comprendidas en la Clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza, con base en el segundo significado adquirido en el mercado.

5. La marca **MANZANA POSTOBÓN** ingresó al mercado colombiano en el año de 1954, color que desde el año 2015 se convirtió en la marca del producto bajo el registro 507282. Como se indicó, una nueva presentación de la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN** se lanzó en el año 2022 con el uso del color **ROSADO PANTONE 212** C, con las siguientes características.

Marca de Color	Marca registrada	Uso en el mercado
	 Registro 779145	 [3]

6. La estrategia publicitaria para el posicionamiento de la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN** y de la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** en la botella Thanos**,** ha sido intensa y constante. La agencia publicitaria SANCHO BBDO produjo un comercial con Maluma que recrea la historia de Adán y Eva (y la manzana), en el que se resaltan los atributos de la bebida y su color rosado:





Manzana Postobón sin azúcar y Sancho BBDO reescriben la historia de Adán y Eva con Maluma como protagonista

Con esta premisa nace la nueva campaña de Manzana Postobón, que invita a todos los colombianos a dejarse tentar sin culpas por una manzana sin azúcar [4]

7. Maluma ha dado una amplia difusión a la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN** y a la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** presente en la botella Thanos, tanto en sitios públicos, medios impresos y digitales, Internet y redes sociales, lo cual ha impactado positivamente el reconocimiento y distintividad del color rosado:

[3] Información disponible en: https://tomatelavida.com.co/gaseosas/manzana-postobon-250ml/
[4] Información disponible en: https://dossiernet.com/articulo/manzana-postobon-sin-azucar-y-sancho-bbdo-reescriben-la-historia-de-adan-y-eva-con-maluma-como-protagonista/32475



[5]



[6]

8. La publicidad y difusión de la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** se ha hecho en el marco de la campaña el Rosa es otra cosa, que bajo la dirección de la agencia SANCHO BBDO ha roto los paradigmas tradicionales del color rosado, para asociarlo a conceptos positivos como optimismo, arte, fuerza e inclusión: [7]





9. **POSTOBÓN** se ha empeñado en darle al color rosado un papel protagónico que busca reforzar su distintividad y reconocimiento. Para ello, ha dispuesto el uso del color rosado en toda la identidad e imagen publicitaria de la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN**. El color rosado se usa en los uniformes de los equipos que **POSTOBÓN** patrocina y en diversos eventos deportivos:


[8]

10. El color rosado se usa en la flota de camiones que recorren todo el país entregando la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN** con el color rosado Pantone 212 C, este hecho incide ampliamente en el conocimiento generalizado que ha adquirido el color rosado

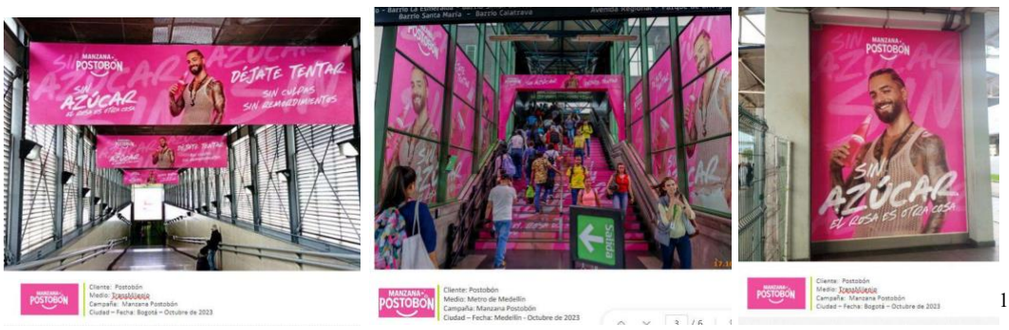
[5] Información disponible en: https://x.com/PostobonManzana/status/1718048141868503201
[6] Consultar: Presentación Campaña Sin Azúcar el Rosa es Otra Cosa con Maluma 2023.
[7] Información disponible en: https://www.revistapym.com.co/articulos/contenido-patrocinado/58155/manzana-postobon-rompe-paradigmas
[8] Consultar Presentaciones sobre los equipos deportivos.

en el mercado, y en la asociación del color rosado con la marca y la empresa que lo produce:



[9]

11. El color rosado tiene un uso generalizado en todos los elementos publicitarios de la marca **MANZANA POSTOBÓN**, en los puntos de venta, vallas, en la publicidad exterior visual, medios masivos, entre otros:



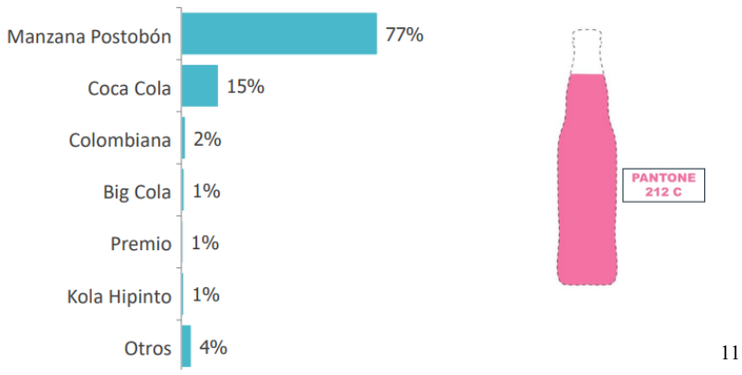
[10]

12. El uso del color rosado Pantone 212 C por parte de **POSTOBÓN** ha sido público, constante y ostensible desde el año 2022 en los distintos canales comerciales, ya que la marca **MANZANA POSTOBÓN** en conjunto con el color **ROSADO PANTONE 212 C** está presente masivamente en las tiendas, restaurantes, almacenes de cadena y en general está al alcance del consumidor colombiano.

13. Gracias al uso y difusión del color **Pantone 212 C**, éste adquirió segundo significado, pasó de ser el color de la bebida, a ser la marca del producto. Esto pudo ser corroborado en un estudio de "Distintividad y Reconocimiento del color rosado" efectuado por CICO LATAM S.A.S. en marzo de 2025, que determinó que la botella Thanos con el color **Pantone 212 C** tenía una asociación del 77% a la marca **MANZANA POSTOBÓN**:

[9] Información disponible en: https://www.instagram.com/p/DNx1gr92jFb/?img_index=3
[10] Consultar: Presentación Campaña Sin Azúcar el Rosa es Otra Cosa con Maluma 2023.

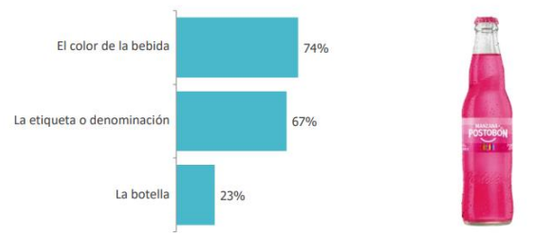
1. ¿A qué marca de gaseosa asocia usted esta imagen?



[11]

14. El estudio de "Distintividad y Reconocimiento del color rosado" tuvo un resultado altamente significativo para el reconocimiento del Pantone 212 C en la botella Thanos. El consumidor al ser indagado sobe el elemento que le servía para identificar la gaseosa, contestó que el color de la bebida resultaba más distintico que la propia marca **MANZANA POSTOBÓN**, un 74 % para el color dispuesto en la botella Thanos y un 67% para la etiqueta:

4. ¿Cuáles de estos elementos le sirven a usted para identificar o reconocer el producto Manzana Postobon?



[12]

15. En línea con lo anterior, el uso del color rosado Pantone 212 C sustenta gran parte de la distintividad que tiene la marca **MANZANA POSTOBÓN** frente al consumidor, comoquiera que es un color que el consumidor asocia directamente con la marca y su titular, y que incide en la diferenciación y recordación frente a las marcas de la competencia.

16. En línea con lo expuesto, el uso efectuado del color rosado **Pantone 212 C** generó que este alcanzara distintividad en su categoría, ya que el color rosado es identificado y recordado en conjunto con la marca **MANZANA POSTOBÓN**.

---

[11] Consultar el Estudio de Distintividad y Reconocimiento del color rosado de marzo de 2025, elaborado por Cico Latam S.A.S.
[12] Consultar el Estudio de Distintividad y Reconocimiento del color rosado de marzo de 2025, elaborado por Cico Latam S.A.S.

17. Por tanto, el color rosado Pantone 212 C tiene una función marcaria, ya que el consumidor lo reconoce, recuerda y lo usa para identificar las gaseosas sabor a manzana. Tanto la marca **MANZANA POSTOBÓN** como el color rosado tienen una gran fuerza distintiva para el consumidor.

18. La marca **MANZANA POSTOBÓN** en conjunto con la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** son líderes en su segmento y se posicionan en el segundo lugar en ingresos recibidos y en volumen de líquido distribuido, esto se puede constatar en el informe NIELSEN aportado con este expediente.

19. Los antecedentes de uso y notoriedad de la marca **MANZANA POSTOBÓN** y de la marca de **COLOR PANTONE 183 C** son relevantes a efectos de respaldar la petición de distintividad adquirida que se hace para el color **ROSADO PANTONE 212 C**, ya que el color rosado **Pantone 212 C** recoge la distintividad y reconocimiento que estas marcas han tenido en el mercado, gracias a su larga trayectoria de uso y presencia comercial.

II. ANTECEDENTES DE PROTECCIÓN DEL COLOR ROSADO PANTONE 183 C

El uso y adopción del color **ROSADO PANTONE 212 C** en la gaseosa sabor a manzana, está en total conexión con el uso, notoriedad y distintividad de la marca de **COLOR ROSADO PANTONE 183 C** que desde el año de 1954 identificó la gaseosa sabor a manzana. **POSTOBÓN** continúo usando su tradicional y reconocido color rosado, cambiando levemente su tonalidad.

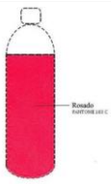
Por tanto, los antecedentes de protección, uso y notoriedad de la marca de color **ROSADO PANTONE 183 C** son un insumo relevante para construir el segundo significado que ahora tiene el color **ROSADO PANTONE 212** C identificando la gaseosa sabor a manzana en la presentación de la botella denominada "Thanos".

POSTOBÓN desde el año 2015 es titular de la marca de color **ROSADO PANTONE 183** C, la cual es una marca no tradicional que se usa en el líquido de la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN**. Como lo mencionó la Superintendencia, el uso de estas marcas se remonta al año de 1954 y se reconoce su distintividad:

> *"Además, gracias a las pruebas aportadas por GASEOSAS POSADA TOBÓN S.A., señaladas en el numeral 5 de la Resolución Nº 1076 de 19 de enero de 2015, se pudo corroborar que las gaseosas MANZANA POSTOBÓN color ROSADO PANTONE 183C han tenido presencia en el mercado colombiano desde 1954 y que dicho color, delimitado por la forma de una botella y de un vaso, posee tal grado de distintividad en el mercado que los consumidores lo asocian a un origen empresarial específico, esto es la sociedad solicitante del registro."* [13]

13 Delegatura de la Propiedad Industrial, Resolución 4737 del 5 de abril de 2019, expediente SD2017/0095443, trámite de revocatoria directa interpuesta por RTD S.A.S. a la marca de color registro 527282.

Considerando la distintividad *ab initio* del color rosado (Pantone 183C) para identificar una bebida gaseosa sabor a manzana, la Superintendencia de Industria y Comercio otorgó a **POSTOBÓN** el registro de la marca de color **ROSADO PANTONE 183 C**: [14]

Marca	Certificado	Clase	Productos	Vigencia
	507282	32	Aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; sabor a manzana.	27/05/2034

La Superintendencia, al examinar la registrabilidad del color Pantone 183 C, consideró que su distintividad obedecía a la arbitrariedad del color frente a la bebida, es decir, que gozaba de distintividad *ab nitio,* y por esta situación, consideró que no era necesario analizar las pruebas de segundo significado.

En la Resolución 33205 del 27 de mayo de 2014, que concedió la marca de color **ROSADO PANTONE 183 C**, se expuso la distintividad de la marca basada en la arbitrariedad del color frente a la gaseosa sabor a manzana:

> *"... **No es de la naturaleza de las bebidas pretendidas el estar identificadas con un color rosado**, color que se puede asociar a otros productos (frutas y verduras), pero no necesariamente a los pretendidos pues se limita específicamente a bebidas sabor a manzana. La tonalidad rosa reivindicada no representa visualmente para el consumidor una condición particular o intrínseca de productos derivados o con sabor a manzana, pues esta fruta suele tener dos colores predominantes el rojo o verde y su parte interna es un color crema MANZANA POSTOBÓN, tono que se puede oxidar por el contacto prolongado con el oxígeno y **se torna en una especie café.** Bajo ningún proceso natural la manzana se torna rosada, mucho menos en el tono particular reivindicado*." [15] Resaltado fuera del texto.

En línea con lo anterior, el Delegado al confirmar la concesión de la marca de color, expresó que el rosado no es propio del extracto de las manzanas, como si lo era el color ámbar, así consta en la Resolución 1076 del 19 de enero de 2015:

> *"De igual modo, el color solicitado no es descriptivo en tanto que, **ni el rosado en su concepto o en su tonalidad, es natural ni propio de las manzanas** ni de su extracto. Inclusive del expediente se puede apreciar que el color natural de las debidas sabor a manzana o derivadas de ésta es el **ámbar** (folio 5 del complemento de información presentado por la solicitante el 6 de febrero de 2014), por ende, la marca no está incursa en el literal e) del artículo 135."* [16] Resaltado fuera del texto original.

---

[14] Marca concedida por medio de la Resolución No. 33205 del 27 de mayo de 2014 proferida por la Dirección de Signos Distintivos. Resolución confirmada por medio de la Resolución No. 1076 del 19 de enero de 2015 expedida por el Delegado para la Propiedad Industrial.
[15]Superintendencia de Industria y Comercio, Dirección de Signos Distintivos, Resolución 33205 del 27 de mayo de 2014 emitida dentro del expediente 09090473.
[16]Superintendencia de Industria y Comercio, Delegatura de Propiedad Industrial, Resolución 1076 del 19 de enero de 2015 emitida dentro del expediente 09090473.

Por tanto, la arbitrariedad entre el color rosado Pantone 183C y una bebida sabor a manzana genera que el rosado no pueda ser considerado funcional en relación con el producto que desea identificar, pues no alude a su sabor, así como tampoco tiene una función informativa del producto.

Es de notar que el análisis de genericidad, descriptividad y todas las demás causales absolutas fue efectuado a cabalidad en el trámite de registro de la marca de color **ROSADO PANTONE 183 C**. En cuanto a la causal de genericidad y descriptividad, la Resolución 1076 del 19 de enero de 2015 expedida por el Delegado, indicó que estas causales no aplicaban gracias al carácter arbitrario del color frente a una gaseosa sabor a manzana:

> *"De igual modo, el color solicitado no es descriptivo en tanto que,* ***ni el rosado en su concepto o en su tonalidad, es natural ni propio de las manzanas*** *ni de su extracto. Inclusive del expediente se puede apreciar que el color natural de las debidas sabor a manzana o derivadas de ésta es el* ***ámbar*** *(folio 5 del complemento de información presentado por la solicitante el 6 de febrero de 2014), por ende, la marca no está incursa en el literal e) del artículo 135.*
>
> *"(...)*
> *"****El signo solicitado tampoco designa el género, la categoría, la especie o el producto mismo consistente en bebidas no alcohólicas con sabor a manzana****. De suerte que no resulta aplicable el literal f) ibidem."* [17] Resaltado fuera del texto original.

Por tanto, al estudiar la marca de color **ROSADO PANTONE 183C** se descartó el carácter genérico o usual que puede tener el color frente a las gaseosas sabor a manzana, no solo por la imposibilidad del color de designar al producto, sino porque el color es arbitrario frente al producto que identifica, ya que tenía distintividad *per se*. Si bien en el presente caso se aportan pruebas de la distintividad adquirida del Pantone 212 C, los antecedentes de registro de la marca de color **ROSADO PANTONE 183C** son importantes a efectos del estudio de registrabilidad de la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C**.

III. EN CUANTO A LOS ANTECEDENTES DE USO Y NOTORIEDAD DE LAS MARCAS DE COLOR ROSADO PANTONE 183 C Y MANZANA POSTOBÓN

Las marcas de color **ROSADO PANTONE 183 C** y **MANZANA POSTOBÓN** han sido objeto de una amplia y extensa explotación comercial por parte de **POSTOBÓN**, la gaseosa que estas marcas identifican está presente en todo el territorio colombiano, tienen una posición de liderazgo y es una de las gaseosas más vendidas y preferidas por parte del consumidor.

Las gestiones comerciales y publicitarias en torno a las marcas de color **ROSADO PANTONE 183C** y **MANZANA POSTOBÓN** han generado una implantación y penetración del mercado significativa, que con el paso de los años ha generado un alto grado

[17] Superintendencia de Industria y Comercio, Delegatura de Propiedad Industrial, Resolución 1076 del 19 de enero de 2015 emitida dentro del expediente 09090473.

de conocimiento y recordación, elementos que en conjunto consolidan el carácter de marcas notoriamente conocidas.

Como un antecedente relevante para el registro de la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C**, se informa que la marca de color **ROSADO PANTONE 183C** como la marca **MANZANA POSTOBÓN** han sido objeto de reiterados e ininterrumpidos reconocimientos de notoriedad por parte de la Superintendencia, que cubren un periodo de 14 años, iniciando desde el mes de mayo de 2009 hasta el mes de abril de 2023.

El primero de los reconocimientos fue hecho por medio de la Resolución 64840 del 30 de septiembre de 2016 en el que la Dirección de Signos Distintivos reconoció la notoriedad de la marca de color **ROSADO PANTONE 183 C** y de la marca **MANZANA POSTOBÓN** para identificar bebidas gaseosas con sabor a manzana por el período comprendido entre enero de 2009 a diciembre de 2014:

> *"De acuerdo con todos los soportes argumentativos y probatorios esgrimidos y allegados por la parte opositora, esta Oficina considera que la marca MANZANA POSTOBON, así como la marca de color PANTONE 183C, son marcas notorias para "bebidas gaseosas con sabor a manzana", productos de la clase 32 Internacional, para el período comprendido entre enero de 2009 a diciembre de 2014."*
> *(...)*
>
> *"ARTÍCULO SEGUNDO: Declarar la notoriedad del signo ROSADO PANTONE 183C23 para identificar "bebidas gaseosas, productos de la clase 32 de la Clasificación de Niza, por el período comprendido entre enero de 2009 a diciembre de 2014."* [18]

Por medio de la Resolución 90985 del 29 de diciembre de 2016, la Dirección de Signos Distintivos reconoció la notoriedad de la marca **MANZANA POSTOBÓN:**

> "*ARTÍCULO PRIMERO: Extender la notoriedad del signo MANZANA POSTOBON, durante el periodo comprendido entre enero a marzo de 2015, para distinguir "bebidas gaseosas con sabor a manzana*". [19]

Por medio de la Resolución 6906 del 29 de febrero de 2017, la Dirección de Signos Distintivos reconoció nuevamente la notoriedad de la marca de color **ROSADO PANTONE 183 C** y de la marca **MANZANA POSTOBÓN** para el periodo comprendido entre enero de 2015 a septiembre de 2015 para distinguir *"bebidas gaseosas con sabor a manzana"*:

> *"Por lo cual, las pruebas aportadas al sublite, corroboran la continuidad del estatutos de notorio del signo PANTONE ROSADO 183 y MANZANA*

[18] Superintendencia de Industria y Comercio, Dirección de Signos Distintivos, Resolución 64840 del 30 de septiembre de 2016 emitida dentro del expediente 14160421, trámite de registro de la marca BIG COLA solicitada por ACAVA LIMITED. Esta Resolución fue confirmada por medio de la Resolución 82146 del 23 de diciembre de 2020.
[19] Superintendencia de Industria y Comercio, Dirección de Signos Distintivos, Resolución 90985 del 29 de diciembre de 2016 emitida dentro del expediente 15040541, trámite de registro de la marca Full Cola.

> *POSTOBON, hasta el mes de Septiembre de 2015. Lo cual se constató del material probatorio aportado por la sociedad opositora.*
>
> *"De conformidad con el análisis de las pruebas aportadas por la sociedad opositora, esta Dirección concluye que las marcas MANZANA POSTOBON y PANTONE ROSADO 183C, continúan con su estatus especial en el mercado de consumo de "bebidas gaseosas con sabor a manzana."* [20]

Por medio de la Resolución 33942 del 30 de junio de 2020, la Dirección de Signos Distintivos extendió la notoriedad de la marca de color **ROSADO PANTONE 183 C** del año 2015 a mayo de 2018 (en este caso la notoriedad fue solo para la marca de color):

> *"En tal sentido, queda demostrado ante esta oficina que durante los años 2017 y 2018 la marca continuó siendo acreedora de un alto grado de conocimiento dentro del territorio colombiano, toda vez que el signo ROSADO PANTONE (183C) DELIMITADO POR LA FORMA BIDIMENSIONAL DE UNA BOTELLA se encuentra posicionado entre los actores del sector pertinente en las principales ciudades de Colombia.*
> "(…)
> *"Teniendo en cuenta lo anterior, es posible concluir que, dada la importancia y presencia en el mercado nacional, las ventas demostradas y el grado de recordación del signo objeto de cancelación ROSADO PANTONE 183C DELIMITADO POR LA FORMA DE UNA BOTELLA. LA LÍNEA PUNTEADA TIENE COMO OBJETO DELIMITAR LA MARCA. NO SE REIVINDICA EXCLUSIVIDAD SOBRE LA FORMA (COLOR) en el sector de las bebidas no alcohólicas, este continuaba siendo notorio para el momento en que se presentó la solicitud de cancelación, ya que se logró acreditar la inversión en publicidad y el valor que tal marca representa para su titular, así como el reconocimiento que implica para el consumidor. Por lo anterior, será reconocida la extensión de la notoriedad de la marca solicitada en cancelación por el periodo comprendido entre el año 2015 y mayo de 2018 para identificar GASEOSAS SABOR A MANZANA."* [21]

Por medio de la Resolución 12560 del 15 de marzo de 2022, la Dirección de Signos Distintivos, reiteró la notoriedad de la marca de color **ROSADO PANTONE 183 C** y de la marca **MANZANA POSTOBÓN** por el periodo de mayo de 2018 a mayo de 2019:

> "*Por lo anterior y, por las consideraciones hechas con ocasión de las anteriores pruebas, esta Dirección tiene como probado que el signo MANZANA POSTOBON continua siendo notorio para identificar bebidas gaseosas con sabor a manzana, de la clase 32 Internacional durante el*

[20]Superintendencia de Industria y Comercio, Dirección de Signos Distintivos, Resolución 6906 del 29 de febrero de 2017 emitida dentro del expediente 15130144, trámite de registro de la marca de color PANTONE 177 C solicitada por EMBOTELLADORA DE BEBIDAS DEL TOLIMA S.A. EMBEBIDAS S.A. Esta Resolución fue confirmada por medio de la Resolución 79357 del 10 de diciembre de 2020.

[21]Superintendencia de Industria y Comercio, Dirección de Signos Distintivos, Resolución 33942 del 30 de junio de 2020 emitida dentro del expediente SD2018/0042493, expediente de registro 09090473. Confirmada por medio de la Resolución 63231 del 14 de septiembre de 2022.

> *periodo comprendido entre septiembre de 2015 y mayo de 2019, de igual forma la marca ROSADO PANTONE 183C DELIMITADA POR LA FORMA DE UNA BOTELLA (COLOR) continua siendo notoria para identificar bebidas gaseosas con sabor a manzana, de la clase 32 Internacional durante el periodo comprendido entre mayo de 2018 a mayo de 2019."* [22]

Por medio de la Resolución 72980 del 18 de octubre de 2022, la Dirección de Signos Distintivos extendió el carácter notorio de la marca de color **ROSADO PANTONE 183 C** y de la marca **MANZANA POSTOBÓN** por el periodo de 2019 a mayo de 2022:

> *"De conformidad con el análisis de las pruebas aportadas por la sociedad opositora, esta Dirección concluye que tanto la marca "MANZANA POSTOBON" (Mixta) como su marca de color "ROSADO PANTONE 183C" mantienen su estatus especial y han continuado posicionándose en el mercado, gracias a la persistencia del color escogido por su titular, aspectos que se mantienen constantes en las etiquetas y publicidad para el periodo relevante inmediatamente anterior a la solicitud de registro de la referencia.*
>
> *"ARTÍCULO 2. Extender la notoriedad del signo "ROSADO PANTONE 183C DELIMITADO DENTRO DE LA FORMA DE UNA BOTELLA" (Color), para identificar "bebidas gaseosas con sabor a manzana" productos de la clase 32° de la Clasificación Internacional de Niza, para el período comprendido entre el año 2019 al mes de mayo de 2022."* [23]

Por medio de la Resolución 69267 del 3 de noviembre de 2023 la Dirección de Signos Distintivos extendió el carácter notorio de la marca de color **ROSADO PANTONE 183 C** por el periodo de 2022 a abril de 2023 (en este caso la notoriedad fue solo para la marca de color):

> *"Los ingresos millonarios que se evidencian en las pruebas y la gran inversión en publicidad indican que la marca siguió siendo notoria después de su última declaración. Por lo tanto, se puede afirmar que la marca ROSADO PANTONE 183C DELIMITADO POR LA FORMA DE UNA BOTELLA. LA LÍNEA PUNTEADA TIENE COMO OBJETO DELIMITAR LA MARCA. NO SE REIVINDICA EXCLUSIVIDAD SOBRE LA FORMA (color) sigue teniendo una importancia y una presencia en el mercado nacional de las bebidas no alcohólicas, un alto grado de recordación y una notoriedad vigente para el momento en que se solicitó la cancelación, ya que se demostró la inversión en publicidad, el valor de la marca para su titular y el reconocimiento por el consumidor.*
>
> *"Por estas razones, se reconocerá la extensión de la notoriedad de la marca objeto de cancelación desde el año 2022 hasta el mes de abril de 2023 para identificar GASEOSAS SABOR A MANZANA, si bien el titular pretende la*

[22]Superintendencia de Industria y Comercio, Dirección de Signos Distintivos, Resolución 12560 del 15 de marzo de 2022 emitida dentro del expediente SD2020/0015768, trámite de registro de la marca FRESCHANDIA.
[23]Superintendencia de Industria y Comercio, Dirección de Signos Distintivos, Resolución 72980 del 19 de octubre de 2022 emitida dentro del expediente SD2022/0020478, trámite de registro de la marca MIFLOW.

> *extensión hasta el mes de julio de 2023, las pruebas analizadas únicamente demuestran la calidad de notorio hasta el mes de abril del año 2023."* [24]

Como se puede ver de este recuento de actos administrativos, la Superintendencia les ha otorgado a las marcas **MANZANA POSTOBÓN** y de **COLOR ROSADO PANTONE 183C** el mayor estatus que puede ser otorgado a las marcas hasta la actualidad.

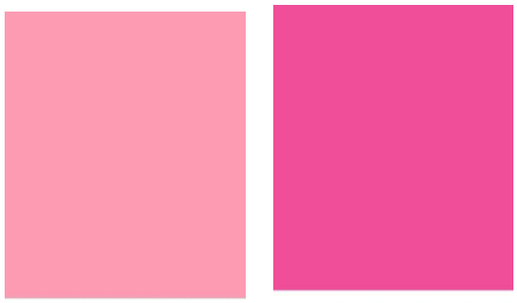
Las marcas notorias de color **ROSADO PANTONE 183C** y **MANZANA POSTOBÓN** cuentan con este reiterado status gracias a que han estado posicionadas como líderes de la categoría, segundo lugar en ventas. Se ha reconocido su altísima capacidad distintiva, y el esfuerzo de su titular por promocionarlas y difundirlas, así lo ha indicado la Superintendencia:

> "*De dichos documentos se pueden evidenciar dos situaciones; la primera es el interés de la titular de monitorear el posicionamiento de sus marcas y la segunda es la recordación en la mente de los consumidores, en los cuales la marca MANZANA POSTOBON continúa ocupando* ***el segundo lugar en la categoría de bebidas gaseosas****, y la marca de color ROSADO PANTONE 183C en la misma modalidad de* ***recordación espontánea*** *en la categoría de bebidas en general ocupó un* ***primer lugar con un porcentaje del 82%.***
>
> *"Los anteriores resultados además, encuentran consistencia y respaldo en la publicación aportada de la revista Dinero del año 2019 en la cual se reseñó el posicionamiento de la sociedad opositora desde 1997 hasta 2019, en el que ésta ocupa* ***el segundo lugar de recordación*** *entre los consumidores; posicionamiento tal que no puede ser pasado por alto comoquiera que tiene relación directa con los productos que comercializa."* Resaltado fuera del texto original [25]

La trayectoria de uso, posicionamiento, conocimiento y distintividad en el mercado establecido en las Resoluciones citadas para las marcas de color **ROSADO PANTONE 183C** y **MANZANA POSTOBÓN** aplica por extensión a la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** en la botella "Thanos", por cuanto se trata de una gaseosa sabor a manzana que conserva la tonalidad rosada en un tono más intenso:

---

[24] Superintendencia de Industria y Comercio, Dirección de Signos Distintivos, Resolución 69267 del 3 de noviembre de 2023 emitida dentro del expediente SD2023/0027533, trámite de cancelación por vulgarización del registro 507282.
[25] Superintendencia de Industria y Comercio, Dirección de Signos Distintivos, Resolución 12560 del 15 de marzo de 2022 emitida dentro del expediente SD2020/0015768.



26 27

Tal como ocurrió con el rosado Pantone 183 C, el **Pantone 212 C** es un elemento visual distintivo que identifica a la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN**. Como se probará en este memorial, el uso constante y reiterado del color rosado **Pantone 212 C** en las gaseosas ha generado que el consumidor reconozca el color como la marca del producto.

IV. USO Y DISTINTIVIDAD DE LA MARCA DE COLOR PANTONE 212 C

La distintividad es la capacidad que posee un signo para que sea relacionado e individualizado en relación con un producto o servicio específico y con su origen empresarial. El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en relación con la distintividad explicó:

> *"La distintividad es la razón de ser del derecho a la exclusividad de la marca que, desde el punto de vista del empresario, le permite individualizar los productos o servicios que elabora para participar en un mercado de libre competencia. Desde el punto de vista de los consumidores el carácter distintivo de la marca hace posible identificar el origen, procedencia y calidad del bien que desean adquirir, sin que se vean sujetos a confusión o engaño."* [28]

Como lo ha expuesto la Superintendencia y el Tribunal Andino de Justicia, la distintividad de una marca de color es *per se* o adquirida por el uso:

> "*A este respecto, es preciso recordar que un signo puede ser inherentemente distintivo. Es decir, puede gozar de distintividad ab initio, o puede haberla adquirido mediante el uso, de manera sobrevenida, desarrollando una distintividad adquirida.*"[29]

La distintividad *per se* surge al analizar el color frente a la presentación habitual de los productos en el mercado. Para constatar la distintividad *per se*, se debe analizar el vínculo que el color tiene frente a las gaseosas sabor a manzana, y determinar si comunica alguna información propia de la bebida. Si no hay una relación entre el color y la bebida, se estará en presencia de un color arbitrario, y por ende distintivo.

---

[26] Información disponible en: https://www.pantone.com/eu/es/color-finder/183-C?srsltid=AfmBOoq0hqHjegPmW4NPJ6NvwCA5niAOjhg8hXp1XvORlkl_3nWuF7ip.
[27] Información disponible en: https://www.pantone.com/color-finder/PQ-212C?srsltid=AfmBOorO0JYghYFdxi9GsJDyw7uMStvhEgzgFiWFwK3UMno1fiXUHA5b.
[28] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 12-IP-95.
[29] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 242-IP-2015.

Por su parte, la distintividad adquirida surge cuando el uso de un color genera distintividad y reconocimiento por parte de los consumidores. Específicamente para las marcas de color, la prueba de la distintividad adquirida es un requisito que exige la Superintendencia. Por tanto, la distintividad adquirida es un camino para obtener el derecho sobre un color, gracias a que el uso en el mercado generó un reconocimiento previo y un vínculo con su titular.[30]

En línea con lo anterior, la Superintendencia ha establecido que la única forma de obtener el registro de una marca de color es acreditando su uso en el mercado, esto es, su distintividad adquirida:

> *"Ahora bien, lo anterior no obsta para que pueda accederse al registro de una marca de color que carece de distintividad como en el presente caso, si dicho color ha sido usado de manera constante, hasta el punto de que ese uso le haya otorgado distintividad y, por consiguiente, el público consumidor logre atribuirle un determinado origen empresarial, para lo cual, el solicitante tendrá la carga de la prueba de acreditar que el color ha adquirido distintividad a través de un uso serio a lo largo del tiempo, dotándolo de un significado propio y exclusivo; a esta posibilidad se le conoce comúnmente como distintividad adquirida o segundo significado (secondary meaning), conforme lo contempla el último parágrafo del artículo 135 literal de la Decisión Andina 486*." [31]

V. EN CUANTO A LA DISTINTIVIDAD PER SE DEL COLOR ROSADO PARA IDENTIFICAR GASEOSAS SABOR A MANZANA:

Según reiterada Jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina la distintividad no es un elemento que se analice en abstracto, *"lo distintivo de un signo permite a los consumidores diferenciar el signo entre los demás y frente a los productos que la marca protege"*[32]. Por lo tanto, el signo es distintivo en referencia a los productos o servicios que identifica y su condición debe ser determinada frente a estos, así lo explica el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:

> *"La fuerza distintiva de la marca implica que el signo, por sí mismo, debe tener la suficiente capacidad para individualizar los bienes sobre los cuales se la coloca."* [33]

> *"Al respecto, y a manera de ilustración, se transcriben criterios del Tribunal de Justicia Europeo: 'En la jurisprudencia europea se destaca que el carácter distintivo de una marca ha de apreciarse, por una parte, en relación con los productos o servicios para los que se ha solicitado el registro y, por otra, en relación con la percepción del público al que va dirigida, y que está formado por el consumidor de dichos productos o servicios."* [34]

---

[30] Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Artículo 135: *"No obstante lo previsto en los literales b), e), f), g) y h), un signo podrá ser registrado como marca si quien solicita el registro o su causante lo hubiese estado usando constantemente en el País Miembro y, por efecto de tal uso, el signo ha adquirido aptitud distintiva respecto de los productos o servicios a los cuales se aplica*."
[31] Dirección de Signos Distintivos, Resolución No. 81593 del 21 de noviembre de 2022, expediente SD2022/0027206.
[32] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 27-IP-97.
[33] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 100-IP-2005.
[34] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 11IP-2009.

Al analizar el color rosado Pantone 212 C para identificar una bebida gaseosa sabor a manzana no se encontró ningún vínculo o relación que le sugiera al consumidor alguna información, características o propiedades del producto:

Marca	Color	Producto
	Pantone 212 C	32 Gaseosa sabor a manzana.

El color rosado no tiene una relación natural con las gaseosas sabor a manzana, de manera entre la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** y los productos que identifica no existe una relación natural o evidente.

En efecto, el color natural y característico de las manzanas es un color ámbar, que varía en su tonalidad de claro a oscuro dependiendo del color natural de la manzana del que se extrajo el jugo. Así el color ámbar del jugo de una manzana roja será más oscuro que el color ámbar del jugo de una manzana amarilla. A continuación, presentamos unos ejemplos de jugos naturales de manzana:






Como se aprecia con las anteriores imágenes, el color natural del jugo de manzana no es rosado, sino un color ámbar que varía de tonalidad dependiendo del tipo de la manzana de la que se extrae el jugo. De igual manera, el color del zumo de la manzana varia luego de la oxidación que tiene la fruta al momento de entrar el contacto directo con el aire cargado de oxígeno:




Lo anterior significa que el color natural del jugo de la manzana es ámbar o con una tonalidad más oscura luego de su proceso de oxidación. En ese sentido, el color rosado Pantone 212 C no es el color natural del zumo de manzana y su tonalidad carece de una directa relación con el origen y naturaleza de la bebida.

Por tanto, el color Pantone 212 C no sólo es distintivo *per se* para identificar los productos mencionados, sino que el tono del color es absolutamente arbitrario y alejado de la presentación habitual de dichas bebidas o extractos. Quiere ello decir, que el color rosado Pantone 212 C desde su adopción como marca ha sido distintivo para identificar las bebidas gaseosas sabor a manzana.

VI. EN CUANTO A LA DISTINTIVIDAD ADQUIRIDA DE LA MARCA COLOR ROSADO PANTONE 212 C

Si bien el color rosado **Pantone 212 C** es distintivo *per se* para identificar las bebidas gaseosas sabor a manzana, se procede a probar su distintividad adquirida, considerado que esta es la forma de obtener el registro de una marca de color según la Superintendencia:

> *"**De este modo, debido a que el color carece de una capacidad intrínseca para distinguir los bienes de una determinada empresa, en casi todos los casos será necesario acreditar la distintividad adquirida**.*
>
> *"De este modo, se puede concluir que para nuestro ordenamiento un color puede constituir una marca si se encuentra delimitado por una forma, o incluso cuando se encuentra aisladamente considerado, y por su uso constante en el País Miembro ha adquirido aptitud distintiva respecto de los productos o servicios a los cuales se aplica, y además no se encuentra incurso en alguna causal de irregistrabilidad de las que habla el artículo 136 de la Decisión 486 de 2000.*
>
> *"Por lo tanto, siempre que se pretenda el registro de un color aisladamente considerado debe demostrarse la distintividad adquirida o "secondary meaning", para lo cual el solicitante ha de acreditar que el público consumidor ha aprendido con el tiempo a reconocer un color como distintivo de los productos o servicios que ofrece. **Conforme a lo anterior, "las solicitudes de registro de un determinado color deben, pues, estar acompañadas de pruebas sólidas que demuestren que el público alberga la expectativa de que los bienes vendidos con ese determinado color son los de una empresa específica**."* [35] Resaltado fuera del texto original.

Como se desarrollará en este escrito, la distintividad adquirida del color rosado **Pantone 212 C** para identificar bebidas gaseosas sabor a manzana se fundamenta en los siguientes aspectos: i) el color rosado Pantone 212 C no se vincula con el color propio de las bebidas gaseosas sabor a manzana, por lo que resulta arbitrario y distintivo; ii) el color rosado Pantone 212 C se ha usado intensamente identificando una bebida gaseosa sabor a manzana desde el año 2022 por lo que adquirió segundo significado; iii) la notoriedad de las marcas de color **ROSADO PANTONE 183C** y **MANZANA POSTOBÓN** influye en la distintividad de la

[35] Dirección de Signos Distintivos, Resolución 79583 del 11 de noviembre de 2022, expediente SD2021/0074195.

marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** ya que es un hecho del mercado en que el consumidor reconoce el rosado en las bebidas gaseosas; y; iv) la marca **MANZANA POSTOBÓN**, su penetración de mercado y cubrimiento influye en la difusión y conocimiento del color **ROSADO PANTONE 212 C** como marca, ya que ambas marcas se usan conjuntamente.

i. Concepto de marca de color y de Distintividad adquirida:

Las marcas no tradicionales permiten la protección de elementos no convencionales como las texturas, olores, sonidos y colores, siempre que estos cumplan con una función distintiva y de identificación en el mercado. El uso constante de un color asociado a unos productos o servicios tiene el efeto de originar una marca de color, ya que el color es un estímulo visual de alta recordación que logra indicar una procedencia empresarial y diferenciar los servicios de los otros existentes en el mercado. Este concepto lo ha expuesto la Delegatura de Propiedad Industrial:

> "*Ahora bien, se debe advertir que los colores pueden ser marca en la medida en que sean un signo distintivo, esto es, siempre que sean capaces de crear un vínculo entre los productos que identifican y el consumidor, vínculo que se traduce en el hecho de que éstos puedan diferenciar los productos que identifica de otros productos del mercado y a su vez atribuirles un determinado origen empresarial*." [36]

El segundo significado es una prerrogativa de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, en adelante Decisión 486, que establece la posibilidad de registrar una marca con base el uso y su distintividad sobrevenida. La prueba del segundo significado ha sido establecida como el camino para obtener los registros de las marcas de color, incluso en casos como el que nos ocupa, en los que existe distintividad per se del color. Esta figura está prevista en el último párrafo del artículo 135 de la Decisión 486 así:

> *"(...) No podrán registrarse como marcas los signos que:*
>
> *b) carezcan de distintividad; (...)*
> *No obstante, lo previsto en los literales* ***b)****, e), f), g) y h),* ***un signo podrá ser registrado como marca si quien solicita el registro o su causante lo hubiese estado usando constantemente en el País Miembro y, por efecto de tal uso, el signo ha adquirido aptitud distintiva respecto de los productos o servicios a los cuales se aplica****" (Resaltado fuera del texto original).*

La distintividad adquirida es una figura excepcional que legitima a los empresarios que han usado un signo para obtener su protección con base en su uso y explotación comercial. Busca esta figura reconocer el esfuerzo empresarial y el éxito comercial de un signo, que lo hace merecedor de una protección como marca. En otras palabras, se busca un reconocimiento basado en el impacto que la marca ha logrado en los consumidores fruto de un uso extenso y trayectoria. Al respecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, ha sostenido:

---

[36] Delegatura de Propiedad Industria, Resolución 62154 del 17 de octubre de 2024, expediente SD2021/0074195.

> *"Por otra parte, si bien la inscripción en el registro, visto su efecto constitutivo, configura el único modo de adquisición de la marca y del derecho a su uso exclusivo, el signo puede alcanzar aptitud distintiva, en relación con el producto o servicio a que se refiera, como consecuencia de su uso constante y, en tal caso, hacerse registrable. Así se desprende del tenor del artículo 135, último párrafo, según el cual un signo podrá ser registrado como marca si, a pesar de no ser distintivo ab initio, o de ser descriptivo, o genérico, o común o usual, o de consistir en un color no delimitado por una forma específica, quien solicita el registro, o su causante, lo hubiese estado usando constantemente en el País Miembro y, por efecto de tal uso, el signo hubiese adquirido aptitud distintiva respecto de los productos o servicios a los cuales se aplica. En la doctrina se explica que "un término originariamente genérico puede llegar a dejar de serlo y adquirir el carácter distintivo típico de una marca. Es el supuesto conocido en el Derecho norteamericano como de adquisición por el término genérico de un 'secondary meaning' (significado secundario) que confiere al signo el carácter distintivo propio de la marca*" (BERCOVITZ, Alberto; op.cit., p. 471) [37]

La Doctrina de "*secondary meaning*" fue instituida por primera vez en el Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial de 1883, así:

> *"Para apreciar si la marca es susceptible de protección se deberán tener en cuenta todas las circunstancias de hecho, principalmente la duración del uso de la marca."*[38]

Respecto de esta disposición el profesor G.H.C. Bodenhausen expuso los orígenes de la teoría de segundo significado, calificando al uso de la marca como el aspecto más importante que genera distintividad:

> *"Después de la Conferencia de la Revisión de la Haya en 1925 y hasta la Conferencia de Revisión de Lisboa en 1958, el Artículo que se examina [literal C Artículo 6 quinquies] contuvo una disposición según la cual, en la apreciación del carácter distintivo de una marca, se deberán tener en cuenta todas las circunstancias de hecho, principalmente la duración del uso de la marca. La Conferencia de Revisión de Lisboa dio un alcance más general a este principio aplicándolo a la determinación de la cuestión de saber si una marca es susceptible de protección, esto es, a todas las posibilidades de denegación o invalidación de las marcas reguladas por el Artículo 6 quinquies, Sección B.*
>
> *"Las circunstancias de hecho pueden mostrar, por ejemplo que durante un largo periodo de uso simultaneo dos marcas de fábrica o de comercio no muy distintas, no han ocasionado sin embargo confusión alguna, de tal modo que el registro de una de ellas no violará los derechos de la otra.* ***O bien las circunstancias pueden mostrar que una marca de fábrica o de comercio que originalmente no era distintiva, a la larga y por el uso, ha adquirido un «significado secundario» que le da carácter***

[37] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 92-IP-2004, Caso UNIVERSIDAD VIRTUAL"
[38] Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial, firmado el 20 de marzo de 1883, artículo 6quinquies, literal C., disponible en http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?ile_id=288515#P140_26741 (consultado 18 de mayo 2018).

> ***distintivo***. *O, también, las circunstancias pueden mostrar que una marca que parece contener una indicación engañosa, de hecho no ha producido engaño alguno y se puede considerar por lo tanto que no es capaz de engañar al público.*
>
> *"Las autoridades competentes del país en el que se reclama la protección de una marca pueden sacar también conclusiones de este tipo de las circunstancias que concurren en otros países.*"[39] Resaltado fuera del texto

Por su parte, el artículo 15 del ADPIC siguiendo al Convenio de París, estableció la distintividad adquirida por el uso:

> "*…Cuando los signos no sean intrínsecamente capaces de distinguir los bienes o servicios pertinentes, los Miembros podrán supeditar la posibilidad de registro de los mismos al carácter distintivo que hayan adquirido mediante su uso*." [40]

Por tanto, con base en la doctrina y las normas citadas, la Superintendencia debe verificar los hechos del mercado que determinan que la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** se ha hecho distintiva, es decir, determinar si el uso ha generado que el color rosado sea reconocido por el consumidor y asociado a un origen empresarial en particular.

ii. En cuanto al uso conjunto de la marca de color ROSADO PANTONE 212 C con la marca MANZANA POSTOBÓN

Una de las particularidades de las marcas no tradicionales es que se usa con marcas mixtas o nominativas, como consta en los siguientes ejemplos:

La marca táctil se usa conjuntamente con la marca mixta OLD PARR para identificar una bebida alcohólica:

Marca mixta Registro No. 171216	Uso en el mercado
	
Marca no tradicional de textura Registro No. 544828	
	

[39] BODENHAUSEN, G.C.H. (1969), Guía para la Aplicación del Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial, Revisado en Estocolmo en 1967, Comercial y Artes gráficas, S.A.
[40] Acuerdo de la Ronda Uruguay: ADPIC Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio. Anexo 1 del Acuerdo firmado en Marrakech por el que se establece la Organización Mundial del Comercio, firmado en Marrakech, Marruecos, el 15 de abril de 1994. [Consultado 18 de mayo de 2018] Disponible en: http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=305906

Igualmente, la marca de color Pantone 197C identifica una fibra de vidrio que se usa conjuntamente con la marca mixta OWENS CORNING:

Marca mixta Registro. No. 277631	Uso en el mercado
OWENS CORNING	
Marca no tradicional de color Registro No. 455467	
	

La Superintendencia en varios de sus pronunciamientos ha establecido la unión que existe entre una marca mixta y la marca no tradicional de color, así lo indicó la Delegatura frente a la marca **MANZANA POSTOBÓN** y la marca de color **ROSADO PANTONE 183 C**:

> "*Asimismo, las pruebas obrantes en el expediente demuestran que la unión entre el color rosado Pantone 183C delimitado por la figura de una botella y los productos que pretende distinguir es realmente aprehendida por el consumidor como la gaseosa MANZANA POSTOBÓN, y por lo tanto, sí cumple con la definición de marca, esto es, está representada gráficamente de forma precisa e inequívoca y cumple con su función distintiva.*" [41]

> *"…**esta Dirección observa que la marca de color "ROSADO PANTONE 183C", mantiene una publicidad y promoción continua en conjunto con la marca "MANZANA POSTOBON" (Mixta), pues es más que evidente que su incorporación en los productos, así como en la estructura de sus redes sociales es más que indispensable, utilizando diferentes medios** para publicitar y promocionar sus productos, sin duda continua siendo notoria.*
> *"(…)*
> *"De conformidad con lo anterior, las certificaciones, las facturas referenciadas y las documentales relacionadas, permiten establecer que tanto la marca "MANZANA POSTOBON" (Mixta) como su marca de color "ROSADO PANTONE 183C**", han generado en conjunto gracias a su conocimiento, ingresos cuantiosos, dentro del periodo comprendido entre el año 2019 y el mes de mayo de 2022.***

> *"… **esta Dirección no puede desconocer que el signo "MANZANA POSTOBON" (Mixta), no encuentra posicionamiento en el mercado, lejos de su color, en este caso el "ROSADO PANTONE 183C", y en estricto sentido, el conocimiento de parte del consumidor y demás miembros del sector pertinente, no se da de forma fraccionada, es decir, aparte el elemento denominativo "MANZANA POSTOBON", y aparte el color "ROSADO PANTONE 183C", sino la recordación parte del signo en conjunto**. Por lo anterior, esta Dirección encuentra probado que el conocimiento tanto de la marca "MANZANA POSTOBON" (Mixta), como de la*

[41] Delegatura de la Propiedad Industrial, Resolución No. 1076 del 19 de enero de 2015, expedientes 0990473, trámite de registro de la marca de color rosado Pantone 183C.

marca de color "ROSADO PANTONE 183C", por parte de los consumidores colombianos y participantes del mercado se mantiene."[42] Resaltado fuera del texto original.

En el mismo sentido, la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** se usa conjuntamente con la marca **MANZANA POSTOBÓN**, dicho uso si bien es desde el año 2022, trae toda la historia y de reconocimiento del uso conjunto de la marca de color **ROSADO PANTONE 183 C** y **MANZANA POSTOBÓN**, que si bien es del año de 1954, ha sido reconocido desde el año 2009 con la notoriedad de estas marcas. Por tanto, se invoca la distintividad adquirida del color **ROSADO PANTONE 212 C** usado en conjunto con la marca **MANZANA POSTOBÓN**:

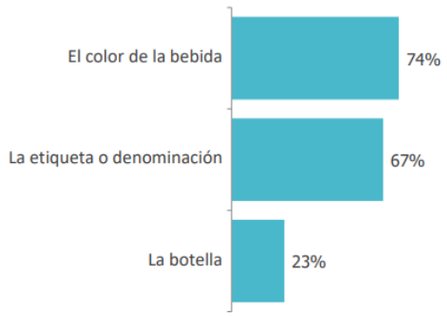
Marca de Color	Marca registrada	Uso en el mercado
	 Registro 779145	 43

Por tanto, la trayectoria de uso, posicionamiento, conocimiento y distintividad que posee la marca **MANZANA POSTOBÓN** se aplica por extensión a la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C**. El consumidor reconoce y recuerda la marca de color rosado en igual medida que la marca **MANZANA POSTOBÓN**, dado que su uso y exposición comercial y publicitaria se ha llevado de forma conjunta y simultánea.

La marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** y la marca **MANZANA POSTOBÓN** coexisten en el mismo producto identificando la gaseosa, y son identificadas como la marca de la gaseosa, tal como se pudo comprobar en el estudio de "Distintividad y Reconocimiento del color rosado" efectuado por CICO LATAM S.A.S. en marzo de 2025:

[42] Superintendencia de Industria y Comercio, Dirección de Signos Distintivos, Resolución No. 72980 del 19 de octubre de 2022, expedida dentro del expediente SD2022/0020478.
[43] Información disponible en: https://tomatelavida.com.co/gaseosas/manzana-postobon-250ml/

4. ¿Cuáles de estos elementos le sirven a usted para identificar o reconocer el producto Manzana Postobon?





44

El consumidor reconoce, distingue y recuerda a la marca **MANZANA POSTOBÓN** y el color **ROSADO PANTONE 212 C**, por su trayectoria y uso en el mercado, ambas marcas son asociadas por el consumidor y tienen la función de identificar una gaseosa sabor a manzana.

Por tanto, todos los aspectos comerciales y publicitarios de la marca **MANZANA POSTOBÓN** involucran el color rosado **Pantone 212 C**, el consumidor tiene acceso a la marca de color rosado y a la marca **MANZANA POSTOBÓN** de forma simultánea. En ese sentido, el posicionamiento, reconocimiento, uso y trayectoria de la marca **MANZANA POSTOBÓN** se traslada a la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C**, con el efecto de tener un respaldo y sustento de su distintividad adquirida.

VII. PRUEBA DE LA DISTINTIVIDAD ADQUIRIDA:

El uso de un signo en el mercado determina su distintividad adquirida, uso que debe ser serio, efectivo, constante y percibido de forma clara por el consumidor. Este uso debe ser idóneo para que el consumidor reconozca el origen empresarial del signo y para que se logre identificar el producto de los demás del mercado. Este uso se debe acreditar con ventas, publicidad, mercadeo, presencia en el comercio y con un estudio de mercado que determine la percepción del signo por parte del consumidor.

La Dirección de Signos Distintivos se ha pronunciado sobre los medios de prueba para acreditar el segundo significado:

> *"... Por tanto, las pruebas tendientes a demostrar ese segundo significado o distintividad adquirida del signo, deberán ser indicativas, entre otras cosas, de que el signo se ha usado en el territorio del país miembro a título de marca por un período más o menos largo y en forma constante. Ese uso a título de marca debe ser real, esto es, debe haber identificado el producto o el servicio en el mercado y haberse comercializado en volúmenes razonables. De igual manera, es de vital importancia probar la publicidad que se haya efectuado del signo, toda vez que es a través de ese medio, que se transmite al consumidor ese carácter de marca que pretende dársele.*

[44] Consultar el Estudio de Distintividad y Reconocimiento del color rosado de marzo de 2025, elaborado por Cico Latam S.A.S.

En otras palabras, lo que resulta determinante es demostrar que el consumidor del producto o del servicio reconoce ese signo como un distintivo empresarial del producto, lo cual, sumado a lo anteriormente expuesto, también se prueba a través de una encuesta fundamentada que refleje el conocimiento y la percepción del signo solicitado a registro por parte de los consumidores." [45]

Por su parte, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea ha hecho énfasis en que la cuota de mercado, la intensidad y duración del uso de la marca son factores para acreditar la distintividad adquirida:

"Para determinar el carácter distintivo de una marca y, por consiguiente, evaluar si posee un elevado carácter distintivo, el órgano jurisdiccional nacional debe apreciar globalmente la mayor o menor aptitud de la marca para identificar los productos o servicios para los cuales fue registrada atribuyéndoles una procedencia empresarial determinada y, por tanto, para distinguir dichos productos o servicios de los de otras empresas.

"Al realizar la apreciación mencionada, procede tomar en consideración, en particular, las cualidades intrínsecas de la marca, incluido el hecho de que ésta carezca, o no, de cualquier elemento descriptivo de los productos o servicios para los que ha sido registrada, la cuota de mercado poseída por la marca, la intensidad, la extensión geográfica y la duración del uso de esta marca, la importancia de las inversiones hechas por la empresa para promocionarla, la proporción de los sectores interesados que identifica los productos o servicios atribuyéndoles una procedencia empresarial determinada gracias a la marca, así como las declaraciones de Cámaras de Comercio e Industria o de otras asociaciones profesionales." [46]

Teniendo en cuenta lo anterior, mi representada aporta a este expediente los medios de prueba que demuestran que para la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** se ha efectuado una intensa actividad comercial, una amplia extensión de uso, y una gestión publicitaria importante**.** Incluso, siguiendo la jurisprudencia europea, se allegan estudios de mercado que acreditan el conocimiento y cuota de mercado de la marca **MANZANA POSTOBÓN** y de color **ROSADO PANTONE 212 C**.

VIII. PRUEBAS QUE ACREDITAN EL USO Y LA DISTINTIVIDAD ADQUIRIDA DE LA MARCA DE COLOR ROSADO PANTONE 212 C

A la luz de lo anterior, y consciente de la necesidad de proveer a la Dirección de Signos Distintivos de elementos de juicio que le permitan comprender la distintividad de la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** para identificar bebidas gaseosas sabor a manzana, allegaremos las pruebas que acreditan que dicho color es distintivo, al punto que identifica la gaseosa sabor a manzana en el mercado.

---

[45] Dirección de Signos Distintivos, Resolución 15213 del 20 de mayo de 2019, expediente SD2017/0071996.
[46] Tribunal de Justicia de la Unión Europea, sentencia de 22 de junio de 1999, Caso C-342/97. Disponible en: http: http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=es&jur=C,T,F&num=t-305/04&td=ALL , (Consultado 10 de mayo de 2018)

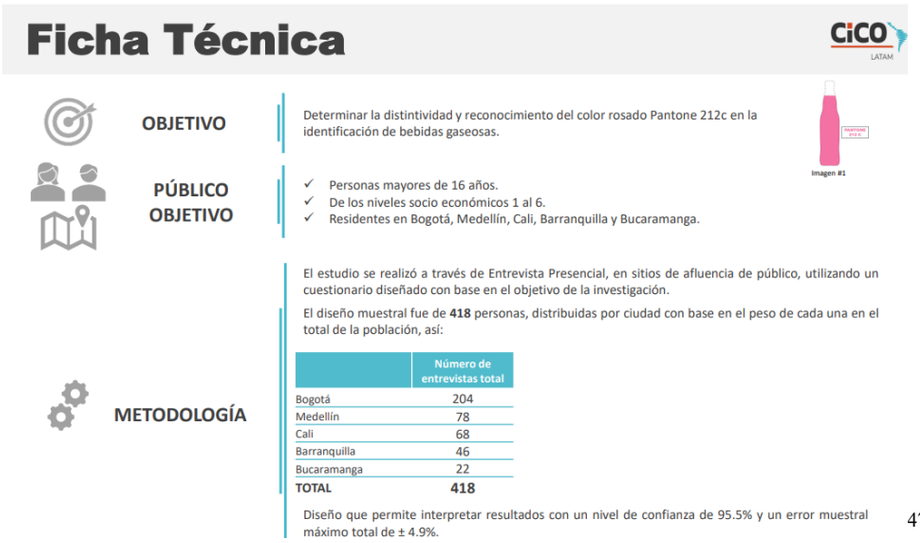
1. ESTUDIOS DE DISTINTIVIDAD Y DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA DE COLOR PANTONE 212 C Y LA MARCA MANZANA POSTOBÓN:

La prueba más importante para acreditar la distintividad adquirida de una marca de color es el estudio de mercado, ya que refleja la realidad del mercado, esto es, el hecho que el color haya pasado de ser un estímulo visual a ser reconocido como una marca que se vincula con un origen empresarial. Adicionalmente, con los estudios de mercado es posible conocer la penetración de la marca en mercado y el conocimiento en el sector pertinente.

i. Estudio de distintividad y reconocimiento del color rosado Pantone 212 C del año 2025:

Se aporta un estudio de mercado efectuado por CICO LATAM S.A.S. en marzo de 2025 denominado "Distintividad y Reconocimiento del color rosado."

Este estudio se realizó en las principales ciudades de Colombia a 418 personas y su objetivo fue "determinar la distintividad del color rosado Pantone 212 C en la identificación de bebidas gaseosas. El estudio tuvo la siguiente ficha técnica:

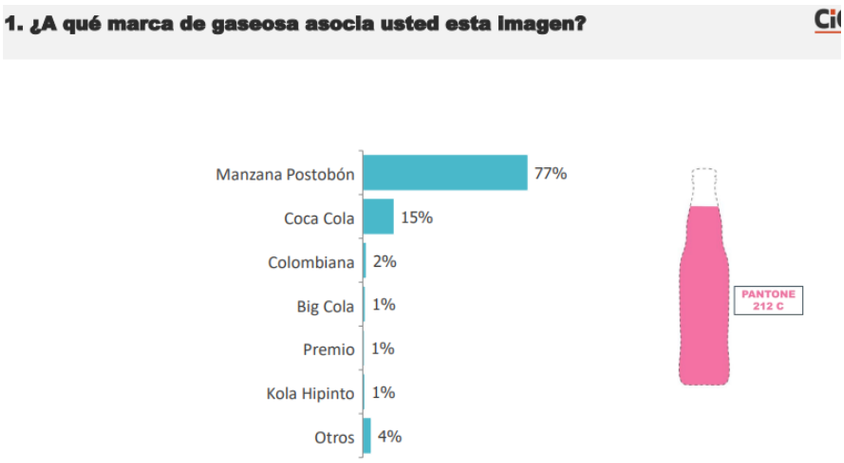


47

- **Asociación espontanea del color rosado a las marcas de la categoría**:

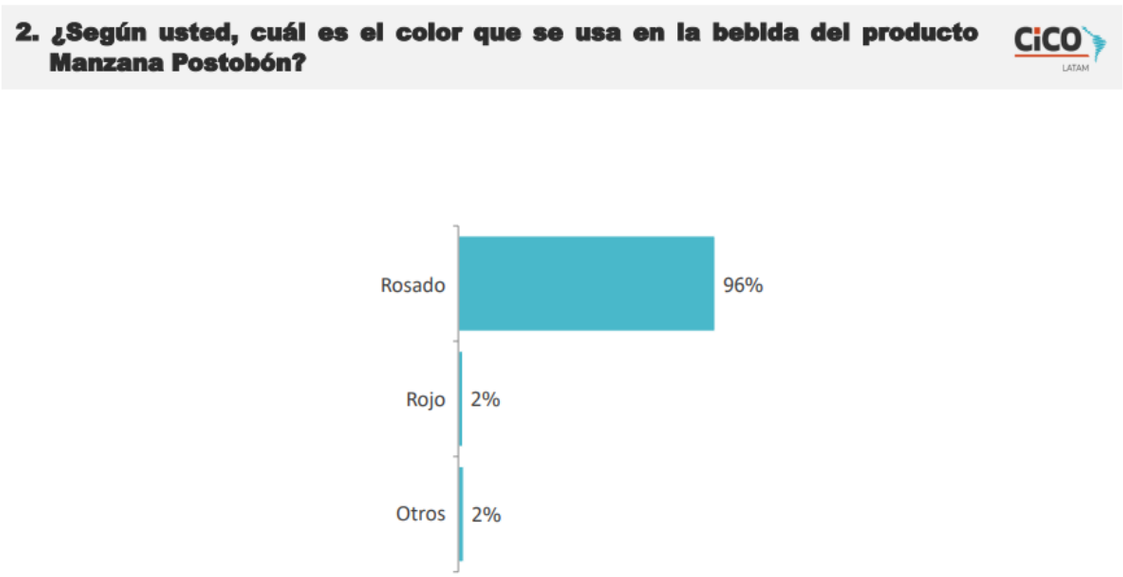
El estudio indagó sobre el conocimiento espontaneo del color rosado a las marcas de la categoría, y detectó un reconocimiento del 77% en relación con la marca **MANZANA POSTOBÓN**:

[47] Consultar el Estudio de Distintividad y Reconocimiento del color rosado de marzo de 2025, elaborado por Cico Latam S.A.S.



- **Vínculo del color rosado con la marca MANZANA POSTOBÓN:**

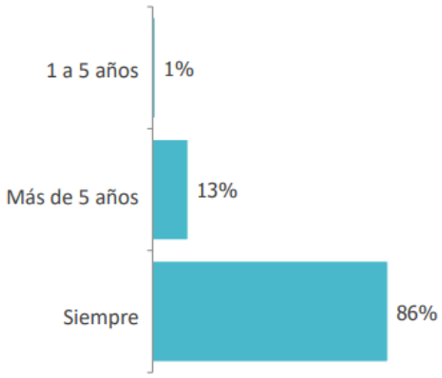
El estudio pudo determinar que el color rosado es asociado por los entrevistados en un 96% a la marca **MANZANA POSTOBÓN**, luego de preguntar, ¿Según usted, ¿cuál es el color que se usa en la bebida del producto Manzana Postobón?:



- **Tiempo de uso del color rosado:**

Esta respuesta confirma lo que hemos indicado, en cuanto que la trayectoria del uso del color rosado Pantone 183 C y de la marca **MANZANA POSTOBÓN** influyen en la distintividad y reconocimiento de la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C**, ya que, pese a que esta marca es del año 2022, el 86% de los entrevistados respondieron que el color rosado se ha usado desde siempre en la **MANZANA POSTOBÓN**:

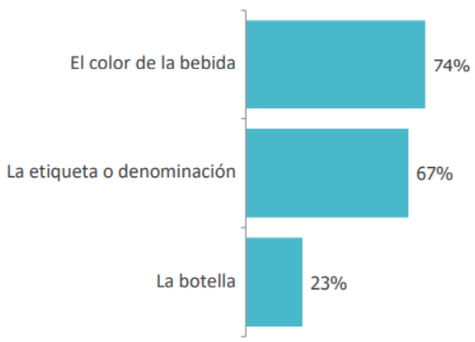
3. ¿Durante cuánto tiempo lleva el producto Manzana Postobón utilizando el Color Rosado?



- **En cuando a la distintividad del color en el producto:**

Los entrevistados le asignaron al color rosado un mayor porcentaje de distintividad que a la propia marca **MANZANA POSTOBÓN**, el color obtuvo un 74% de reconocimiento y la etiqueta o denominación obtuvo un 67% de reconocimiento:

l. ¿Cuáles de estos elementos le sirven a usted para identificar o reconocer el producto Manzana Postobon?





- **Distintividad publicitaria del color rosado:**

Ante la pregunta ¿Recuerda haber visto publicidad que contenga este Color Rosado asociado con el producto Manzana Postobón?, el 68% de los entrevistados indicó que sí, y los lugares más visibles han sido: en televisión, vallas e Internet.



- **Conclusión:**

Al juntar todos indicadores del estudio, la Dirección podrá corroborar que el color **ROSADO PANTONE 212 C** tiene fuerza distintiva por su propio mérito y ha identificado la gaseosa sabor a manzana. Los altos porcentajes de asociación del color rosado con la marca **MANZANA POSTOBÓN**, el alto grado de reconocimiento y de distintividad del color rosado y el tiempo de uso, son indicadores efectivos para sustentar la distintividad adquirida de la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C**. Se ha probado que color rosado se hizo distintivo en el mercado y que el consumidor lo identifica y reconoce como la marca de la gaseosa.

ii. **Indicadores NIELSEN de 2022 a 2025 categoria de gaseosas**

Se aporta el informe NIELSEN para el periodo del año 2022 a julio de 2025 para la categoría de gaseosas.[48]

El estudio NIELSEN permite cuantificar la participación de la marca **MANZANA POSTOBÓN** en el mercado tanto en volumen (litros vendidos) como en valor (participación en el mercado según ingresos en pesos colombianos). **La conclusión del estudio es que la marca MANZANA POSTOBÓN es la segunda en la categoría de gaseosas, tanto en litro vendidos como en ingresos obtenidos**. A continuación, se transcribe el detalle del informe:

[48] Nielsen es una empresa de información y medios a nivel global, y es uno de las fuentes líderes en información de mercado.

ANEXO 1

De conformidad con las mediciones realizadas por NIELSENIQ y adquiridas por POSTOBÓN, se identifica que el fabricante y su marca "MANZANA POSTOBÓN" se encuentran en la categoría Gaseosas, en el periodo comprendido de enero 2022 a julio 2025 en Colombia. En la tabla 1, se puede encontrar el detalle de su participación para los periodos de tiempo indicados. Las variables se definen a continuación:

Part. de Vtas Valor: Porcentaje del valor (en pesos colombianos) de "Gaseosas" vendidos en el universo NIELSENIQ, correspondiente a cada marca.

Part. de Vtas Volumen: Porcentaje del volumen (en Litros) de "Gaseosas" vendidos en el universo NIELSENIQ, correspondiente a cada marca.

TABLA 1. Participación de mercado en la categoría Gaseosas en Colombia

Variable	Periodo	Gaseosas	Manzana Postobon	Otras Marcas
Part. de Vtas Valor (%)	Enero 2022 a Diciembre 2022	100	7,6	92,4
	Enero 2023 a Diciembre 2023	100	7,4	92,6
	Enero 2024 a Diciembre 2024	100	7,2	92,8
	Enero 2025 a Julio 2025	100	7,0	93,0
Part. de Vtas Volumen (%)	Enero 2022 a Diciembre 2022	100	9,3	90,7
	Enero 2023 a Diciembre 2023	100	9,3	90,7
	Enero 2024 a Diciembre 2024	100	9,2	90,8
	Enero 2025 a Julio 2025	100	8,9	91,1

iii. Certificación de Sebastián Benítez Gerente de Servicios de Mercadeo de POSTOBÓN:

Con el ánimo de dar alcance y explicación al Informe de NIELSEN, se aporta la certificación de Sebastián Benítez Gerente de Servicios de Mercadeo de **POSTOBÓN** en la que se explican las métricas así:

- **Sobre el Share Volumen, volumen de litros vendidos: de 100 litros vendidos 9 corresponden a MANZANA POSTOBÓN:**

SHARE VOLUMEN: Porcentaje de volumen en litros que se vende de una marca respecto al total de litros vendidos en la categoría de gaseosas

SHARE VOLUMEN MANZANA POSTOBON			
2022	2023	2024	2025
9,3%	9,3%	9,2%	8,9%

En otras palabras, según estimaciones de Nielsen, de cada 100 litros de gaseosas que se venden en Colombia, 9 corresponden a Manzana Postobón, siendo la segunda marca con mayores ventas en litros de esta categoría.

- **Sobre el Share Valor, valor en pesos vendidos: de $1000 pesos vendidos, $700, corresponden a ventas de MANZANA POSTOBÓN:**

SHARE VALOR: Porcentaje del valor en pesos colombianos que se vende de una marca respecto al total de valor vendidos en la categoría de gaseosas

SHARE VALOR MANZANA POSTOBON			
2022	2023	2024	2025
7,6%	7,4%	7,2%	7,0%

En otras palabras, según estimaciones de Nielsen, de cada 1.000 pesos colombianos de gaseosas que se venden en Colombia, 700 corresponden a Manzana Postobón, siendo la segunda marca con mayores ventas en valor de esta categoría.

El informe NIELSEN evidencia que la marca **MANZANA POSTOBÓN** es líder indiscutible en la categoría de gaseosas. La marca **MANZANA POSTOBÓN** es la segunda gaseosa en ventas e ingresos. En este orden de ideas, se ha probado un elevado nivel de penetración en el mercado de la marca **MANZANA POSTOBÓN** en la categoría de gaseosa, lo cual aplica por extensión a la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C**.

2. INGRESOS ASOCIADOS A LA EXPLOTACIÓN DE LA MARCA MANZANA POSTOBÓN Y DE COLOR ROSADO EN LA CATEGORÍA DE GASEOSAS Y CANTIDAD DE CAJAS VENDIDAS

Las certificaciones fueron expedidas por POSTOBÓN S.A. y por las empresas GASEOSAS LUX S.A.S. y GASEOSAS COLOMBIANAS S.A.S., estás últimas empresas fueron autorizadas para usar la marca **MANZANA POSTOBÓN**, ya que son parte del grupo empresarial POSTOBÓN, según consta en el certificado de existencia y representación legal aportado y en el expediente SD2022/0020478.

i. Certificación de ingresos recibidos por la empresa Gaseosas Colombianas S.A.S.:

Se aporta como prueba de los ingresos una certificación suscrita por Andrés Felipe Agudelo Revisor fiscal designado por KPMG por la empresa Gaseosas Colombianas S.A.S., quien certificó los ingresos recibidos por la venta de la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN** en los años 2022 a 2025 por un valor de 90.910.842.371. Consta en este certificado que durante el mismo periodo se vendieron $9.112.565 cajas unitarias con la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN**:

Periodo	Cantidad en Cajas Unitarias	Valor	Publicidad
Ene-Dic 2022	3.403.879	31.077.415.179	75.452.090
Ene-Dic 2023	3.343.894	34.355.163.463	140.057.201
Ene-Dic 2024	2.364.792	25.478.263.729	58.849.151
Ene-Jul 2025	0	0	320.000
Total	9.112.565	90.910.842.371	274.678.442

ii. Certificación de ingresos recibidos por la empresa Postobón S.A.:

Se aporta como prueba de los ingresos una certificación suscrita por Andrés Felipe Agudelo Revisor fiscal designado por KPMG por la empresa Postobón S.A., quien certifica los ingresos recibidos por la venta de la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN** en los años 2022 a 2025 por un valor de $784.978.691.317. Consta en este certificado que durante el mismo periodo se vendieron $76.509.987cajas unitarias con la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN**:

Periodo	Cantidad en Cajas Unitarias	Valor	Publicidad
Ene-Dic 2022	22.050.067	201.317.108.241	7.035.179.741
Ene-Dic 2023	21.354.215	219.393.203.677	8.181.482.978
Ene-Dic 2024	20.887.487	225.041.786.770	8.812.957.358
Ene-Jul 2025	12.218.218	139.226.592.629	3.765.201.789
Total	76.509.987	784.978.691.317	27.794.821.866

iii. Certificación de ingresos recibidos por la empresa Gaseosas Lux S.A.S.:

Se aporta como prueba de los ingresos una certificación suscrita por Andrés Felipe Agudelo Revisor fiscal designado por KPMG por la empresa Gaseosas Lux S.A.S., quien certifica los ingresos recibidos por la venta de la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN** en los años 2022 a 2025 por un valor de $766.987.087.063. Consta en este certificado que durante el mismo periodo se vendieron $74.602.539 cajas unitarias con la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN**:

Periodo	Cantidad en Cajas Unitarias	Valor	Publicidad
Ene-Dic 2022	20.860.995	190.460.885.354	2.498.491.804
Ene-Dic 2023	20.401.283	209.602.777.843	2.594.137.617
Ene-Dic 2024	20.916.023	225.349.234.819	2.069.115.245
Ene-Jul 2025	12.424.238	141.574.189.047	2.769.960.298
Total	74.602.539	766.987.087.063	9.931.704.964

Las cifras de ingresos y de cajas del producto vendidas evidencian que la marca **MANZANA POSTOBÓN** tuvo una demanda muy alta en su categoría, lo cual concuerda con la certificación de NIELSEN, en la que consta que esta marca es la segunda gaseosa más vendida en el mercado colombiano. Los ingresos son realmente significativos y evidencian un nivel de penetración e implantación en el mercado muy fuerte, lo cual corrobora su carácter de marca notoria. Por tanto, la marca **MANZANA POSTOBÓN** en conjunto con la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** fueron ampliamente expuestas en el mercado, y el uso de estas marcas fue hecho masivamente, lo que es prueba de la distintividad que el color **Pantone 212 C** adquirió gracias a su uso y explotación comercial.

3. INVERSIÓN EN PUBLICIDAD PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA DE COLOR ROSADO PANTONE 212 C Y MANZANA POSTOBÓN

La inversión de **POSTOBÓN** en publicidad ha sido de gran importancia para el posicionamiento de la marca **MANZANA POSTOBÓN** y para demostrar la distintividad adquirida de la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** en el mercado.

Se aportan certificaciones de inversión en publicidad expedidas por parte del revisor fiscal, de **POSTOBÓN**, de las agencias de publicidad y de los proveedores publicitarios para el

posicionamiento y promoción de la marca **MANZANA POSTOBÓN**, rubro que como se ha explicado involucra a la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C**.

i. Certificación de inversión en publicidad por la empresa Gaseosas Colombianas S.A.S.:

Se aporta una certificación suscrita por Andrés Felipe Agudelo Revisor fiscal designado por KPMG, quien certifica la inversión en publicidad para la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN** en los años 2022 a 2025 por un valor de $274.678.442 por la empresa Gaseosas Colombianas S.A.S.:

Periodo	Cantidad en Cajas Unitarias	Valor	Publicidad
Ene-Dic 2022	3.403.879	31.077.415.179	75.452.090
Ene-Dic 2023	3.343.894	34.355.163.463	140.057.201
Ene-Dic 2024	2.364.792	25.478.263.729	58.849.151
Ene-Jul 2025	0	0	320.000
Total	9.112.565	90.910.842.371	274.678.442

ii. Certificación de inversión en publicidad por la empresa Postobón S.A.:

Se aporta una certificación suscrita por Andrés Felipe Agudelo Revisor fiscal designado por KPMG, quien certifica la inversión en publicidad para la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN** en los años 2022 a 2025 por un valor de $ 27.794.821.866 por la empresa **Postobón S.A.**:

Periodo	Cantidad en Cajas Unitarias	Valor	Publicidad
Ene-Dic 2022	22.050.067	201.317.108.241	7.035.179.741
Ene-Dic 2023	21.354.215	219.393.203.677	8.181.482.978
Ene-Dic 2024	20.887.487	225.041.786.770	8.812.957.358
Ene-Jul 2025	12.218.218	139.226.592.629	3.765.201.789
Total	76.509.987	784.978.691.317	27.794.821.866

iii. Certificación de inversión en publicidad por la empresa Gaseosas Lux S.A.S.:

Se aporta una certificación suscrita por Andrés Felipe Agudelo Revisor fiscal designado por KPMG, quien certifica la inversión en publicidad para la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN** en los años 2022 a 2025 por un valor de $ 9.931.704.964 por la empresa Gaseosas Lux S.A.S.:

Periodo	Cantidad en Cajas Unitarias	Valor	Publicidad
Ene-Dic 2022	20.860.995	190.460.885.354	2.498.491.804
Ene-Dic 2023	20.401.283	209.602.777.843	2.594.137.617
Ene-Dic 2024	20.916.023	225.349.234.819	2.069.115.245
Ene-Jul 2025	12.424.238	141.574.189.047	2.769.960.298
Total	74.602.539	766.987.087.063	9.931.704.964

iv. Certificación POSTOBÓN:

Se aporta la certificación expedida por Federico José Llano en nombre de **POSTOBÓN** sobre la inversión en publicidad para la marca **MANZANA POSTOBÓN**:

Según los registros contables de la compañía, durante el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2022 y el 31 de julio de 2025, GASEOSAS POSADA TOBON SA, y las sociedades GASEOSAS LUX SAS y GASEOSAS COLOMBIANAS SAS, autorizadas para usar la marca Manzana, han invertido en gasto publicitario de la marca Postobón:

Periodo	Valor en millones de $
2022	9.609
2023	10.916
2024	10.941
A julio 2025	6.535
TOTAL	**38.001**

v. Certificación de SANCHO BBDO:

Se allega la certificación de Yesid Aponte representante legal de la agencia SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS, quien informa que, durante los años 2022, 2023, 2024 y 2025 se realizaron campañas de publicidad para la promoción de la marca **MANZANA POSTOBÓN** por un valor de $6.355.129.591:

AÑO	Nombre de la Campaña	Total inversión
2022	EL ROSA ES OTRA COSA	$1.706.798.355
Total		$1.706.798.355

AÑO	Nombre de la Campaña	Total inversión
2023	EL ROSA ES OTRA COSA	$1.957.355.138
2023	SER CICLISTA ES ORA COSA	$177.855.531
Total		$2.135.210.669

AÑO	Nombre de la Campaña	Total inversión
2024	EL ROSA ES OTRA COSA	$1.024.154.835
2024	SER CICLISTA ES ORA COSA	$328.235.582
Total		$1.352.390.417

AÑO	Nombre de la Campaña	Total inversión
2025	CLASICO PAISA	$365.400
2025	GIRO DE RIGO BARRANQUILLA	$1.150.193.728
2025	GRAN FONDO NAIRO	$7.588.350
2025	SEMANA JUVENTUD	$843.242
2025	BLANCA NIEVES	$1.130.430
2025	PARTIDO NACIONAL INT	$609.000
Total		$1.160.730.150

vi. Certificación de OMD:

Se aporta la certificación de Sergio Manuel González Head of Finance de OMD COLOMBIA S.A.S. en la que consta la inversión en publicidad para la marca de color rosado y MANZANA POSTOBÓN en la campaña la VIDA ES COLOR DE ROSA:

Por encargo de POSTOBÓN S.A. se han llevado a cabo gestiones publicitarias para la campaña LA VIDA ES COLOR DE ROSA que tiene como eje el posicionamiento y promoción de la marca de color rosado conjuntamente con la marca MANZANA POSTOBÓN, estas gestiones generaron una facturación de $4.134.869.381 (Cuatro mil ciento treinta y cuatro millones ochocientos sesenta y nueve mil trescientos ochenta y un pesos Colombianos) discriminada así:

2022	2023	Total inversión
$1.706.798.355	$2.428.071.026	$ 4.134.869.381

vii. **Inversión en publicidad certificada por la agencia Intiative:**

Se aporta la certificación emitida por Cristian Camilo Cristancho Guzmán en nombre de Intiative en la que consta la inversión en publicidad en las campañas EL ROSA ES OTRA COSA en los años 2024 y 2025:

AÑO	Nombre de la Campaña	Total inversión
2024	EL ROSA ES OTRA COSA	$246.226.371
Total		$246.226.371

AÑO	Nombre de la Campaña	Total inversión
2025	EL ROSA ES OTRA COSA	$21.945.445
Total		$21.945.445

viii. **Inversión en publicidad certificada por la agencia Intiative:**

Se aporta la certificación emitida por Yesid Aponte en nombre de la agencia SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS en la que consta la inversión en la campaña EL ROSA ES OTRA COSA-MANZANA SIN AZUCAR MALUMA por un valor de $2.899.373.489 para los años 2023 y 2024 y con el fin de promocionar la marca de color rosado conjuntamente con la marca **MANZANA POSTOBÓN**:

2023	2024	Total inversión
$1.742.908.542	$ 1.063.102.128	$2.806.010.670

ix. Certificación del proveedor publicitario CARACOL TELEVISIÓN S.A.:

Se aporta la certificación emitida por ALVARO H. CLAVIJO Director de Operaciones de CARACOL TELEVISIÓN S.A.S. sobre la pauta efectuada para **MANZANA POSTOBÓN** en los años 2022, 2023 y 2024:

Año	Monto
2022	531.588.044
2023	373.818.157
2024	265.498.134
Total	**1.170.904.335**

x. Certificación del proveedor publicitario CANAL RCN:

Se aporta la certificación emitida por Jaime Alberto Estrada Director Administrativo de Ventas del CANAL RCN sobre la pauta efectuada para MANZANA POSTOBÓN en la Tv Nacional en los años 2022, 2023 y 2024, se adjunta el listado de la pauta emitida:

MEDIO: TV NACIONAL
MARCA: MANZANA
AÑO: 2022
INVERSION: $937.960.264

MEDIO: TV NACIONAL
MARCA: MANZANA
AÑO: 2023
INVERSION: $372.575.748

MEDIO: TV NACIONAL
MARCA: MANZANA
AÑO: 01 ENERO AL 30 DE NOVIEMBRE 2024
INVERSION: $360.389.576

Estos rubros deben ser vistos en concordancia con las campañas y piezas publicitarias, ya que todas tienen como eje el posicionamiento del color rosado. Los montos invertidos para promocionar la marca **MANZANA POSTOBÓN** y el color **ROSADO PANTONE 212 C** son representativos e indicativos de que el color ha estado presente en la publicidad y oferta de la gaseosa. La inversión en publicidad efectuada para la marca **MANZANA POSTOBÓN** es extraordinaria, evidenciando la intensa presencia de la marca en su segmento y su amplia difusión y conocimiento, lo cual se hace extensivo a la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** dado que estas dos marcas se promocionan juntas.

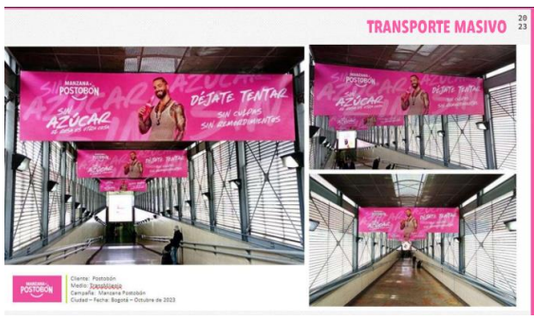
4. GESTIONES PUBLICITARIAS

Se relacionan a continuación informes y reportes de las agencias y de las campañas publicitarias que dan cuentan del uso predominante del color **ROSADO PANTONE 212 C** en la publicidad de la marca **MANZANA POSTOBÓN**:

i. **Presentación Campaña Sin Azúcar el Rosa es Otra Cosa con Maluma 2023**:

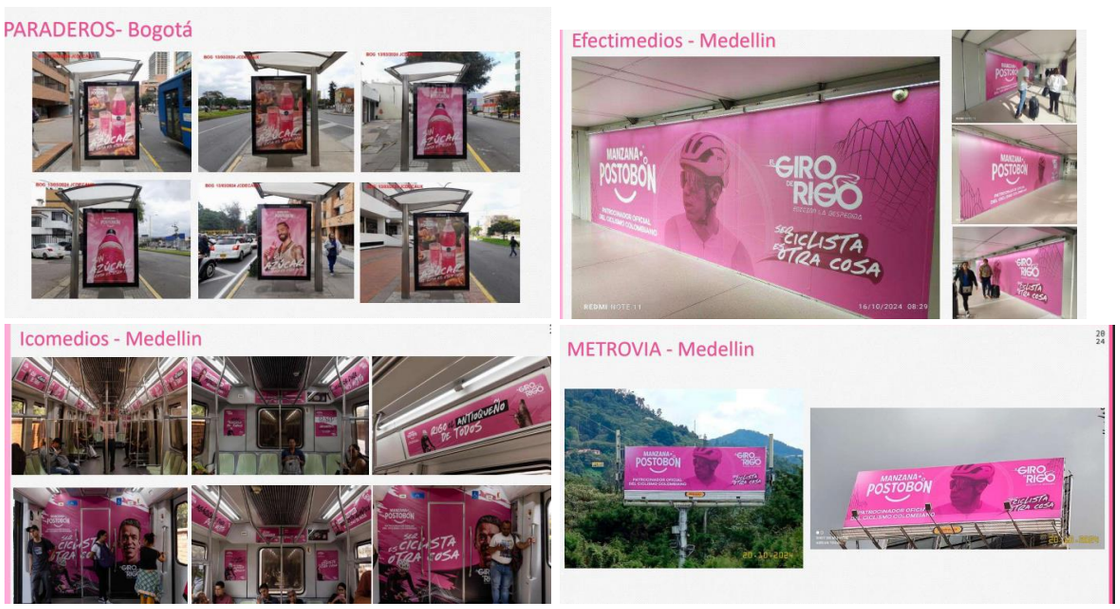
Se allega la presentación de la campaña Sin Azúcar el Rosa es Otra Cosa 2023 con Maluma y su despliegue en redes, medios digitales, televisión, transporte masivo, influenciadores, vallas, publicidad exterior visual, y los canales de distribución. Como consta en las diversas publicaciones aportadas, el eje visual y central es el color rosado y la botella Thanos que tiene el líquido del color **Pantone 212 C**:





ii. Presentación Reporte Campañas 2024:

Se allega la presentación Reporte Campañas 2024 que tiene la recopilación de imágenes de publicidad en vallas y avisos publicitarios para la **MANZANA POSTOBÓN**, en paraderos y elementos visuales dispuestos en el transporte masivo de Bogotá y Medellín. Esta presentación tiene la publicidad del Giro De Giro edición despedida:



iii. **Presentación campaña El Giro de Rigo por OMD**:

Se aporta una presentación preparada por la agencia publicitaria OMD del año 2025 en la que consta el avance del patrocinio al Giro de Rigo y el impacto de la publicidad en radio y Televisión nacional.

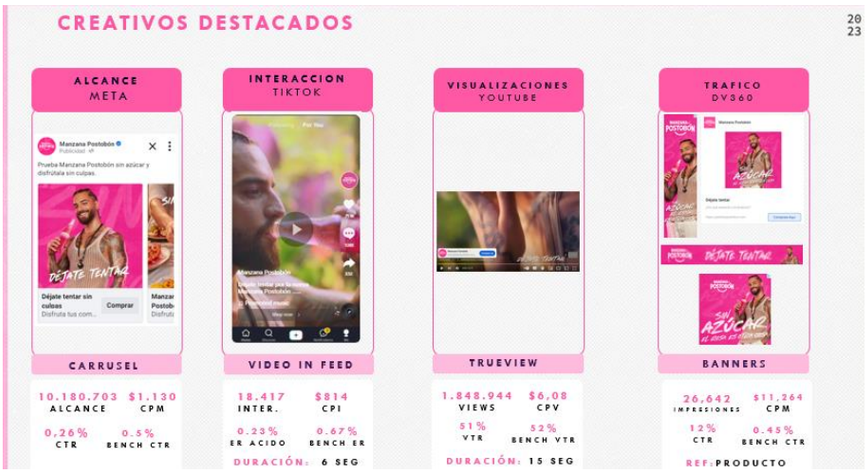
iv. Presentación campaña Respeto de precios:

Se allega un informe sobre la campaña de precios justos hecha en marzo de 2025 en radio y televisión nacional para la gaseosa **MANZANA POSTOBÓN,** y la botella Thanos que tiene el líquido del color **Pantone 212 C**:



v. Presentación Reporte de Cierre Campaña El Rosa es Otra Cosa 2023:

Esta presentación proporciona estadísticas sobre los resultados de la campaña el Rosa es Otra Cosa con MALUMA, RIGO, entre otros, en el año 2023. Estos son los creativos destacados en los que aparece la botella Thanos que tiene el líquido del color **Pantone 212 C**:



vi. Presentación Reporte de Cierre Campañas 2024:

Esta presentación proporciona estadísticas sobre los resultados de la estrategia publicitaria en el año 2024 que reporta una inversión de $1.168.000. Estas campañas se ejecutaron en televisión, radio y medios digitales. Estos son algunos de los resultados:



IX. Afiches publicitarios:

A continuación, algunos de los avisos y afiches publicados con la marca **MANZANA POSTOBÓN** y la botella Thanos que tiene el líquido del color **Pantone 212 C:**



X. Reporte fotográfico de la agencia Growth sobre publicidad exterior visual de 2023:

La agencia Growth recopiló imágenes de la marca **MANZANA PÓSTOBÓN** en publicidad exterior visual, dinteles, estaciones, murales, pantallas led, y en medios digitales, en la que aparece la botella Thanos con el color rosado **Pantone 212 C** en el líquido de la bebida gaseosa:

BOGOTÁ PANTALLA LED –
MUELLE SUR



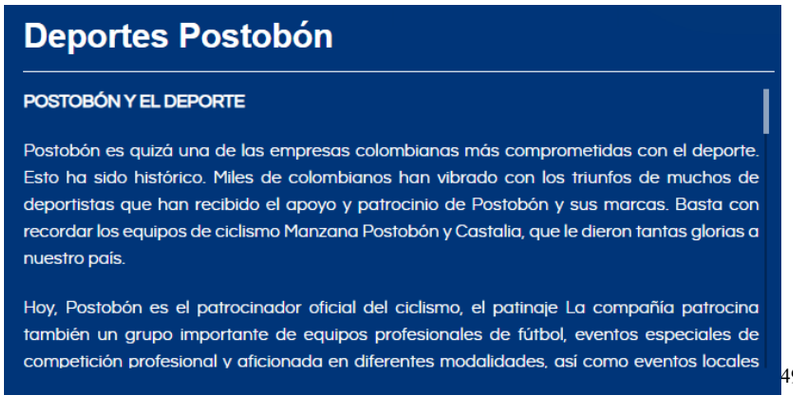
BOGOTÁ PANTALLA LED
PANTALLA LED MUELLE NORTE



Las gestiones publicitarias para la marca **MANZANA POSTOBÓN** y para el color rosado **Pantone 2012 C** han sido intensas y continuas, fruto de una estrategia coordinada para lograr el reconocimiento que estas marcas tienen en el mercado. El uso del color rosado en la publicidad de la marca **MANZANA POSTOBÓN** es destacado y predominante, lo que ha generado que este color sirva para identificar la gaseosa, como lo pudo corroborar el estudio de mercado aportado.

5. ACTIVIDADES DE PATROCINIO Y ALIANZAS DE APOYO AL DEPORTE- USO DEL COLOR ROSADO-

POSTOBÓN tiene una trayectoria muy amplia en el apoyo a los equipos deportivos, patrocina el ciclismo y el patinaje:



[49]

El patrocinio de la marca **MANZANA POSTOBÓN** al deporte lleva implícito el uso del color rosado en los informes de los equipos deportivos como en los elementos publicitarios usados en los eventos, así:

i. Presentación Uso del color rosado en los equipos y eventos deportivos (2022 a 2025):

Se aporta la presentación que recopila imágenes con el uso del color rosado en los uniformes de los equipos y eventos deportivos en los años 2022 a 2025:



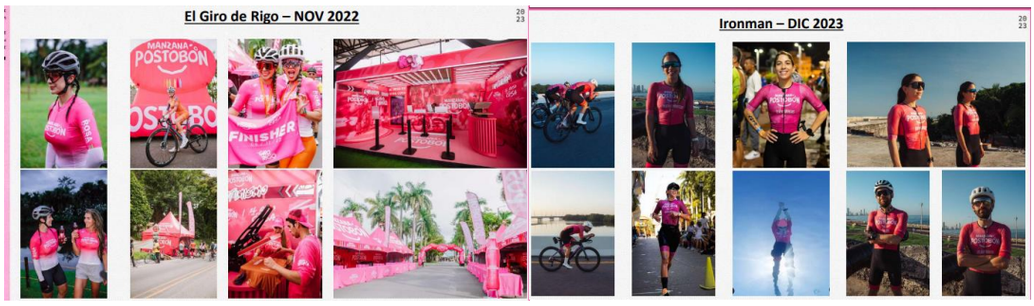
ii. Presentación muestreo de fotos equipos deportivos patrocinados 2022 y 2023:

Se aporta la presentación muestreo de fotos equipos deportivos patrocinados 2022 y 2023. En esta presentación aparecen los eventos deportivos en los que los equipos deportivos han exhibido sus uniformes con el color rosado en los años 2022 y 2023:

El Giro de Rigo 2022, Partido Atlético Nacional Vs Independiente Medellín 2022, Reto de Letras 2023, Reto Urrao 2023, La Crono de Rigo 2023, Partido Atlético

[49]Información disponible en: https://www.postobon.com/deportes/deportes-postobon.

Nacional Vs Deportivo Independiente Medellín 2023, el Giro de Rigo 2023, Ironman 2023.



iii. Patrocinio al Giro de Rigo:

La marca **MANZANA POSTOBÓN** ha sido patrocinadora oficial del Giro de Rigo, así se da continuidad al apoyo que la marca le ha brindado al ciclismo colombiano. Se aportan publicaciones y noticias sobre el patrocinio de **POSTOBÓN** al Giro de Rigo edición la despedida:



iv. Alianza de POSTOBÓN con la marca GO RIGO GO:

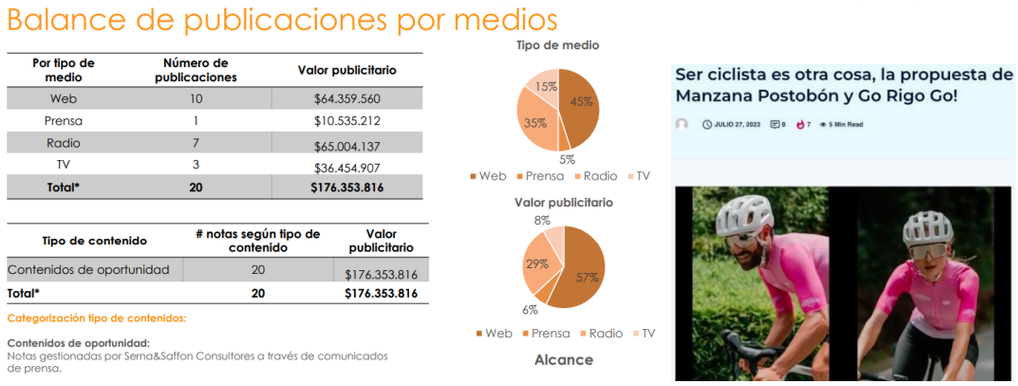
POSTOBÓN y la marca GO RIGO hicieron una alianza para presentar una colección de ropa deportiva y urbana inspirada en "ser ciclista es otra cosa" en el marco de COLOMBIA MODA 2023. Se aporta una publicación de RCN sobre esta noticia:



[50]Información disponible en: https://www.postobon.com/sala-prensa/noticias/ser-ciclista-es-otra-cosa-la-propuesta-nuestra-marca-manzana-y-go-rigo-go

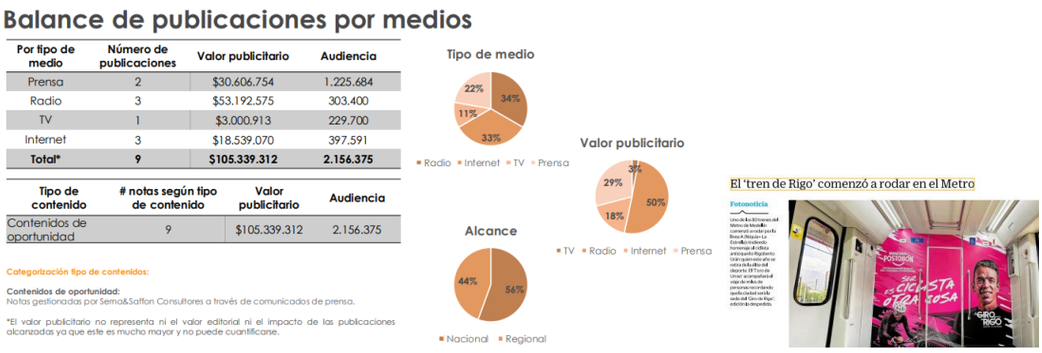
v. Informe de Gestión de medios 2023 por Serna & Saffon Manzana Postobón y Go Rigo Go!:

Se aporta una presentación de Serna & Saffon sobre el resultado de la Campaña Manzana Postobón y Go Rigo Go!, en el marco de Colombiamoda. Consta en este informe los extractos de las noticias publicadas en los principales medios de comunicación de televisión y medios impresos, como La República, RCN, HSB Noticias, El País, entre otros. En todas la publicaciones y noticias aparece el uso del color rosado como elemento distintivo de la imagen de la marca **MANZANA POSTOBÓN**. Este informe reportó los siguientes niveles de audiencia y exposición:



vi. Informe de Gestión de medios 2024 por Serna & Saffon Campaña El Giro de Rigo – Manzana Postobón:

Se aporta una presentación de Serna & Saffon sobre el resultado de la Campaña El Giro de Rigo – Manzana Postobón. Consta en este informe los extractos de las noticias publicadas en los principales medios de comunicación de televisión y medios impresos, como El Tiempo, La República, RCN radio, Tele Medellín, entre otros. En todas la publicaciones y noticias aparece el uso del color rosado como elemento distintivo de la imagen de la marca **MANZANA POSTOBÓN**. Este informe reportó los siguientes niveles de audiencia y exposición:



vii. Informe de Gestión de medios 2023 por Serna & Saffon Campaña Campaña Reto Urrao Manzana Postobón y Go Rigo Go!:

Se aporta una presentación de Serna & Saffon sobre el resultado de la Campaña Reto Urrao Manzana Postobón y Go Rigo Go!. Consta en este informe los extractos de las noticias publicadas en los principales medios de comunicación de televisión y medios

impresos, como RCN, El Colombiano, Semana, Pulzo, entre otros. En todas la publicaciones y noticias aparece el uso del color rosado como elemento distintivo de la imagen de la marca **MANZANA POSTOBÓN**. Este informe reportó los siguientes niveles de audiencia y exposición:



Balance de publicaciones por medios

Por tipo de medio	Número de publicaciones	Valor publicitario	Audiencia
Internet	10	176.652.626	4.171.748
Televisión	6	223.732.386	7.076.113
Prensa	2	213.568.554	411.306
Radio	1	1.242.199	58.400
Total*	**19**	**615.195.765**	**11.717.567**

Tipo de contenido	# notas según tipo de contenido	Valor publicitario	Audiencia
Contenidos de valor	**13**	407.979.072	1.635.807
Contenidos de oportunidad	**3**	960.462	429
Contenido orgánico	**3**	545.841.799	10.081.331
Total*	**19**	**615.195.765**	**11.717.567**

Categorización tipo de contenidos:

25/08/2023

Video: así fue el recibimiento a Rigo en su natal Urrao tras recorrer 165 kilómetros desde Medellín

Cientos de urraeños llenaron el parque principal para recibir a su ídolo, quien llegó a puro pedal evocando viejas épocas.

Eran las 6:20 a.m. cuando arribó al Café de Rigo, ubicado en El Poblado, su anfitrión. Pese a la fría mañana de viernes, tras el aguacero que duró toda la noche en la capital antioqueña, la calidez humana del Toro de Urrao contagió a todos los presentes.

27/08/2023

CONTENIDO DE VALOR

El medio de comunicación destacó que en Urrao se vivió una fiesta tras la llegada del ciclista colombiano Rigoberto Urán. Así mismo, el deportista mencionó que este recorrido lo hizo en compañía del Team Manzana Postobón y Go Rigo Go!

viii. Patrocinio al Carnaval de Barranquilla del año 2025:

MANZANA POSTOBÓN patrocinó el festival de Barranquilla del año 2025 como consta en el informe preparado por la agencia OMD sobre los eventos y actividades realizadas. Este informe trae la medición de la publicidad efectuada por **MANZANA POSTOBÓN** en la radio:



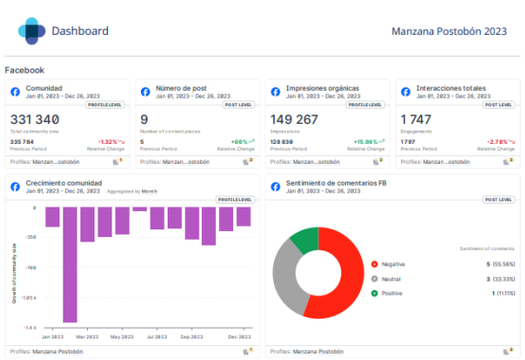


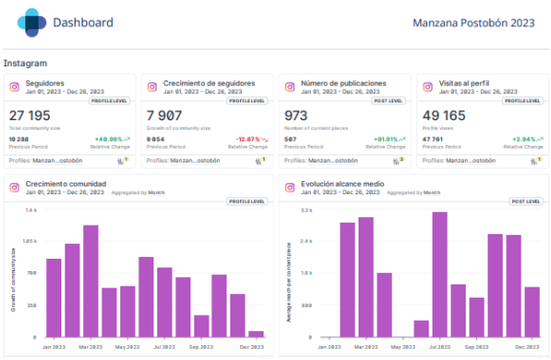
[51]

XI. PRESENCIA DE LA MARCA MANZANA POSTOBÓN EN REDES SOCIALES

[51]Consultar presentación de la Agencia OMD del CARNAVAL DE BARRANQUILLA. POSTOBÓN&gad_source=1&gad_campaignid=8181643862&gbraid=0AAAACm4MkLOUKfQfRD4oe3I1bA4qok3Q&gclid=Cj0KCQjwotDBBhCQARIsAG5pinPLl7i9AR1Wa5JZVU1eicBJ8PQiXGPUGplQ6A-8IB0YGTEPHl-pV-saAmKMEALw_wcB

Se allega la presentación Emplifi Export 2023 que presenta un reporte de Instagram y Facebook con la métrica de seguidores de la marca **MANZANA POSTOBÓN** crecimiento, publicaciones y visitas:





A continuación, consta las cifras del año 2025 de seguidores de la marca **MANZANA POSTOBÓN** en Instagram y Facebook:



52



53

XII. CONCLUSIONES

Se allegó el material probatorio pertinente, conducente y útil para demostrar la distintividad adquirida de la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C**, basado en su uso extenso y constante en el territorio colombiano y en su amplia difusión.

Consta que la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** cumple con los requisitos para ser registrada como marca, en virtud de la distintividad adquirida por el uso. Se probo la presencia comercial y publicitaria de la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** durante los últimos 3 años y su grado de penetración, recordación, y por su puesto distintividad.

La marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** ha venido cumpliendo con las funciones propias de una marca al identificar una gaseosa sabor a manzana indicando y garantizando una serie de atributos que son reconocidos por el consumidor.

El estudio de mercado evidenció que el color rosado es distintivo para un 96% de los entrevistados y reportó una asociación a la marca **MANZANA POSTOBÓN** por parte del 77% de los entrevistados. Por tanto, el consumidor atribuye a la marca la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C** una procedencia empresarial determinada.

---

[52]Información disponible en: https://www.facebook.com/ManzanaPostobonOficial?locale=es_LA
[53]Información disponible en: https://www.instagram.com/manzanapostobon/?hl=es

La cuota del mercado es un factor relevante para determinar la distintividad de la marca, y está acreditado con el estudio NIELSEN que la marca **MANZANA POSTOBÓN** es líder indiscutible en su segmento, siendo la segunda gaseosa en ventas y litros vendidos, lo cual se aplica por extensión a la marca de color **ROSADO PANTONE 212 C.**

También quedó ampliamente demostrado que las gestiones publicitarias en torno al color rosado son intensas y continuas, no solo por la cuantiosa inversión publicitaria, sino porque el color rosado es usado como la imagen global de la marca **MANZANA POSTOBÓN** en todas las piezas de publicidad, camiones, equipos deportivos, vallas, redes sociales, entre otros. De manera específica se probó la intensa publicidad que tiene el color rosado como elemento exclusivo, distintivo y predominante de la marca **MANZANA POSTOBÓN**.

El esfuerzo comercial y publicitario que ha llevado a cabo **POSTOBÓN** en su sector, y que posiciona a la marca **MANZANA POSTOBÓN** como líder en su segmento, así como la exposición continua y constante del color rosado **Pantone 212 C** en la publicidad, son indicativos de la distintividad que adquirió esta marca en el mercado. Por lo que se solicita a la Dirección, que luego de valorar los medios de prueba aportados, acceda a la protección del color **ROSADO PANTONE 212 C** como marca de color.

XIII. PRUEBAS Y ANEXOS

Las pruebas aportadas con el presente memorial son las siguientes:

1. Estudio de mercado “Distintividad y Reconocimiento del color rosado” de marzo de 2025.
2. Informe NIELSEN para el periodo del año 2022 a julio de 2025.
3. Certificación de Sebastián Benítez Gerente de Servicios de Mercadeo de POSTOBÓN.
4. Certificación suscrita por Andrés Felipe Agudelo Revisor fiscal designado por KPMG por la empresa Postobón S.A. sobre ingresos, publicidad y cajas vendidas.
5. Certificación suscrita por Andrés Felipe Agudelo Revisor fiscal designado por KPMG por la empresa Gaseosas Colombianas S.A.S. sobre ingresos, publicidad y cajas vendidas.
6. Certificación suscrita por Andrés Felipe Agudelo Revisor fiscal designado por KPMG por la empresa Gaseosas Lux S.A.S. sobre ingresos, publicidad y cajas vendidas.
7. Certificación expedida por Federico José Llano en nombre de POSTOBÓN.
8. Certificación de Yesid Aponte representante legal de la agencia SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS.
9. Certificación de Sergio Manuel González Head of Finance de OMD COLOMBIA S.A.S.
10. Certificación emitida por Cristian Camilo Cristancho Guzmán en nombre de Intiative.
11. Certificación emitida por Yesid Aponte en nombre de la agencia SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS en la que consta la inversión en la campaña EL ROSA ES OTRA COSA-MANZANA SIN AZUCAR MALUMA.
12. Certificación emitida por ALVARO H. CLAVIJO Director de Operaciones de CARACOL TELEVISIÓN S.A.S.
13. Certificación emitida por Jaime Alberto Estrada Director Administrativo de Ventas del CANAL RCN.
14. Publicación RCN Radio del 26 de julio de 2023.
15. Publicación HSB Noticias del 20 de enero de 2024.

16. Publicación La República del 17 de octubre de 2024.
17. Publicación P&M Campaña El Rosa es Otra Cosa.
18. Presentación Campaña Sin Azúcar el Rosa es Otra Cosa con Maluma 2023.
19. Presentación Reporte Campañas 2024.
20. Presentación campaña Respeto de precios.
21. Presentación Reporte de Cierre Campaña El Rosa es Otra Cosa 2023.
22. Presentación Reporte de Cierre Campañas 2024.
23. Presentación Uso del color rosado en los equipos y eventos deportivos (2022 a 2025).
24. Presentación muestreo de fotos equipos deportivos patrocinados 2022 y 2023.
25. Presentación Reporte de Cierre Campana El Rosa es Otra Cosa 2023.
26. Presentación Emplifi Export 2023.
27. Informe de Gestión de medios 2023 por Serna & Saffon Manzana Postobón y Go Rigo Go!
28. Informe de Gestión de medios 2024 por Serna & Saffon Campaña El Giro de Rigo – Manzana Postobón.
29. Informe de Gestión de medios 2023 por Serna & Saffon Campaña Campaña Reto Urrao Manzana Postobón y Go Rigo Go!
30. Reporte fotográfico de la agencia Growth sobre publicidad exterior visual de 2023.
31. Las páginas Web señaladas en el presente documento que deben ser valoradas como mensaje de datos de acuerdo con el Código General del Proceso y la ley 527 de 1999.

XIV. PETICIÓN

Con fundamento en los hechos descritos y con base en las consideraciones de Derecho citadas, respetuosamente solicito a la Dirección de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio que:

i. Se tengan en cuenta al momento del estudio de fondo de este expediente las pruebas de distintividad adquirida aportadas para el color rosado **Pantone 212 C;** y,
ii. Conceda el registro de la marca de **COLOR ROSADO PANTONE 212 C** para identificar gaseosas sabor a manzana comprendidas en la Clase 32 de la Clasificación Internacional de Niza.

XV. NOTIFICACIONES

Seré notificado electrónicamente por correo electrónico al correo patmarksCO@ppulegal.com.

Del Señor Jefe de la Dirección de Signos Distintivos,



CAMILO ANDRÉS SUÁREZ BOTERO
C.C. 80.762.830
T.P. 157.054 del C.S. de la J.

Estudio de Distintividad y Reconocimiento del Color Rosado Pantone 212c

Colombia

Marzo **2025**

CiCO LATAM

Bogotá , Marzo 31 de 2025

A continuación, estamos presentando los resultados del **Estudio de Distintividad y y Reconocimiento del Color Rosado Pantone 212c**, efectuado durante el mes de Marzo del 2025.

Certificamos que el estudio fue realizado bajo los estándares de calidad establecidos por **CICO LATAM SAS**, a través de los cuales se garantiza la total confiabilidad de la información aquí reportada.

Atentamente,



Zaida García Torres
Representante Legal
C.C. 39.779.347

Ficha Técnica

OBJETIVO

Determinar la distintividad y reconocimiento del color rosado Pantone 212c en la identificación de bebidas gaseosas.



Imagen #1

PÚBLICO OBJETIVO

- ✓ Personas mayores de 16 años.
- ✓ De los niveles socio económicos 1 al 6.
- ✓ Residentes en Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga.

METODOLOGÍA

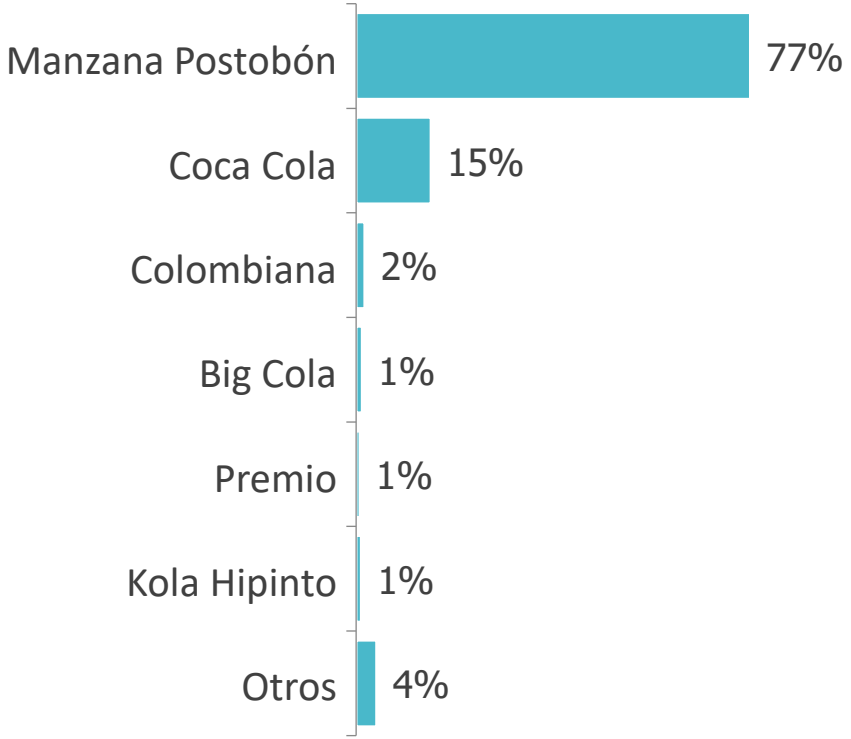
El estudio se realizó a través de Entrevista Presencial, en sitios de afluencia de público, utilizando un cuestionario diseñado con base en el objetivo de la investigación.

El diseño muestral fue de **418** personas, distribuidas por ciudad con base en el peso de cada una en el total de la población, así:

	Número de entrevistas total
Bogotá	204
Medellín	78
Cali	68
Barranquilla	46
Bucaramanga	22
TOTAL	**418**

Diseño que permite interpretar resultados con un nivel de confianza de 95.5% y un error muestral máximo total de ± 4.9%.

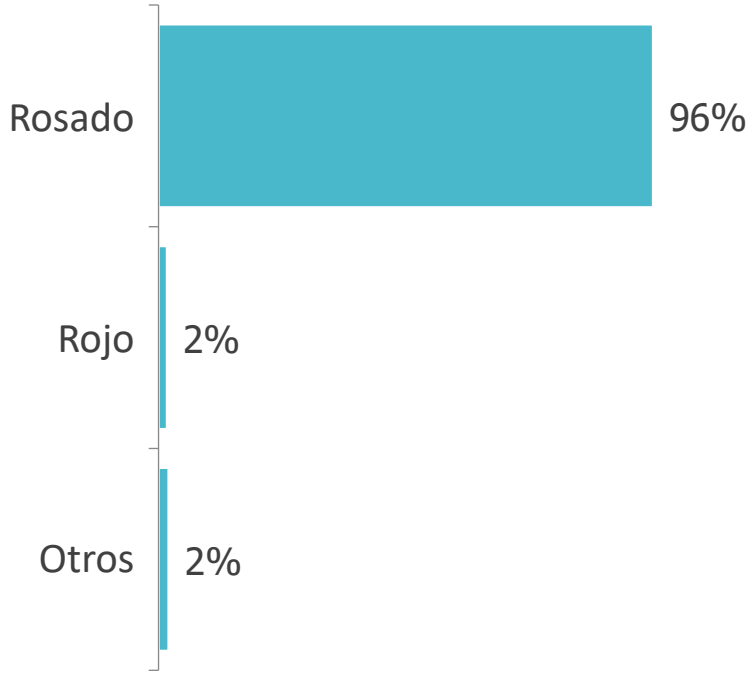
1. ¿A qué marca de gaseosa asocia usted esta imagen?





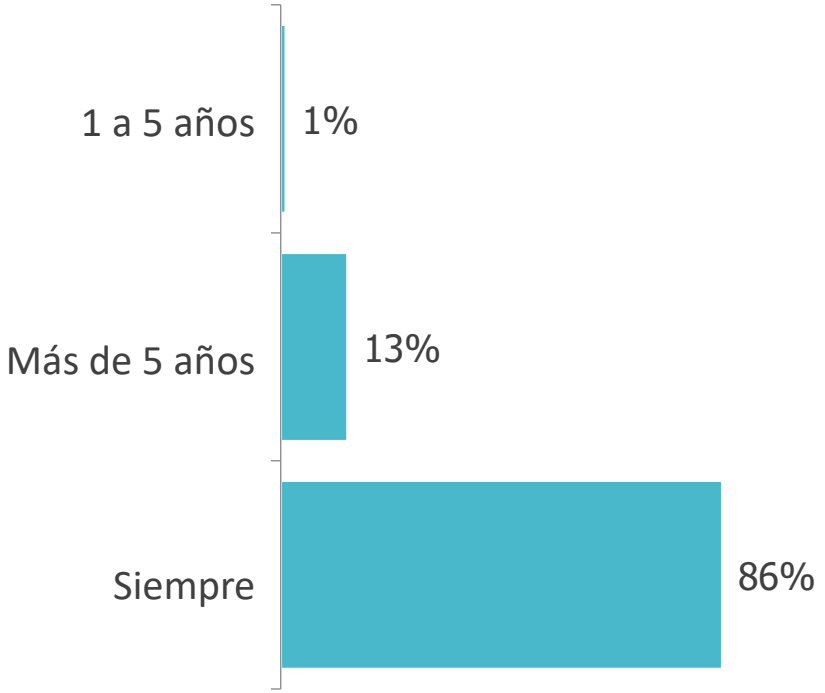
n= 418

2. ¿Según usted, cuál es el color que se usa en la bebida del producto Manzana Postobón?



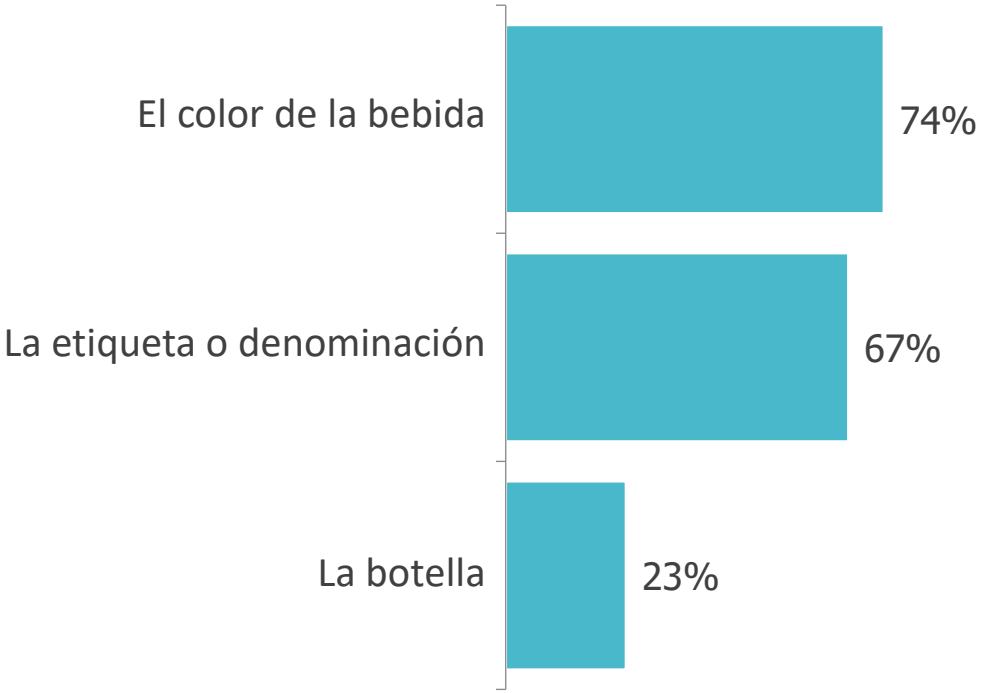
n= 418

3. ¿Durante cuánto tiempo lleva el producto Manzana Postobón utilizando el Color Rosado?



n= 418

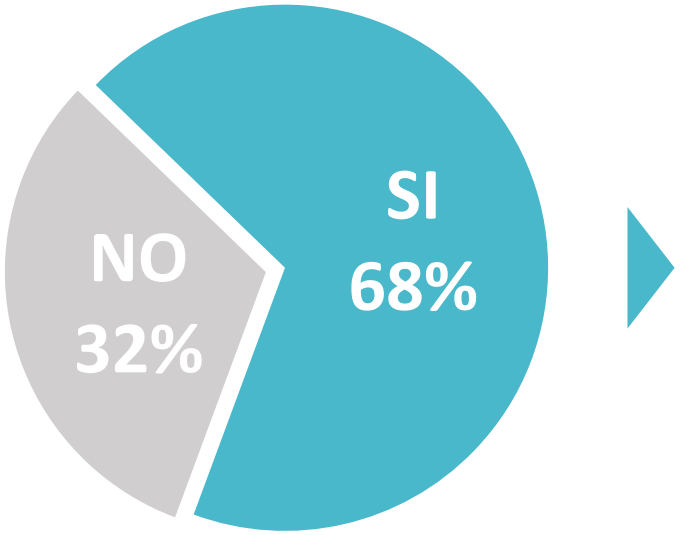
4. ¿Cuáles de estos elementos le sirven a usted para identificar o reconocer el producto Manzana Postobon?





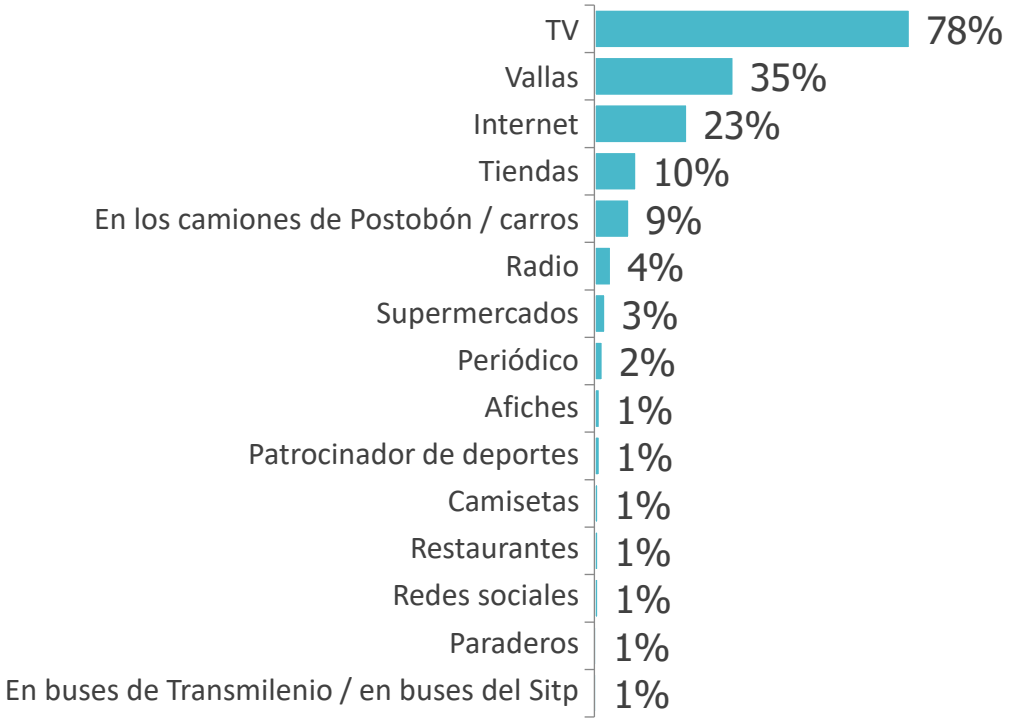
n= 418

5. ¿Recuerda haber visto publicidad que contenga este Color Rosado asociado con el producto Manzana Postobón?



n= 418

6. ¿Dónde recuerda haber visto publicidad que incluyera el Color Rosado asociado al producto Manzana Postobón?



n= 286

Conclusiones

El estudio realizado permite establecer que:

- ✓ *La mayoría de los consumidores (77%) asocia espontáneamente la imagen # 1 con Manzana Postobón.*
- ✓ *Casi la totalidad de los consumidores colombianos (96%) afirma que Manzana Postobón usa el color rosado en su producto.*
- ✓ *El uso del color rosado por parte de Manzana Postobon se reconoce desde siempre (86%).*
- ✓ *El principal elemento que sirve para identificar el producto de Manzana Postobon, inclusive por encima de la etiqueta/denominación, es el color de la bebida (74%).*

Con base en lo anterior se concluye que, desde el punto de vista del consumidor, el color rosa en la categoría de bebidas de sabor manzana y aplicado a la forma de la botella (imagen # 1) , es distintivo de Manzana Postobón.



Imagen #1

Bogotá, Colombia a 15 de Septiembre de 2025.

POSTOBÓN S.A.
Cl. 52 # 47-42 Ed. Coltejer
Medellín – Colombia

A quien corresponda:

Con base a las conversaciones sostenidas con POSTOBÓN S.A. (en lo sucesivo "POSTOBÓN"), en donde se ha solicitado la expedición a AC NIELSEN DE COLOMBIA LTDA ("NIELSENIQ") de la presente constancia, es de nuestra intención manifestar lo siguiente:

Que en virtud de la solicitud realizada por la Superintendencia de Industria y Comercio (en lo sucesivo la "Autoridad") a POSTOBÓN con relación a la información relativa de la participación dentro del mercado de Colombia de la marca "MANZANA POSTOBÓN[1]" en la categoría Gaseosas[2] en el periodo de enero 2022 a julio 2025, les informamos que:

NIELSENIQ autoriza a POSTOBÓN a utilizar la información provista por este medio, y que se agrega a la presente y se identifica como "Anexo 1"[3]. Si POSTOBÓN desea mencionar a NIELSENIQ como la fuente de cierta información, queda autorizado a hacerlo bajo ciertas condiciones, y deberá en tal caso:

- Citar la información provista por NIELSENIQ a POSTOBÓN en forma textual y completa;
- Indicar a la Autoridad que la información contenida en los reportes preparados por POSTOBÓN es de propiedad de NIELSENIQ y de carácter confidencial, encontrándose su divulgación a terceros restringida contractualmente entre las partes, pero habiendo autorizado en esta oportunidad NIELSENIQ a compartirla con la Autoridad respectiva, que deberá mantenerla en tal carácter;

A su vez, también POSTOBÓN deberá indicar que:

El Índice NielsenIQ de Detallistas (RMS)[4] surge ante la necesidad de los fabricantes por contar con información confiable y oportuna sobre la situación competitiva de sus marcas en el punto de venta.
Los objetivos del estudio son:

- Ampliar la visión estratégica sobre su propio negocio conociendo cuál es el tamaño y tendencias del mercado.
- Conocer las fortalezas y debilidades de sus marcas y de las marcas competidoras.
- Identificar amenazas y oportunidades en la comercialización de los productos.
- Identificar la presencia de las marcas en el mercado.

Algunos de los usos y aplicaciones que surgen del análisis e interpretación del Índice de Detallistas son:

- Diseñar planes de mercadotecnia efectivos basados en información confiable.

---

[1] Incluye las siguientes líneas de Marca/Sabor: MANZANA CERO/SIN AZUCAR/MANZANA, MANZANA LIGHT/MANZANA, MANZANA POSTOBON STEVIA/MANZANA, MANZANA POSTOBON/MANZANA, MANZANA POSTOBON/SURTIDO

[2] Son bebidas no alcohólicas elaboradas con agua tratada y gas carbónico, a las que se les agrega azúcar, sabores y colorantes, dependiendo del sabor y presentación que se le quiera dar. Se pueden consumir como refresco o mezclador en cualquier ocasión. Se conocen como agua tónica, gaseosas, refrescos, sodas, entre otros. EXCLUÍDOS: Gaseosas de dispensador. Bebidas que no tengan gas. Bebidas energizantes, Aguas, Jugos y néctares de frutas preparados o no con agua gasificada. Maltas.

[3] Para la extracción de la información se utilizó el Dataset llamado "NielsenIQ Retail Measurement | CO - POSTOBON - GASEOSAS - RT | Entire Dataset" bajo la descripción del mercado "NEW COLOMBIA5_73" dicha base de datos se encuentra con corte julio 2025 al momento de esta consulta. Nivel de Precisión:

- 4% de error estándar a Total Colombia para productos con distribución mayor a 80%
- 10% de error estándar para desgloses de Canal y/o Área Geográfica para productos con distribución mayor a 80%.

Revisar Anexo 2 con las definiciones de los Canales y regiones NIELSENIQ que componen el mercado en mención.

[4] Retail Measurement Service (RMS): Servicio orientado a realizar análisis estratégicos de tendencias de mercado. Permite optimizar decisiones de Marketing y ventas de una empresa. Contempla el seguimiento continuo de las ventas, compras, inventarios, distribuciones y precios de los productos de diferentes categorías.

MR

- Definir estrategias de mercadeo mediante la correlación de variables, a través de la identificación de las respuestas a las siguientes preguntas:
    - ¿Qué se compró?, ¿cuánto se compró?, ¿dónde se compró?
    - Definir objetivos en distribución para sus marcas.

La información se obtiene a través de la auditoría a una muestra continua de establecimientos detallistas (autoservicios y tiendas tradicionales), distribuida a lo largo de todo el territorio nacional. Debido a que es una muestra del mercado y por lo tanto no refleja la totalidad del mercado en el país, es un resultado estadístico.

POSTOBÓN deberá indicar a la Autoridad que la información provista por NIELSENIQ contiene estimaciones basadas en proyecciones y procedimientos estadísticos según reglas aceptadas generalmente en materia de investigación de mercados, que las fuentes de información no siempre están bajo el control de NIELSENIQ y que los procesos utilizados tienen un margen de error inherente a los factores estadísticos utilizados, asimismo a que NIELSENIQ provee la información para la toma de decisiones internas y no así para presentarse en litigios, o ante autoridades debido a que la información proporcionada es una estimación estadística que cubre sólo ciertos canales de distribución, lo cual implica que no cubre la totalidad del mercado, por lo que la información no tiene la finalidad de un uso legal. También POSTOBÓN deberá informar a la Autoridad que los reprocesos de las bases de datos son una posibilidad por lo que deberá tenerlo en cuenta la Autoridad al tomar en consideración la información suministrada por NIELSENIQ y debido a que el uso de la información es interna de sus clientes, NIELSENIQ no tendrá responsabilidad alguna por el uso que la Autoridad le dé a la información y sobre la cual tome determinaciones frente a POSTOBÓN.

Por favor considere que POSTOBÓN deberá remitir en forma inmediata a NIELSENIQ copia de toda presentación que realice a la Autoridad, independientemente de las citas de información provista por NIELSENIQ y acreditación del cumplimiento de las condiciones precedentes.

Por todo lo anterior, a NIELSENIQ no se le podrá requerir de proveer información respecto de la metodología a persona física o moral alguna o entidad de gobierno que soporte la información que aquí se incluye por lo que POSTOBÓN se compromete a reembolsar a NIELSENIQ las cantidades que pudieran derivarse del no cumplimiento de esta disposición.

Se deja expresa constancia de que NIELSENIQ de ninguna forma renuncia a sus derechos relacionados con la revelación y con los usos permitidos de la información y expresamente mantiene sus derechos y propiedad intelectual de cualquier información revelada a la Autoridad.

Al recibir y utilizar el presente documento POSTOBÓN acepta sacar en paz y a salvo y absorber los honorarios o gastos que se generen a NIELSENIQ por cualesquier reclamación o ulterior confirmación requerida por cualesquier autoridad al respecto, además de comprometerse POSTOBÓN a indemnizar a NIELSENIQ, sus empresas matrices, filiales, afiliados, funcionarios, directores y empleados por cualquier pérdida o daño sufrido como consecuencia de la negligencia que pudiera existir por parte de POSTOBÓN respecto de esta información.

POSTOBÓN acepta que para futuras ocasiones en las que utilice información propiedad de NIELSENIQ para presentarla ante las distintas Autoridades o ante cualesquier procedimiento legal, y se compromete a solicitar la autorización previa y por escrito a NIELSENIQ.

Atentamente,



Muriel Carolina Rodríguez
AC NIELSEN DE COLOMBIA LTDA.

ANEXO 1

De conformidad con las mediciones realizadas por NIELSENIQ y adquiridas por POSTOBÓN, se identifica que el fabricante y su marca "MANZANA POSTOBÓN" se encuentran en la categoría Gaseosas, en el periodo comprendido de enero 2022 a julio 2025 en Colombia. En la tabla 1, se puede encontrar el detalle de su participación para los periodos de tiempo indicados. Las variables se definen a continuación:

Part. de Vtas Valor: Porcentaje del valor (en pesos colombianos) de "Gaseosas" vendidos en el universo NIELSENIQ, correspondiente a cada marca.

Part. de Vtas Volumen: Porcentaje del volumen (en Litros) de "Gaseosas" vendidos en el universo NIELSENIQ, correspondiente a cada marca.

TABLA 1. Participación de mercado en la categoría Gaseosas en Colombia

Variable	Periodo	Gaseosas	Manzana Postobon	Otras Marcas
Part. de Vtas Valor (%)	Enero 2022 a Diciembre 2022	100	7,6	92,4
	Enero 2023 a Diciembre 2023	100	7,4	92,6
	Enero 2024 a Diciembre 2024	100	7,2	92,8
	Enero 2025 a Julio 2025	100	7,0	93,0
Part. de Vtas Volumen (%)	Enero 2022 a Diciembre 2022	100	9,3	90,7
	Enero 2023 a Diciembre 2023	100	9,3	90,7
	Enero 2024 a Diciembre 2024	100	9,2	90,8
	Enero 2025 a Julio 2025	100	8,9	91,1

MR

ANEXO 2

1. CANAL TRADICIONAL
1.1 Tiendas Tradicionales: Establecimiento donde los clientes son atendidos por vendedores que se encuentran detrás del mostrador y las mercancías que se observan en las estanterías generalmente están fuera del alcance del comprador. Además, la gran mayoría de las ventas (más del 50%) se realizan al detal, aun cuando en alguna menor proporción también se vende al por mayor o para consumo en el local de ventas. Se consideran tiendas Tradicionales los establecimientos tales como: graneros, almacenes de víveres, tiendas de barrio.

1.2 Licorerías: Establecimientos atendidos por vendedores detrás del mostrador. Más del 50% de lo observado son licores (vino, ron, whisky o vodka, por ejemplo) y, de ellos, más del 50% son consumidos fuera del local. Se incluyen estancos.

2. CANAL DE AUTOSERVICIOS
2.1 Supermercados: Establecimiento con área de ventas de más de 100 m2 y que posee por lo menos una caja registradora de salida donde el público muestra la mercancía adquirida y un empleado de la tienda le cobra el dinero correspondiente. Se dedica a la venta de todo tipo de productos al detal, tales como alimentos, medicamentos, aseo del hogar, aseo personal, ropa, calzado, electrodomésticos, etc. La mayoría de las ventas se hace por autoservicio, es decir, el público puede escoger libremente la mercancía que se encuentra en las Góndolas (exposición de ítems frontal y trasera) y Estanterías (solo exposición frontal), sin intervención del vendedor. Puede poseer cajas de Pago por secciones. Necesariamente dispone de canastas o carros para uso de los clientes. Ejemplo: Jumbo / Éxito.

2.2 SUPERETES: Canal que se compone de tres tipos de tiendas y sus respectivas definiciones son:
2.2.1 Mini mercados: Establecimiento con área de ventas igual o menor a 100 m2. Se dedica a la venta de diferentes productos al detal básicamente de alimentos, aseo del hogar, aseo personal y otros. Parte de las ventas se hace por autoservicio, es decir, el público puede escoger libremente la mercancía que se encuentra en las Góndolas (exposición de ítems frontal y trasera) o Estanterías (solo exposición frontal), sin intervención del vendedor, por lo cual el establecimiento debe tener mobiliario dedicado al autoservicio con las siguientes dimensiones: las góndolas deben medir uno o más metros lineales y debe tener estantería con exhibición de al menos dos metros lineales. Las dos condiciones deben darse simultáneamente y en ambos casos debe haber presencia de por lo menos 1 categoría de los canastos Alimentos, Cuidado Personal o Cuidado del Hogar.

2.2.2 Supermercados independientes: Establecimiento con área de ventas de más de 100 m2 y que posee por lo menos una caja registradora de salida donde el público muestra la mercancía adquirida y un empleado de la tienda le cobra el dinero correspondiente. Se dedica a la venta de todo tipo de productos al detal, tales como alimentos, medicamentos, aseo del hogar, aseo personal, ropa, calzado, electrodomésticos, etc. La mayoría de las ventas se hace por autoservicio, es decir, el público puede escoger libremente la mercancía que se encuentra en las Góndolas (exposición de ítems frontal y trasera) y Estanterías (solo exposición frontal), sin intervención del vendedor. Puede poseer cajas de pago por secciones. Necesariamente dispone de canastas o carros para uso de los clientes. El dueño, bien sea una persona natural o sociedad de diversa índole, es propietario solamente del establecimiento entrevistado o de un máximo de tres (3) establecimientos.

2.2.3 Supermercados de cadena no colaboradores: Establecimiento que posee por lo menos cuatro puntos de venta bajo la misma razón social y no envían su información POS a NIELSENIQ. Además, tienen una caja registradora de salida donde el público muestra la mercancía adquirida y un empleado de la tienda le cobra el dinero correspondiente. Se dedica a la venta de todo tipo de productos al detal, tales como alimentos, medicamentos, aseo del hogar, aseo personal, ropa, calzado, electrodomésticos, etc. La mayoría de las ventas se hace por autoservicio, es decir, el público puede escoger libremente la mercancía que se encuentra en las Góndolas (exposición de ítems frontal y trasera) y Estanterías (solo exposición frontal), sin intervención del vendedor. Necesariamente dispone de canastas o carros para uso de los clientes.

2.3 CONSUMO LOCAL Establecimientos caracterizados por la disposición de espacio para que los alimentos y/o bebidas sean ingeridas en el mismo sitio. Incluye Restaurantes, Panadería + Cafetería y Bares

3. DROGUERÍAS:
Establecimiento dedicado principalmente a la venta de medicamentos y más del 50% de sus ventas son por este concepto. Debe tener venta de medicamentos con formula médica, tales como antibióticos, antidepresivos, antiheltemicos (antiparasitarios), entre otros; opcionalmente, pero no es su actividad principal, pueden vender

MR

categorías como productos de higiene y belleza. Dentro del establecimiento puede haber secciones con sistema autoservicio, pero su actividad principal sigue siendo la venta de medicamentos y productos con prescripción médica.

4. DEPARTAMENTOS MEDICIÓN NIELSENIQ

4.1 Los siguientes departamentos por región hacen parte de la muestra Retail NIELSENIQ:

4.1.1 Región Atlántico
- Atlántico
- Córdoba
- Sucre
- Bolívar
- Magdalena
- Cesar
- Guajira

4.1.2 Región Antioquia – Chocó
- Antioquia
- Chocó

4.1.3 Región Santanderes
- Santander
- Norte de Santander

4.1.4 Región Cundi Boyacense
- Cundinamarca
- Boyacá

4.1.5 Región Llanos
- Caquetá
- Meta
- Casanare
- Arauca

4.1.6 Región Eje Cafetero
- Risaralda
- Caldas
- Quindío

4.1.7 Región Centro
- Tolima
- Huila

4.1.8 Región Pacífico
- Valle
- Cauca
- Nariño
- Putumayo

5. DEPARTAMENTOS NO NIELSENIQ

5.1 Los siguientes departamentos NO hacen parte de la muestra Retail NIELSENIQ:
- Amazonas
- Guainía
- Guaviare
- San Andrés
- Vaupés
- Vichada

MR

Medellín, 8 de septiembre de 2025

POSTOBÓN S.A.

Calle 52 #47-42

A quien pueda interesar,

Por medio del presente documento, **POSTOBÓN S.A.** certifica que, de acuerdo con los análisis realizados por la compañía de investigación de mercados Nielsen sobre la categoría de **GASEOSAS**, la marca **MANZANA POSTOBÓN** presentó los siguientes resultados:

SHARE VOLUMEN: Porcentaje de volumen en litros que se vende de una marca respecto al total de litros vendidos en la categoría de gaseosas

SHARE VOLUMEN MANZANA POSTOBON			
2022	**2023**	**2024**	**2025**
9,3%	9,3%	9,2%	8,9%

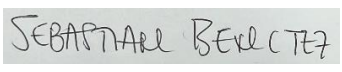
En otras palabras, según estimaciones de Nielsen, de cada 100 litros de gaseosas que se venden en Colombia, 9 corresponden a Manzana Postobón, siendo la segunda marca con mayores ventas en litros de esta categoría.

SHARE VALOR: Porcentaje del valor en pesos colombianos que se vende de una marca respecto al total de valor vendidos en la categoría de gaseosas

SHARE VALOR MANZANA POSTOBON			
2022	**2023**	**2024**	**2025**
7,6%	7,4%	7,2%	7,0%

En otras palabras, según estimaciones de Nielsen, de cada 1.000 pesos colombianos de gaseosas que se venden en Colombia, 700 corresponden a Manzana Postobón, siendo la segunda marca con mayores ventas en valor de esta categoría.

Los datos presentados en este documento corresponden a lo presentado por la compañía de investigación de mercado Nielsen IQ.



Sebastian Benitez

Gerente de Servicios de Mercadeo

Postobón

KPMG S.A.S.
Carrera 43 A No. 1 Sur – 220, Piso 9, Oficina 901
Edificio Porvenir
Medellín - Colombia

Teléfono +57 (601) 618 8000
+57 (601) 618 8100

www.kpmg.com/co

AUDM&SMDE-CER2025-24394

El suscrito Revisor Fiscal de
Gaseosas Colombianas S.A.S.,
NIT. 860005265-8,

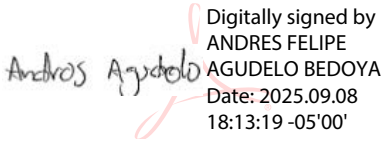
Certifica que:

De acuerdo con los reportes denominados "Movimiento de Producto Elaborado" y "Costos Periodos ClCo" generados directamente del Sistema de Información Financiera SAP, la Compañía durante el 1 de enero 2022 al 31 de julio de 2025 registró ingresos y gastos de publicidad procedentes de los productos Manzana Postobón, tal como se detalla a continuación:

Periodo	Cantidad en Cajas Unitarias	Valor	Publicidad
Ene-Dic 2022	3.403.879	31.077.415.179	75.452.090
Ene-Dic 2023	3.343.894	34.355.163.463	140.057.201
Ene-Dic 2024	2.364.792	25.478.263.729	58.849.151
Ene-Jul 2025	0	0	320.000
Total	9.112.565	90.910.842.371	274.678.442

En cumplimiento del artículo 2 de la Ley 43 de 1990, mi firma como Revisor Fiscal en la certificación se fundamenta en los libros de contabilidad. La información requerida que no es de carácter contable fue verificada con las fuentes mencionadas.

La presente certificación se expide en Medellín, a los ocho (8) días del mes de septiembre de 2025, por solicitud de la Administración de la Compañía, para ser presentado en el proceso de defensa de la marca Manzana Postobón y no podrá ser utilizada para ningún otro propósito, ni distribuida a otros terceros.



Andres Felipe Agudelo Bedoya
Revisor Fiscal de Gaseosas Colombianas S.A.S.
T.P. 164964-T
Miembro de KPMG S.A.S.

© 2025 KPMG S.A.S., sociedad colombiana por acciones simplificada, adscrita a la organización global de Firmas miembro independientes de KPMG International Limited, una entidad inglesa privada limitada por garantía. Todos los derechos reservados.

KPMG S.A.S.
Carrera 43 A No. 1 Sur – 220, Piso 9, Oficina 901
Edificio Porvenir
Medellín - Colombia

Teléfono +57 (601) 618 8000
+57 (601) 618 8100

www.kpmg.com/co

AUDM&SMDE-CER2025-24393

El suscrito Revisor Fiscal de
Postobón S.A.,
NIT. 890.903.939-5,

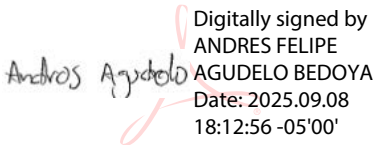
Certifica que:

De acuerdo con los reportes denominados "Movimiento de Producto Elaborado" y "Costos Periodos ClCo" generados directamente del Sistema de Información Financiera SAP, la Compañía durante el 1 de enero 2022 al 31 de julio de 2025 registró ingresos y gastos de publicidad procedentes de los productos Manzana Postobón, tal como se detalla a continuación:

Periodo	Cantidad en Cajas Unitarias	Valor	Publicidad
Ene-Dic 2022	22.050.067	201.317.108.241	7.035.179.741
Ene-Dic 2023	21.354.215	219.393.203.677	8.181.482.978
Ene-Dic 2024	20.887.487	225.041.786.770	8.812.957.358
Ene-Jul 2025	12.218.218	139.226.592.629	3.765.201.789
Total	76.509.987	784.978.691.317	27.794.821.866

En cumplimiento del artículo 2 de la Ley 43 de 1990, mi firma como Revisor Fiscal en la certificación se fundamenta en los libros de contabilidad. La información requerida que no es de carácter contable fue verificada con las fuentes mencionadas.

La presente certificación se expide en Medellín, a los ocho (8) días del mes de septiembre de 2025, por solicitud de la Administración de la Compañía, para ser presentado en el proceso de defensa de la marca Manzana Postobón y no podrá ser utilizada para ningún otro propósito, ni distribuida a otros terceros.



Andres Felipe Agudelo Bedoya
Revisor Fiscal de Postobón S.A.
T.P. 164964-T
Miembro de KPMG S.A.S.

© 2025 KPMG S.A.S., sociedad colombiana por acciones simplificada, adscrita a la organización global de Firmas miembro independientes de KPMG International Limited, una entidad inglesa privada limitada por garantía. Todos los derechos reservados.

KPMG S.A.S.
Carrera 43 A No. 1 Sur – 220, Piso 9, Oficina 901
Edificio Porvenir
Medellín - Colombia

Teléfono +57 (601) 618 8000
+57 (601) 618 8100

www.kpmg.com/co

AUDM&SMDE-CER2025-24395

El suscrito Revisor Fiscal de
Gaseosas Lux S.A.S.,
NIT. 860001697-8,

Certifica que:

De acuerdo con los reportes denominados "Movimiento de Producto Elaborado" y "Costos Periodos ClCo" generados directamente del Sistema de Información Financiera SAP, la Compañía durante el 1 de enero 2022 al 31 de julio de 2025 registró ingresos y gastos de publicidad procedentes de los productos Manzana Postobón, tal como se detalla a continuación:

Periodo	Cantidad en Cajas Unitarias	Valor	Publicidad
Ene-Dic 2022	20.860.995	190.460.885.354	2.498.491.804
Ene-Dic 2023	20.401.283	209.602.777.843	2.594.137.617
Ene-Dic 2024	20.916.023	225.349.234.819	2.069.115.245
Ene-Jul 2025	12.424.238	141.574.189.047	2.769.960.298
Total	74.602.539	766.987.087.063	9.931.704.964

En cumplimiento del artículo 2 de la Ley 43 de 1990, mi firma como Revisor Fiscal en la certificación se fundamenta en los libros de contabilidad. La información requerida que no es de carácter contable fue verificada con las fuentes mencionadas.

La presente certificación se expide en Medellín, a los ocho (8) días del mes de septiembre de 2025, por solicitud de la Administración de la Compañía, para ser presentado en el proceso de defensa de la marca Manzana Postobón y no podrá ser utilizada para ningún otro propósito, ni distribuida a otros terceros.

Andres Agudelo

Digitally signed by
ANDRES FELIPE
AGUDELO BEDOYA
Date: 2025.09.08
18:12:33 -05'00'

Andres Felipe Agudelo Bedoya
Revisor Fiscal de Gaseosas Lux S.A.S.
T.P. 164964-T
Miembro de KPMG S.A.S.

© 2025 KPMG S.A.S., sociedad colombiana por acciones simplificada, adscrita a la organización global de Firmas miembro independientes de KPMG International Limited, una entidad inglesa privada limitada por garantía. Todos los derechos reservados.

INSIGHTS · IDEAS · RESULTS

EL SUSCRITO REPRESENTANTE LEGAL DE OMD COLOMBIA SAS
NIT: 830.058.056-3

CERTIFICA QUE:

Por encargo de POSTOBÓN S.A. se han llevado a cabo gestiones publicitarias para la campaña LA VIDA ES COLOR DE ROSA que tiene como eje el posicionamiento y promoción de la marca de color rosado conjuntamente con la marca MANZANA POSTOBÓN, estas gestiones generaron una facturación de $4.134.869.381 (Cuatro mil ciento treinta y cuatro millones ochocientos sesenta y nueve mil trescientos ochenta y un pesos Colombianos) discriminada así:

2022	2023	Total inversión
$1.706.798.355	$2.428.071.026	$ 4.134.869.381

La presente certificación se expide a solicitud de la Compañía el 10 de enero de 2024 en la ciudad de Bogotá.

Atentamente,

SERGIO MANUEL GONZALEZ HERNANDEZ
Head of Finance OMG Colombia

CALLE 98 No. 9-03 Piso 4
TEL: [601] 638 1666
BOGOTÁ, COLOMBIA

CALLE 20 SUR 27 - 55 local 9630
Mall San Lucas sótano 4
MEDELLÍN, COLOMBIA

OMD.COM.CO

EL SUSCRITO REPRESENTANTE LEGAL DE SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS NIT 890801783

CERTIFICA QUE:

Por encargo de POSTOBÓN S.A.S se han llevado a cabo gestiones publicitarias para la campaña EL ROSA ES OTRA COSA-MANZANA SIN AZUCAR MALUMA que tiene como eje el posicionamiento y promoción de la marca de color rosado juntamente con la marca MANZANA POSTOBÓN, estas gestiones generaron una facturación de $2.899.373.489 (Dos mil ochocientos noventa y nueve millones trecientos setenta y tres mil cuatrocientos ochenta y nueve pesos Colombianos) discriminada así:

2023	2024	Total inversión
$1.742.908.542	$ 1.063.102.128	$2.806.010.670

Dichos montos de inversión se han destinado para el desarrollo y ejecución de la estrategia de comunicación en los medios de comunicación, redes sociales, Internet y demás medios.

- **NOTA ACLARATORIA:** Dentro de las cifras anteriormente reportadas se incluye la inversión correspondiente al paquete especial con RADIO CUPO del cual RCN RADIO es el encargado de emitir la facturación directamente a POSTOBÓN sobre la inversión y SANCHO BBDO es el encargado de facturar a POSTOBÓN los servicios publicitarios correspondientes a dicha inversión de emisión desde la central OMD COLOMBIA S.A.S.

La presente certificación se expide a solicitud de la Compañía el 28 de abril de 2025 en la ciudad de Bogotá.

Atentamente,

YESID APONTE GOMEZ

CFO- Accounting

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

SANCHO BBDO

EL SUSCRITO REPRESENTANTE LEGAL DE SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS
NIT 890801783

CERTIFICA QUE:

Por encargo de POSTOBÓN S.A.S se han llevado a cabo gestiones publicitarias para las campañas diversas campañas de que tienen como eje el posicionamiento y promoción de la marca de color rosado juntamente con la marca MANZANA POSTOBÓN, estas gestiones generaron una facturación de $6.355.129.591 (Seis mil trescientos cincuenta y cinco millones ciento veintinueve mil quinientos noventa y un pesos Colombianos) discriminada así:

AÑO	Nombre de la Campaña	Total inversión
2022	EL ROSA ES OTRA COSA	$1.706.798.355
Total		$1.706.798.355

AÑO	Nombre de la Campaña	Total inversión
2023	EL ROSA ES OTRA COSA	$1.957.355.138
2023	SER CICLISTA ES ORA COSA	$177.855.531
Total		$2.135.210.669

AÑO	Nombre de la Campaña	Total inversión
2024	EL ROSA ES OTRA COSA	$1.024.154.835
2024	SER CICLISTA ES ORA COSA	$328.235.582
Total		$1.352.390.417

AÑO	Nombre de la Campaña	Total inversión
2025	CLASICO PAISA	$365.400
2025	GIRO DE RIGO BARRANQUILLA	$1.150.193.728
2025	GRAN FONDO NAIRO	$7.588.350
2025	SEMANA JUVENTUD	$843.242
2025	BLANCA NIEVES	$1.130.430
2025	PARTIDO NACIONAL INT	$609.000
Total		$1.160.730.150

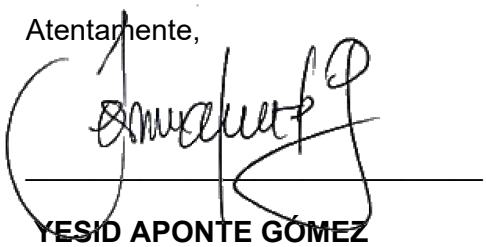
Dichos montos de inversión se han destinado para el desarrollo y ejecución de su estrategia de comunicación en todos los medios de comunicación.

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

- **NOTA ACLARATORIA:** Dentro de las cifras anteriormente reportadas se incluye la inversión correspondiente al paquete especial con RADIO CUPO del cual RCN RADIO es el encargado de emitir la facturación directamente a POSTOBÓN sobre la inversión y SANCHO BBDO es el encargado de facturar a POSTOBÓN los servicios publicitarios correspondientes a dicha inversión de emisión desde la central OMD COLOMBIA S.A.S.

La presente certificación se expide a solicitud de la Compañía el 20 de Agosto de 2025 en la ciudad de Bogotá.

Atentamente,



YESID APONTE GÓMEZ

CFO

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

Postobón

CERTIFICACIÓN DE INVERSION PUBLICITARIA DE LOS PRODUCTOS MANZANA POSTOBON

Medellín, agosto 19 de 2025

Según los registros contables de la compañía, durante el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2022 y el 31 de julio de 2025, GASEOSAS POSADA TOBON SA, y las sociedades GASEOSAS LUX SAS y GASEOSAS COLOMBIANAS SAS, autorizadas para usar la marca Manzana, han invertido en gasto publicitario de la marca Postobón:

Periodo	Valor en millones de $
2022	9.609
2023	10.916
2024	10.941
A julio 2025	6.535
TOTAL	**38.001**

Se expide la presente certificación para ser presentado en el proceso de defensa de la marca MANZANA y no debe ser utilizado para ningún otro propósito ni distribuido a otros terceros.

Federico Jose Llano Molina
C.C. N° 71.695.106

Calle 100 No 7ª – 81 Piso 4 - 5
Bogotá, Bogotá D.C. 110221, CO

CERTIFICACIÓN:

Yo Cristian Camilo Cristancho Guzmán identificado con la cédula 1018422013, actuando como representante legal de Initiative, certifico que hemos desarrollado campañas de comunicación y gestiones publicitarias por encargo POSTOBÓN S.A., para el posicionamiento de la marca de color rosado y MANZANA POSTOBÓN, según se detalla a continuación:

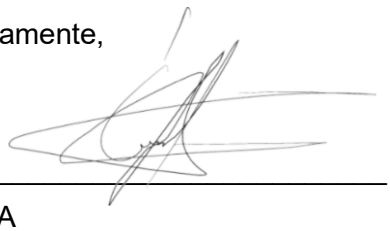
AÑO	Nombre de la Campaña	Total inversión
2024	EL ROSA ES OTRA COSA	$246.226.371
Total		$246.226.371

AÑO	Nombre de la Campaña	Total inversión
2025	EL ROSA ES OTRA COSA	$21.945.445
Total		$21.945.445

Dichos montos de inversión se han destinado para el desarrollo y ejecución de su estrategia de comunicación en todos los medios de comunicación.

La presente certificación se expide a solicitud de la Compañía el 24 de abril de 2025 en la ciudad de Bogotá.

Atentamente,



FIRMA

INITIATIVE MANAGING DIRECTOR

Bogotá, 16 de diciembre de 2024

CARACOL TELEVISIÓN S.A.
NIT 860.025.674 - 2

CERTIFICA QUE:

El cliente GASEOSAS LUX S.A.S., identificado con NIT 860.001.697-8, ha mantenido inversiones en Caracol Televisión, a través de la central SANCHO BBDO WORLWIDE INC.S.A.S. por facturación realizada durante los años 2022, 2023 y 2024 para su producto Manzana Postobón, distribuidos así:

Año	Monto
2022	531.588.044
2023	373.818.157
2024	265.498.134
Total	**1.170.904.335**

A lo largo de este tiempo, la relación comercial se ha caracterizado por su seriedad, profesionalismo, compromiso y con un excelente cumplimiento en sus pagos.

Esta certificación se realiza a solicitud del interesado.

Atentamente,



ALVARO H. CLAVIJO O.
Director de Operaciones
Teléfono: 6430430 Ext. 2240/2235

Balery Ortiz.

A QUIEN INTERESE

Asunto: certificación de pauta – **marca Manzana**

Por medio de la presente hacemos constar que emitimos pauta publicitaria de la marca **Manzana** del cliente Gaseosas Lux en nuestro portafolio de servicios; según nuestros registros, la pauta se emitió a satisfacción y se facturo según la siguiente información:

MEDIO: TV NACIONAL

MARCA: MANZANA

AÑO: 2022

INVERSION: $937.960.264

MEDIO: TV NACIONAL

MARCA: MANZANA

AÑO: 2023

INVERSION: $372.575.748

MEDIO: TV NACIONAL

MARCA: MANZANA

AÑO: 01 ENERO AL 30 DE NOVIEMBRE 2024

INVERSION: $360.389.576

La presente se expide a los diecisiete dias (17) del mes de diciembre del año 2024

Atentamente,

Jaime Alberto Estrada Carvajal

Director Administrativo de Venta

No	Fecha	Medio	Titular (clic para ir al archivo en línea)	Soporte	Valor Publicitario	Audiencia	Temas
1	22/03/2022	asuntoslegales.com.co	Rosado Manzana Postobón y Verde Supercoco, entre los colores registrados ante la SIC	Internet	2.330.724 $	68.135	Manzana Postobon
2	22/03/2022	La República	Rosado Manzana Postobón, entre los colores registrados ante la SIC	Prensa	25.919.695 $	88.201	Manzana Postobon
3	02/04/2022	asuntoslegales.com.co	Frisby, Microsoft y Postobón, entre las empresas con sonidos registrados ante la SIC	Internet	2.330.724 $	68.135	Manzana Postobon
4	28/05/2022	Revista Semana	Top of Mind - Gaseosas	Prensa	7.525.761 $	1.493.000	Manzana Postobon
5	28/05/2022	Revista Semana	Top of Mind - GASEOSAS	Prensa	6.403.087 $	1.493.000	Manzana Postobon
6	26/08/2022	asuntoslegales.com.co	La SIC declaró 52 signos distintivos como marcas notorias en primer semestre de 2022	Internet	2.330.724 $	68.135	Manzana Postobon
7	26/08/2022	asuntoslegales.com.co	Colombiana, entre las 52 marcas notorias reconocidas por la SIC en el primer semestre	Internet	2.330.724 $	68.135	Manzana Postobon
8	27/08/2022	La República	Colombiana está entre las nuevas marcas notorias	Prensa	13.100.715 $	88.201	Manzana Postobon
9	22/12/2022	Revista P&M	Manzana Postobón rompe paradigmas	Prensa	18.364.053 $	6.267	Manzana Postobon
10	21/02/2023	revistapym.com.co	Nominados en la categoría Campaña integrada - Top 10 P&M 2022 | Revista P&M	Internet	858.014 $	20.818	Manzana Postobon
11	24/02/2023	Revista P&M	TOP 10 P&M 2022 - CAMPAÑA INTEGRADA	Prensa	13.501.975 $	6.267	Manzana Postobon
12	29/04/2023	semana.com	Estas son las marcas de bebidas que primero evocan los colombianos en 2023	Internet	30.828.728 $	773.839	Manzana Postobon
13	29/04/2023	semana.com	Ranking Top of Mind 2023	Internet	30.828.728 $	773.839	Manzana Postobon
14	29/04/2023	Revista Semana	LA MARCA DE MARCAS	Prensa	9.600.361 $	1.493.000	Manzana Postobon
15	29/04/2023	Revista Semana	LA COLA MÁS FAMOSA	Prensa	8.618.555 $	1.493.000	Manzana Postobon
16	09/05/2023	La República	Especial Postobón - Liderazgo para avanzar hacia un mundo sostenible	Prensa	42.909.218 $	88.201	Manzana Postobon
17	21/06/2023	La W Radio	Maluma será la imagen de Manzana Postobón	Radio	23.200.517 $	601.056	Manzana Postobon
18	14/07/2023	lavibrante.com	Del 25 al 27 de julio llega Colombiamoda + Colombiatex 2023, una feria que TRASCIENDE	Internet	320.154 $	6.250	Manzana Postobon
19	15/07/2023	elespectador.com	Prográmese con las pasarelas y los eventos de Colombiamoda + Colombiatex 2023 |	Internet	27.383.867 $	652.857	Manzana Postobon
20	18/07/2023	yulder.co	En su edición 34 La Semana de la Moda de Colombia traerá espacios de Sostenibilidad	Internet	320.154 $	2.000	Manzana Postobon
21	18/07/2023	revistacromos.com.co	Pasarelas de Colombiamoda + Colombiatex 2023: descubre la programación oficial	Internet	320.154 $	610.000	Manzana Postobon
22	23/07/2023	elcolombiano.com	Arranca Colombiamoda 2023: estas son las novedades de la feria	Internet	26.824.665 $	633.878	Manzana Postobon
23	23/07/2023	vivirenelpoblado.com	¿Qué novedades trae este año Colombiamoda + Colombiatex?	Internet	320.154 $	13.030	Manzana Postobon
24	24/07/2023	boxmov.com	Colombiamoda 2023 arranca con toda, conozca novedades de la feria	Internet	320.154 $	143	Manzana Postobon
25	24/07/2023	columnavip.com	Moda circular eje central de Colombiamoda 2023	Internet	320.154 $	143	Manzana Postobon
26	24/07/2023	Teleantioquia	Ent. Sebastián Diez Presidente Ejecutivo de Inexmoda nos entrega detalles del inicio mañana de la Feria de Colombiatex 2023 y las expectativas que se tienen para este año en el sector textil	TV	33.641.818 $	172.752	Manzana Postobon
27	25/07/2023	canalrcn.com	Conoce los detalles y programación de Colombiamoda	Internet	6.911.065 $	178.819	Manzana Postobon
28	26/07/2023	noticiascolombianas.blogspot.com	Ser ciclista es otra cosa, la propuesta de Manzana Postobón y Go Rigo Go!	Internet	1.361.723 $	21.467	Manzana Postobon
29	26/07/2023	rcnradio.com	Colombiamoda: “Ser ciclista es otra cosa”, Postobón y Go Rigo Go | RCN Radio	Internet	9.331.432 $	204.176	Manzana Postobon
30	27/07/2023	larepublica.co	Manzana Postobón y Go Rigo Go!, entre alianzas que deja Colombiamoda este año	Internet	17.898.762 $	377.610	Manzana Postobon
31	27/07/2023	larepublica.co	Feria de textiles y moda ColombiamodaColombiatex tuvo 12% incremento de visitas	Internet	17.898.762 $	377.610	Manzana Postobon
32	27/07/2023	La República	Postobón y Rigo, entre alianzas que deja Colombiamoda	Prensa	10.535.212 $	88.201	Manzana Postobon
33	27/07/2023	RCN Radio Bogotá	Equipo de Manzana Postobón y Rigo se unen para lanzar una colección de ropa, haciéndole un homenaje al ciclismo	Radio	8.955.784 $	160.200	Manzana Postobon
34	27/07/2023	Canal RCN	En Colombiamoda 2023 una de las ferias de moda más importantes de Latinoamérica donde Manzana Postobón y Go Rigo go se unieron para lanzar una colección de ropa deportiva que le dice al mundo por qué ser ciclista es otra cosa	TV	22.090.649 $	1.263.705	Manzana Postobon
35	27/07/2023	RCN Radio Bogotá	En el marco de Colombiamoda 2023, Manzana Postobón y Go Rigo Go se unieron para lanzar una colección de ropa	Radio	3.103.363 $	160.200	Manzana Postobon
36	28/07/2023	elperiodicodeportivo.com.co	«Ser ciclista es otra cosa»: ¡La propuesta de manzana postobón y go rigo go!	Internet	981.807 $	50.257	Manzana Postobon
37	28/07/2023	elpais.com.co	`Rigo' Urán lanzó nueva colección de ropa en Colombia; esto es lo que vale una prenda de su marca	Internet	3.816.240 $	147.992	Manzana Postobon
38	28/07/2023	extra.com.co	«Ser ciclista es otra cosa»: ¡La propuesta de manzana postobón y go rigo go!	Internet	3.500.354 $	126.329	Manzana Postobon
39	28/07/2023	hsbnoticias.com	«Ser ciclista es otra cosa»: ¡La propuesta de manzana postobón y go rigo go!	Internet	8.366.700 $	191.488	Manzana Postobon
40	28/07/2023	pulzo.com	’Rigo’ Urán metió pedalazo con negocio y lanzó nueva colección de ropa (limitada): precios	Internet	18.782.388 $	430.984	Manzana Postobon
41	28/07/2023	yulder.co	Ser ciclista es otra cosa, la propuesta de Manzana Postobón y Go Rigo Go!	Internet	320.154 $	2.000	Manzana Postobon
42	08/08/2023	notasynoticiasenred.com	Ser ciclista es otra cosa	Internet	533.591 $	12.380	Manzana Postobon
43	25/08/2023	elcolombiano.com	Antioqueños enloquecieron con la rodada que Rigo inició este viernes en la Autopista Sur y que lo llevará hasta Urrao	Internet	26.824.665 $	633.878	Manzana Postobon
44	25/08/2023	noticiasdecolombia.com.co	Antioqueños enloquecieron con la rodada que Rigo inició este viernes en la Autopista Sur y que lo llevará hasta Urrao	Internet	320.154 $	143	Manzana Postobon
45	25/08/2023	Canal RCN	Acompañamos el regreso de Rigoberto Urán a su pueblo Natal (EF)	TV	39.963.798 $	1.263.705	Manzana Postobon
46	26/08/2023	Canal RCN	Rigoberto Urán llegó a Urrao municipio que lo vio nacer hace 36 años Rigoberto es el hijo ilustre del municipio	TV	42.691.513 $	1.263.705	Manzana Postobon
47	27/08/2023	elcolombiano.com	Rigo evocó la nostalgia y habló de todo tras su regreso a Urrao, ¿Qué dijo?	Internet	26.824.665 $	633.878	Manzana Postobon
48	27/08/2023	elcolombiano.com	¿El sucesor? Niño le siguió el paso a Rigoberto Urán en su llegada a Urrao y se robó las miradas de los presentes	Internet	26.824.665 $	633.878	Manzana Postobon
49	27/08/2023	noticiasdecolombia.com.co	¿El sucesor? Niño le siguió el paso a Rigoberto Urán en su llegada a Urrao y se robó las miradas de los presentes	Internet	320.154 $	143	Manzana Postobon
50	28/08/2023	El Colombiano	“El mejor ciclista colombiano de la historia es Egan Bernal” : Rigo	Prensa	174.304.826 $	205.653	Manzana Postobon
51	28/08/2023	pulzo.com	[Video] Niño de 4 años sorprendió a Rigoberto Urán y le siguió el paso en bicicleta	Internet	18.782.388 $	430.984	Manzana Postobon
52	04/10/2023	copu.media	Manzana Postobón sin azúcar y Sancho BBDO reescriben la historia de Adán y Eva en su nueva campaña: “Sin Culpas”	Internet	320.154 $	143	Manzana Postobon
53	03/11/2023	bluradio.com	Si tuviera que escoger cliente, sería la licorera de Caldas : abogado sobre aguardiente Amarillo - BluRadio				
54	03/11/2023	Blu Radio	Comentarios de la mesa sobre el aguardiente amarillo; si esa solicitud surte efectos, espero que los surta como surtió				
55	08/11/2023	las2orillas.co	Manzana Postobón, la gaseosa que se inventó Carlos Ardila Lülle y lo volvió millonario				
56	13/02/2024	elcolombiano.com	"La despedida": así será el Giro 2024 de Rigoberto Urán	Internet	26.824.665 $	633.878	Manzana Postobon
57	13/02/2024	hsbnoticias.com	MANZANA POSTOBÓN SERÁ EL PATROCINADOR OFICIAL DE EL GIRO DE RIGO EDICIÓN LA DESPEDIDA	Internet	8.366.700 $	191.488	Manzana Postobon
58	13/02/2024	lagrannoticia.com	Manzana Postobón será el patrocinador oficial de El Giro de Rigo Edición La Despedida	Internet	320.154 $	4.829	Manzana Postobon

59	13/02/2024	lanotalminuto.blogspot.com	MANZANA POSTOBÓN SERÁ EL PATROCINADOR OFICIAL DE EL GIRO DE RIGO EDICIÓN LA DESPEDIDA Y ACOMPAÑARÁ AL CICLISTA DURANTE SU ÚLTIMO AÑO COMO CICLISTA PROFESIONAL	Internet	320.154 $	143	Manzana Postobon
60	13/02/2024	mixnewscolombia.com	MANZANA POSTOBÓN SERÁ EL PATROCINADOR OFICIAL DE EL GIRO DE RIGO EDICIÓN LA DESPEDIDA Y ACOMPAÑARÁ AL CICLISTA DURANTE SU ÚLTIMO AÑO COMO CICLISTA PROFESIONAL	Internet	320.154 $	143	Manzana Postobon
61	13/02/2024	revistamundociclistico.com	Manzana Postobón se une al Giro de Rigo Edición 'La Despedida; Antioquia será el epicentro	Internet	320.154 $	5.290	Manzana Postobon
62	13/02/2024	Canal RCN	Rigoberto Urán sigue con su preparación para el Giro de Rigo (Rigoberto Urán, Ciclista Colombiano)	TV	47.860.939 $	2.005.881	Manzana Postobon
63	14/02/2024	inspirayconecta.blogspot.com	Manzana Postobón será el patrocinador oficial de El Giro de Rigo Edición La Despedida	Internet	320.154 $	143	Manzana Postobon
64	14/02/2024	mioriente.com	El Giro de Rigo, en su séptima edición, recorrerá varios municipios del Oriente Antioqueño	Internet	525.053 $	14.387	Manzana Postobon
65	14/02/2024	rcnradio.com	Manzana Postobón, patrocinador oficial del Giro de Rigo 2024 | RCN Radio	Internet	9.331.432 $	204.176	Manzana Postobon
66	14/02/2024	El Colombiano	Rigo Urán ya diseñó el Giro para su despedida	Prensa	74.433.749 $	205.653	Manzana Postobon
67	15/02/2024	larepublica.co	Postobón informó que será patrocinador oficial de la competición Giro de Rigo 2024	Internet	17.898.762 $	377.610	Manzana Postobon
68	15/02/2024	La República	Postobón patrocinará el Giro de Rigo 2024	Prensa	4.008.332 $	88.201	Manzana Postobon
69	27/04/2024	Revista Semana	Revista Semana (TOP OF MIND)	Prensa	37.957.498 $	1.493.000	Manzana Postobon
70	27/04/2024	Revista Semana	Revista Semana(TOP OF MIND)	Prensa	37.957.498 $	1.493.000	Manzana Postobon
71	27/04/2024	Revista Semana	LA CHISPA, VIGENTE (TOP OF MIND)	Prensa	16.545.576 $	1.493.000	Manzana Postobon
72	27/04/2024	Revista Semana	Liderazgo burbujeante (TOP OF MIND)	Prensa	26.005.069 $	1.493.000	Manzana Postobon
73	07/06/2024	forbes.co	Los 25 mejores CMOs 2024 | Lina Ocampo	Internet	3.060.675 $	101.686	Manzana Postobon
74	07/06/2024	Telemedellín	Atlético Nacional sigue moviendo su nómina (Logo Manzana Postobon - Betsson - Picap - Ringo - Nike - Canal WIN)	TV	3.474.742 $	229.700	Manzana Postobon
75	08/06/2024	REVISTA FORBES	REVISTA FORBES	Prensa		398.592	Manzana Postobon
76	08/06/2024	REVISTA FORBES	LINA OCAMPO	Prensa	4.456.548 $	398.592	Manzana Postobon
77	26/07/2024	pluralidadz.com	Postobón de Ardila Lülle: el dueño de un color	Internet	802.520 $	19.424	Manzana Postobon
78	13/09/2024	La República	Asuntos Legales - Abecé de cómo registrar sabores y colores ante la SIC	Prensa	65.904.837 $	88.201	Manzana Postobon
79	13/09/2024	asuntoslegales.com.co	El procedimiento de cómo proteger sabores y registrar colores ante la Superindustria |	Internet	2.330.724 $	68.135	Manzana Postobon
80	03/10/2024	areacucuta.com	Postobón Y La Universidad EIA: Impulsan La Educación Con La Ruta Del Futuro	Internet	320.154 $	6.951	Manzana Postobon
81	03/10/2024	larepublica.co	Postobón y Universidad EIA celebrarán una carrera para recoger fondos de educación	Internet	17.898.762 $	377.610	Manzana Postobon
82	04/10/2024	notasynoticiasenred.com	Postobón y la Universidad EIA corren en equipo por la educación	Internet	533.591 $	21.013	Manzana Postobon
83	04/10/2024	La República	Postobón y EIA harán carrera de ciclismo	Prensa	3.931.495 $	88.201	Manzana Postobon
84	06/10/2024	Canal Telemedellin	En la Escuela de Ingenieros de Antioquia, finalizó la primera rodada " Ruta del Futuro " (José Manuel restrepo Rector	TV	5.148.082 $	229.700	Manzana Postobon
85	07/10/2024	columnavip.com	Postobón y la Universidad EIA Impulsan la Educación con la "Ruta del Futuro"	Internet	320.154 $	143	Manzana Postobon
86	08/10/2024	yulder.co	Postobón y la universidad EIA: impulsan la educación con la ruta del futuro	Internet	320.154 $	2.000	Manzana Postobon
87	10/10/2024	areacucuta.com	Manzana Postobón Viste De Rosa La Ciudad Para Dar Inicio Al Giro De Rigo, Incluyendo El Metro De Medellín	Internet	320.154 $	6.951	Manzana Postobon
88	11/10/2024	Canal RCN	Postobon cumple 120 años acompañando a los colombianos (Miguel Fernando Escobar Presidente Postobon)	TV	61.841.011 $	2.005.881	Manzana Postobon
89	11/10/2024	larepublica.co	Hoy es el lanzamiento del vagón rosa Manzana Postobón, antesala del giro de Rigo	Internet	17.898.762 $	377.610	Manzana Postobon
90	11/10/2024	Telemedellín	Campaña del Giro de Rigo en el Metro de Medellin (Logo Manzana Postobon) (Ciclista Rigoberto Urán)	TV	3.000.913 $	229.700	Manzana Postobon
91	11/10/2024	La República	En noviembre iniciará el Giro de Rigo en Antioquia	Prensa	4.409.592 $	88.201	Manzana Postobon
92	15/10/2024	La FM Radio	Ent. Miguel Escobar Penagos, presidente de Postobón; Se refiere a la celebración de 120 años de historia, innovación y compromiso con el país, desde la fundación de la empresa en 1904, llevando sabor a los colombianos // Organización Ardila Lule - Manzana Postobón- Colombiana Postobón - Bretaña - Agua Cristal - HIT - Tutti Frutti - Gatorade - Red Bull	Radio	135.421.015 $	307.147	Manzana Postobon
93	15/10/2024	areacucuta.com	Postobón Celebra 120 Años De Historia	Internet	320.154 $	6.951	Manzana Postobon
94	15/10/2024	larepublica.co	"Hemos sido parte de la vida de los colombianos dejando una huella muy positiva"	Internet	17.898.762 $	377.610	Manzana Postobon
95	15/10/2024	La República	"Hemos sido parte constitutiva de la vida de los colombianos"	Prensa	120.254.237 $	88.201	Manzana Postobon
96	15/10/2024	vivirenelpoblado.com	Manzana Postobón tiñe de rosa la ciudad para el Giro de Rigo	Internet	320.154 $	13.030	Manzana Postobon
97	20/10/2024	inspirayconecta.blogspot.com	Postobón celebra 120 años de historia	Internet	320.154 $	143	Manzana Postobon
98	20/10/2024	RCN Radio Bogotá	Próximamente se realiza el 'Giro de Rigo' con el apoyo de Manzana Postobón // Ent. Luisa Polo Gerente de marca de	Radio	38.495.357 $	160.200	Manzana Postobon
99	21/10/2024	Antena 2	Manzana Postobón será el patrocinador oficial de El Giro de Rigo, Edición la Despedida	Radio	10.676.080 $	58.400	Manzana Postobon
100	24/10/2024	elespectador.com	Se retira Rigoberto Urán: ya anunciaron cuál será su última carrera como ciclista |	Internet	27.383.867 $	652.857	Manzana Postobon
101	25/10/2024	Revista Gerente	RANKING 100 MARCAS GERENTE - GASEOSAS	Prensa	3.035.063 $	131.114	Manzana Postobon
102	26/10/2024	elcolombiano.com	Postobón brinda por sus 120 años: ha creado 45 marcas y 73 productos en Colombia en más de un siglo	Internet	26.824.665 $	633.878	Manzana Postobon
103	26/10/2024	DINERO	"Todos tenemos una historia que nos une a Postobón"	Prensa	35.396.263 $	301.200	Manzana Postobon
104	27/10/2024	El Colombiano	En 120 años Postobón ha creado 45 marcas nuevas	Prensa	149.691.361 $	205.653	Manzana Postobon
105	27/10/2024	noticiasdecolombia.info	Postobón brinda por sus 120 años: ha creado 45 marcas y 73 productos en Colombia en más de un siglo	Internet	469.560 $	15.424	Manzana Postobon
106	28/10/2024	semana.com	Más que una bebida, una historia: 120 años de Postobón en el corazón de los colombianos	Internet	30.828.728 $	773.839	Manzana Postobon
107	30/10/2024	Señal Colombia TV	Culminó la fecha 15 de la liga de futbol Betplay Dimayor 2024 - II (Logo Canal WIN- Rivalo - oto - Aguas & Aguas de Pereira - Atesa - Bioparque Ukumari - Electrolit - AV Villas - Kosta Azul - Betplay - Aguardiente nariño -Cedenar -	TV	7.935.559 $	15.412	Manzana Postobon
108	31/10/2024	elespectador.com	Se acerca el Giro de Rigo en Medellín: todo lo que debe saber de la carrera | EL ESPECTADOR	Internet	27.383.867 $	652.857	Manzana Postobon
109	01/11/2024	Canal RCN	El Giro de Rigo Edición La Despedida (Logo Manzana Postobon)	TV	22.483.372 $	1.263.705	Manzana Postobon
110	03/11/2024	Telemedellín	Las calles de Antioquia se vistieron de gala para despedir a Rigoberto Urán en su última carrera como ciclista	TV	7.179.995 $	229.700	Manzana Postobon
111	03/11/2024	Canal RCN	Ent. Rigoberto Urán ciclista colombiano habla del Giro de Rigo y de su carrera profesional	TV	143.907.239 $	1.263.705	Manzana Postobon
112	03/11/2024	Canal RCN	Se llevó a cabo el Giro de Rigo en Medellín (Logo Manzana Postobon)	TV	87.047.829 $	1.263.705	Manzana Postobon
113	03/11/2024	Canal Caracol	El pedalista colombiano Rigoberto Urán se despidió en Medellín de la bicicleta	TV	28.143.700 $	1.297.923	Manzana Postobon
114	03/11/2024	Canal Caracol	El pedalista Rigoberto Uran le dijo adiós a su carrera en Medellin	TV	61.128.134 $	1.297.923	Manzana Postobon

115	03/11/2024	Telemedellín	Se llevó a cabo el Giro de Rigo en Medellín	TV	11.529.825 $	229.700	Manzana Postobon
116	03/11/2024	Teleantioquia	El Giro de Rigo en Medellin (Logo Manzana Postobon)	TV	8.025.202 $	172.752	Manzana Postobon
117	03/11/2024	Canal RCN	El Giro de Rigo en Medellin (Logo Manzana Postobon) (Cantante Carlos Vives)	TV	175.662.281 $	1.263.705	Manzana Postobon
118	07/11/2024	Diario del Huila	El Giro de 'Rigo'	Prensa	2.966.764 $	56.700	Manzana Postobon

Postobón y la marca Go Rigo Go lanzan una línea de ropa inspirada en “ser ciclista es otra cosa”

Esta colección limitada y exclusiva de ropa deportiva y urbana cuenta con 16 referencias y está disponible en las 13 tiendas de Go Rigo Go!.

Por: RCN Radio

Publicado: 26 de julio de 2023, 4:24 PM

Actualizado: 7 de junio de 2024, 1:59 AM

Compartir:

Al ingresar a nuestros portales web, propiedad de Radio Cadenal Nacional S.A.S, usted acepta el uso de cookies. Para más información vea aquí los Términos y condiciones

Acepto



Foto: Postobón

Manzana Postobón y la firma de moda Go Rigo Go!, creada por el célebre ciclista colombiano **Rigoberto Urán**, se unieron para presentar una colección exclusiva de ropa inspirada en lo mejor del ciclismo aficionado, porque "Ser ciclista es algo único". Con esta colaboración, presentada en **Colombiamoda 2023** con un desfile en la plazoleta del Museo de Arte Moderno de Medellín, ambas marcas destacaron el concepto de que hay miles de colombianos apasionados que se identifican con un estilo de vida que exalta este gran deporte, históricamente patrocinado y apoyado por Manzana Postobón.

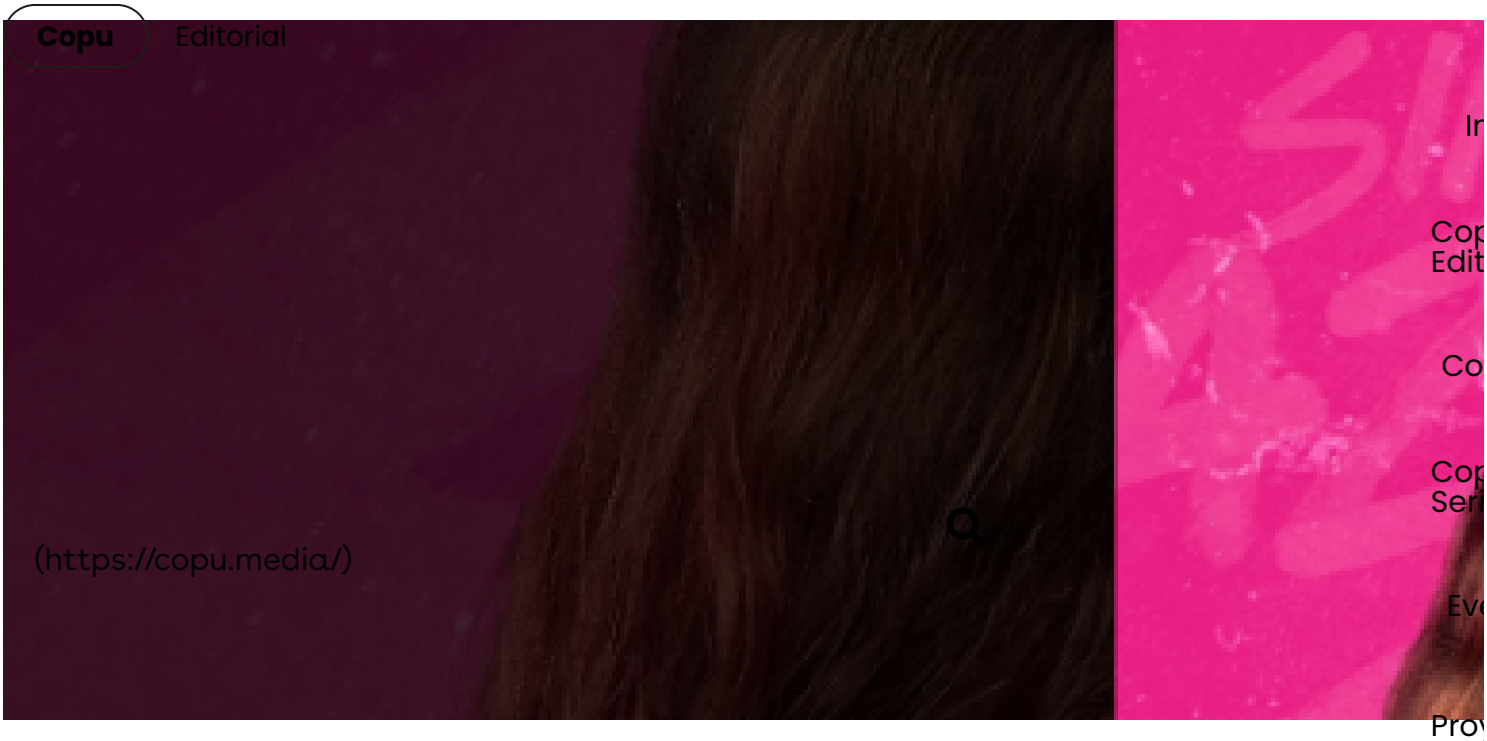
"**El ciclismo va más allá de ser solo un deporte o una afición, es un modo de vida, una pasión que corre por las venas, que impulsa a madrugar, a soportar el frío, el agua, el dolor y las lágrimas, pero también trae felicidad, cooperación y trabajo en equipo, es superar límites y llegar cada vez más lejos.**.. Es salud y libertad. El ciclismo es parte esencial de Manzana Postobón, y nuestro icónico color rosado ha dejado una huella significativa en el deporte. Hoy, junto a Go Rigo Go!, lo exaltamos aún más, porque ser ciclista es algo extraordinario", afirmó Mauricio Pinto, director de la Unidad

Al ingresar a nuestros portales web, propiedad de Radio Cadenal Nacional S.A.S, usted acepta el uso de cookies. Para más información vea aquí los Términos y condiciones

Lea además: **Luisa Fernanda W lucirá un vestido que durará más de 150 años**

La colección ofrece prendas limitadas diseñadas tanto para los ciclistas profesionales como para aquellos que muestran su pasión por este deporte en su vida diaria. **Estas prendas están inspiradas en diseños retro que evocan los recuerdos del color rosado** que caracterizó a los ciclistas apoyados por Manzana Postobón, creando un sello distintivo de la marca. La colección consta de dos líneas: una para ciclistas y otra para uso urbano, con 16 referencias que incluyen badanas, accesorios, camisetas de ciclismo y prendas urbanas como busos y gorras.

Al ingresar a nuestros portales web, propiedad de Radio Cadenal Nacional S.A.S, usted acepta el uso de cookies. Para más información vea aquí los Términos y condiciones



4 de octubre, 2023

Campañas (https://copu.media/categoria/campanas/) Colombia (https://copu.media/categoria/colombia/)

Publicidad (https://copu.media/categoria/publicidad/) Vale la pena (https://copu.media/categoria/vale-la-pena/)

Vale la pena ver (https://copu.media/categoria/vale-la-pena/vale-la-pena-ver/)

Manzana Postobón sin azúcar y Sancho BBDO reescriben la historia de Adán y Eva en su nueva campaña: “Sin Culpas” 🇨🇴

Por Ana Lugo

¿Qué habría pasado si Adán y Eva hubieran probado una manzana sin azúcar? Manzana Postobón cree que, probablemente, la historia sería otra: sin prejuicios, sin remordimiento, sin culpa.

–

Con esta premisa nace la nueva campaña de Manzana Postobón, que busca seguir rompiendo paradigmas bajo la plataforma de comunicación ***El rosa es otra cosa*.** Esta vez, con Maluma como protagonista, Manzana Postobón invita a todos los colombianos a dejarse tentar sin culpas por una Manzana sin azúcar.

> ***"Mientras algunas marcas siguen comunicando funcionales literales de sabor, nosotros nos atrevimos a reescribir una historia de tentación en la que rompimos el paradigma de la culpa y el remordimiento para comunicar lo mismo con un storytelling diferente".***
>
> ***Cuenta Mauricio Pinto, director de la unidad de gaseosas en Postobón.***

(https://copu.media/)

Por su parte, Diego Contreras, director creativo en Sancho BBDO comentó:

> ***"Nos sentimos muy orgullosos de seguir transformando la comunicación de una de las marcas más tradicionales del país, rompiendo paradigmas y derribando prejuicios muy ligados a nuestra cultura".***

CRÉDITOS

Agencia: Sancho BBDO

Marca: Postobón S.A.

CEO: Carlos Felipe Arango

Managing Director: Andrés Carvajal

VP creativo: Mario Lagos

VP de estrategia: Juan Camilo Laverde

Director creativo ejecutivo: Diego Contreras, Andrés Salamanca, Daniel Álvarez

Directora ejecutiva de negocio: Luisa Márquez

Directora ejecutiva de growth: Ana Cuenca

Director creativo: Carolina Camargo, Camilo Torres Ángel

Copywriter: Valeria Banítez, Camilo Torres Ángel

Director de arte: Catalina Parra, Miguel García, Carolina Camargo

Director de cuenta: Nicolás Jaramillo

Ejecutiva de cuenta: Natalia Gutiérrez, Laura Luna

Director de estrategia: Sebastián Quiroga

Planner: José Gil

Productora: Primo Content, RCN Comerciales

(https://copu.media/)

Director: Caco Marshall

Productores ejecutivos: Adelaida Cano, Marcela Zabaleta, William Hernández

Post-Producción: Leimotiv, Mompozt

VP de mercadeo: Lina Ocampo

Director de mercadeo: Mauricio Pinto

Gerente de marca: Daniela Londoño, Luisa Polo, Marcela Mesa

Compartir:

Anuncios

revistapym.com.co/articulos/especiales/top-10-p-m-2022/59919/nominados-en-la-categoria-campana-integrada

PPU Legal Colombia | Gestor Madrid | Clasificación de Niza | WIPO Events | Rentabilidad BC | Consulta Rama Judi... | Decisiones CAN | Noticias | Populares | Imported From Saf... | PROPIEDAD INTELE... | FACTURACION AMB... | Todos los favor

es, diciembre 26, 2024

Iniciar sesión | Suscríbase

INICIO > ESPECIALES > TOP 10 P&M 2022 > *Nominados en la categoría Campaña integrada*

Compartir en:



La campaña de Manzana Postobón invita a romper paradigmas, para resignificar su icónico color rosa y mostrar lo que realmente expresa: un símbolo de autenticidad, de estilo, de libertad, de fuerza y de lucha. El rosa es la representación de una mujer que marcha en la India contra el machismo (movimiento Gulabi Gang); simboliza la lucha contra el cáncer –incluido un hombre que superó un cáncer de mama–; le da fuerza y voz al punk; es un ciclista que alza sus brazos como líder en el Tour de Francia... Hoy, el rosa es otra cosa.

Haz lo tuyo, de Starcom y David Bogotá para Alpina

Cookies

Este sitio web usa cookies propias y de terceros para analizar el tráfico, mejorar nuestros servicio y conocer el comportamiento del usuario. Para conocer más, acceda a nuestra Política de Cookies.

Acepto

MIN - DAL
Puntuación del...

ESP
LAA

12:10 p. m.
26/12/2024

Menú



MANZANA POSTOBÓN SERÁ EL PATROCINADOR OFICIAL DE EL GIRO DE RIGO EDICIÓN LA DESPEDIDA

por Onelsy Ibarra

Reserva Ya en GHL 10% Off
by ghlgrandbarranquilla.com
Reservar



Manzana Postobón anunció, en compañía de Rigoberto Urán, su llegada como patrocinador oficial de *El Giro de Rigo* 2024 Edición La Despedida, el evento ciclístico aficionado más grande del mundo, el cual marca el cierre de la carrera como ciclista profesional de una de las más grandes glorias del deporte nacional.

Bajo el liderazgo de la leyenda del ciclismo Rigoberto Urán, Antioquia se convertirá en el epicentro de la emoción ciclística el 3 de noviembre. Será una experiencia inolvidable para los ciclistas y que, además, contará con la presencia de ciclistas *World Tour* internacionales y nacionales.

El evento también tendrá un gran valor emocional, al ser este el último año como ciclista profesional de Rigoberto Urán, medallista Olímpico en Londres 2012 y podio de las grandes competencias ciclísticas como el Tour de Francia y el Giro de Italia.

Para este año la competencia contará dos recorridos. El primero, una ruta corta de 41 kilómetros para aficionados y, el segundo, una ruta larga para los corredores más experimentados que tendrá más de 150 kilómetros. *El Giro de Rigo* pasará por Medellín, Bello, Copacabana, Girardota, Barbosa, Concepción, San Vicente de Ferrer, Rionegro y Envigado, en un recorrido inédito, que quedará a disposición de los ciclistas de la región.

Sigue leyendo:

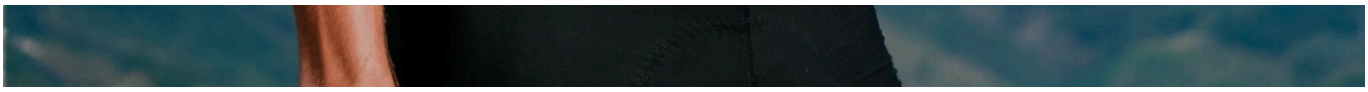
- Superfinanciera publicó alza del dólar en Colombia: Ascenso el 14 de febrero y tendencias
- Banco de la República reveló precios del oro el 13 de febrero
- Publicados los desafíos en el mercado laboral en jóvenes por el Dane
- Déficit de transporte en presupuesto nacional generó crisis en ANI e Invías

Manzana Postobón patrocina a Rigo

La participación de Manzana Postobón como patrocinador da continuidad al apoyo que la marca le ha brindado por siempre al ciclismo colombiano. Basta con recordar los equipos de ciclismo Manzana Postobón y Castalia, que le dieron tantas glorias a Colombia.

En los últimos dos años, Manzana Postobón ha acompañado las iniciativas impulsadas por Rigoberto Urán, en las cuales vincula a los aficionados bajo el concepto “Ser ciclista es otra cosa”, una demostración de cómo este deporte es un estilo de vida marcado por la disciplina y la tenacidad alrededor de la cultura del pedal.


poc



En julio del año pasado, en el marco de Colombiamoda, Manzana Postobón y la marca Go Rigo Go! lanzaron una colección de ropa exclusiva inspirada en lo mejor del ciclismo, para satisfacer diferentes necesidades de los ciclistas aficionados y profesionales. Luego, en agosto Manzana patrocinó el regreso de Rigo a Urrao, una "rodada" con aficionados quienes acompañaron al ciclista a su origen, su historia, conociendo así lo que representa este municipio en la vida de la gloria del ciclismo.

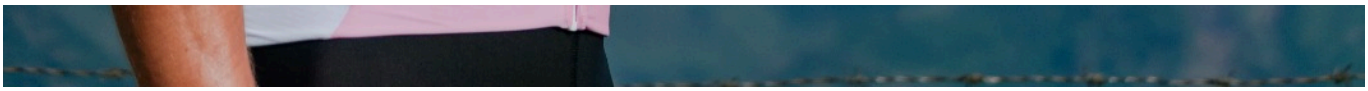
"Al ser el principal patrocinador oficial de El Giro de Rigo, ratificamos el acompañamiento que desde el inicio hemos hecho a este evento, en el cual vemos un gran significado donde hay inspiración, motivación, integración, esfuerzo y bienestar. Todo eso se logra con el ciclismo y con el ejemplo de referentes como Rigoberto Urán, quien, con su autenticidad, disciplina y compromiso, ha dejado muy en alto el nombre de nuestro país", aseguró Lina Ocampo vicepresidente de Mercadeo de Postobón.

¡El evento recreativo más importante del año!

Durante la presentación del evento, Rigoberto Urán manifestó que *El Giro de Rigo* será el evento recreativo más importante del año convirtiéndose, en la carrera ciclística aficionada más grande del mundo. *"El Giro de Rigo es un evento muy bonito. Se vive una energía muy chimba que invita a disfrutar en familia. Yo me siento muy honrado de ver como el equipo de Go Rigo Go! ha hecho de este evento un espacio lleno de valores y mucho pedal. Eso es lo que nos gusta y estoy seguro que con el apoyo de Manzana Postobón llegaremos a otro nivel",* manifestó Urán.

El Giro de Rigo se enriquece con emocionantes novedades como el lanzamiento de Rigo Travel, la agencia de viajes oficial del evento con la cual se podrá vivir una experiencia integral. Rigo Travel ofrecerá paquetes exclusivos de hospedaje en hoteles selectos de Medellín y la inscripción al evento entre otros, garantizando la participación, la comodidad necesaria y la calidad en la atención a todos los visitantes. "*Con Rigo Travel, queremos ofrecer a los aficionados al ciclismo una forma conveniente y especial de vivir El Giro de Rigo. Un solo paquete que incluye hospedaje e inscripción al evento. ¡Qué más quieren pues…!",* concluyó Rigoberto Urán.


poc
MANZANA
POSTOBÓN



La presentación de *El Giro de Rigo* contó también con el acompañamiento del director del Inder, Eduardo Silva; la vicepresidente de Mercadeo de Postobón, Lina Ocampo; el gerente general de Go Rigo Go!, Juan David Aristizábal, y la esposa del ciclista Michelle Durango, quienes destacaron la importancia de la competencia y el significado que tiene para Antioquia y Medellín al posicionar la región y la ciudad como espacios para eventos de primer orden a nivel mundial y de promoción del deporte como elemento de transformación social.

Datos relevantes de *El Giro de Rigo*:

- Para obtener más información sobre los paquetes y realizar reservas con Rigo Travel, pueden seguir la cuenta de Rigo Travel en Instagram @rigo.travel donde se publicará toda la información oficial.
- Medellín será la sede oficial del evento y pondrá a su disposición sus capacidades para que el fin de semana de *El Giro de Rigo*, la ciudad se vista de ciclismo al acoger a los participantes y sus familias.
- En 2018 se realizó la primera edición de *El Giro de Rigo*, en Guatapé, Antioquia, evento que nació al escuchar a miles de ciclistas decir: “queremos rodar con Rigo”.
- En 2019 la segunda edición se realizó en Quindío, en medio del paisaje cafetero.
- En 2020 *El Giro de Rigo* no paró y se realizó de forma virtual.
- En 2021, la aventura llegó al Cañón de Chicamocha en Santander.
- En 2022, el turno fue para el Meta, donde participaron más de 4.200 mijitos en bicicleta.
- La edición 2023 contó con más de 5.300 participantes.

149

Noticias

Santa María Reserva Urbana: Un estándar de excelencia en construcción y tecnología

Antioquia Asesinato Barranquilla Bogotá Colombia Delincuencia Deportes Economía ELN Fiscalía Gustavo Petro Homicidio Liga BetPlay Medellín Muerte petro Policía política Venezuela Violencia

© 2024 HSB NOTICIAS • Creado con GeneratePress

Usamos cookies para asegurar que te damos la mejor experiencia en nuestra web. Si continúas usando este sitio, asumiremos que estás de acuerdo con ello.

Aceptar Política de Cookies

areacucuta.com
el portal de cúcuta



Manzana Postobón Viste De Rosa La Ciudad Para Dar Inicio Al Giro De Rigo, Incluyendo El Metro De Medellín

10 de octubre de 2024 in **Deportes**, **Nacional**, **Noticias** Reading Time: 2 mins read AA 0



Compartir en Facebook Compartir en Twitter Compartir en WhatsApp

Usamos cookies para asegurar que te damos la mejor experiencia en nuestra web. Si continúas usando este sitio, asumiremos que estás de acuerdo con ello.

Aceptar Política de Cookies

campaña. También, distintas vallas y paraderos de buses estarán de rosa apoyando esta gran carrera.

"*El Giro de Rigo es un gran acontecimiento para Medellín, Antioquia y el país porque además de las satisfacciones y alegrías que nos da el deporte, tiene un gran significado de integración, bienestar y en especial optimismo. Este es el mensaje que queremos dar al vestir de rosa nuestra ciudad, siendo el Metro, la primera etapa de esta iniciativa*", manifestó Lina María Ocampo Jaramillo, vicepresidente de Generación de la Demanda de Postobón.

En el recorrido que hará el vagón rosa vestido por Manzana Postobón, el ciclista de Urrao estará haciendo fotografías y otras acciones en la sede administrativa del Metro y la estación Bello. En adelante los usuarios del Metro estarán escuchando distintos mensajes de Rigo en este vagón, además de ver distintas piezas publicitarias alusivas al Giro de Rigo.

Cabe recordar que en su versión de 2024, el Giro de Rigo congregará cerca de 30.000 asistentes, entre ellos más de 10 mil ciclistas profesionales, constituyendo una participación récord que incluirá la presencia de deportistas nacionales e internacionales de primer nivel, entre los que destacarán ganadores de grandes vueltas y las figuras del pelotón nacional.

La participación de Manzana Postobón como patrocinador le da continuidad al apoyo que esta marca le ha brindado al ciclismo Colombia, siendo Postobón una de las empresas colombianas más comprometidas con la actividad deportiva. Basta con recordar el equipo de ciclismo Manzana Postobón, que le dieron tantas glorias a Colombia.

De igual manera el Giro de Rigo se suma a otras actividades que realiza Manzana Postobón dentro de su plataforma de ciclismo denominada "Ser ciclista es otra cosa", que busca motivar a niños, jóvenes y miles de colombianos para mostrar también un estilo de vida que refleja toda la disciplina y tenacidad alrededor de la cultura del pedal.

Tags: Colombia DEPORTES evento

Reciba desde Google News todas las noticias de areacucuta.com

ADVERTISEMENT

Related Posts

50 -0,33 % MSCI COLCAP 1.381,05 -2,71 -0,20 % PETRÓLEO WTI US$ 70,10 US$ 0,61 +0,88 % CAFÉ COLOMBIAN MILDS US$ 3,43 U: VER MÁS SUSCRÍBASE

LR

JUEVES, 26 DE DICIEMBRE DE 2024

FINANZAS ECONOMÍA EMPRESAS OCIO GLOBOECONOMÍA AGRONEGOCIOS ANÁLISIS ASUNTOS LEGALES CAJA FUERTE INDICADORES

TEMAS DE CONVERSACIÓN NAVIDAD AÑO NUEVO CRECIMIENTO ECONÓMICO LOS MÁS INFLUYENTES DE 2024 GOBIERNO NACIONAL GUSTAVO PETRO



DEPORTES

Hoy es el lanzamiento del vagón rosa Manzana Postobón, antesala del Giro de Rigo

viernes, 11 de octubre de 2024

GUARDAR

Hoy es el lanzamiento del vagón rosa Manzana Postobón, antesala del giro de Rigo

Foto: Pierre Ancines/LR

LR MÁS

Agregue a sus temas de interés

manzana +

Rigoberto Urán +

Postobón +

Administre sus temas

> Unas de las acciones dentro de esta iniciativa será hoy en el Metro, en donde uno de sus vagones se vestirá de color rosa y realizarán distintas actividades

CARLOS ARTURO DUQUE PULIDO

El 3 de noviembre iniciará El Giro de Rigo que se realizará en Medellín y algunos municipios de Antioquia. Mientras tanto, Postobón, patrocinador de la carrera, **hará este viernes el lanzamiento del vagón rosa de Manzana Postobón en donde el ciclista Rigoberto Urán estará haciendo su primer recorrido. También, distintas vallas y paraderos de buses estarán de rosa apoyando esta gran carrera.**

El Giro de Rigo congregará **cerca de 30.000 asistentes, entre ellos más de 10.000 ciclistas profesionales.**

PUBLICIDAD

50 -0,33 % MSCI COLCAP 1.381,05 -2,71 -0,20 % PETRÓLEO WTI US$ 70,10 US$ 0,61 +0,88 % CAFÉ COLOMBIAN MILDS US$ 3,43 U: VER MÁS SUSCRÍBASE

el país porque además de las satisfacciones y alegrías que nos da el deporte, tiene un gran significado de integración, bienestar y en especial optimismo. E**ste es el mensaje que queremos dar al vestir de rosa nuestra ciudad, siendo el Metro, la primera etapa de esta iniciativa", manifestó Lina María Ocampo Jaramillo, vicepresidente de Generación de la Demanda de Postobón.**

En el recorrido que hará el vagón rosa vestido por Manzana Postobón, **el ciclista de Urrao estará haciendo fotografías y otras acciones en la sede administrativa del Metro y la estación Bello. En adelante**, los usuarios del Metro estarán escuchando distintos mensajes de Rigo en este vagón, además de ver distintas piezas publicitarias alusivas al Giro de Rigo.

GUARDAR

CONOZCA LOS BENEFICIOS EXCLUSIVOS PARA
NUESTROS SUSCRIPTORES

MI SELECCIÓN DE NOTICIAS
Noticias personalizadas, de acuerdo a sus temas de interés

SUSCRÍBASE YA

TENDENCIAS

1 LABORAL
Expertos alertan que $18.505.000 mensual de salario mínimo integral es impagable

2 COMERCIO
"Hay que hacer un ejercicio casi de sentarnos a ordenar la casa en muchos frentes"

3 TRANSPORTE
El valor del pasaje de TransMilenio y Sitp subió 8,47% y se ubicó en $3.200 para 2025

MÁS DE OCIO

CONSTRUCCIÓN | 23/12/2024
Las acciones de Soho House se disparan después de recibir una oferta de compra alta
Un nuevo consorcio de terceros ha ofrecido comprar la empresa por US$9 por acción, lo que supone una prima de cerca de 83%

MODA | 25/12/2024
Conozca qué son las tiendas pop-up y por qué pueden ser relevantes en esta época de fiestas de fin de año

50 -0,33 % MSCI COLCAP 1.381,05 -2,71 -0,20 % PETRÓLEO WTI US$ 70,10 US$ 0,61 +0,88 % CAFÉ COLOMBIAN MILDS US$ 3,43 U: VER MÁS SUSCRÍBASE

El dólar abrió la jornada a la baja después de las vacaciones del mercado por Navidad

5 ANALISTAS
¿Es posible que EE.UU. adopte las criptomonedas como moneda oficial?

6 EE.UU.
El bitcoin bajó incluso cuando MicroStrategy planea emitir más acciones al mercado

TURISMO | 23/12/2024

Conozca los más de 20 destinos en el mundo que recomienda visitar los CEO del país

Los ejecutivos de empresas como Cabify, Volkswagen o Masglo se dieron a la tarea de recomendar sus lugares favoritos en el mundo. España, Turquía y Brasil, los más mencionados

MÁS OCIO >

MÁS DE LA REPÚBLICA

PERÚ
Las millonarias perdidas de los peruanos por su permanencia en el tráfico de Lima

HACIENDA
La prima será de $811.750 para las personas que ganen un salario mínimo el otro

JUDICIAL
Congreso alertó sobre retrasos en pago a contratistas por problemas de flujo de

HACIENDA
Conozca cuáles son las razones que originaron la celebración de la navidad el 24 o 25 de

FINANZAS
Bancóldex y la Alcaldía de Bogotá lanzan dos nuevas líneas de crédito para Mipymes

© 2024, Editorial La República S.A.S. Todos los derechos reservados.
Cr. 13a 37-32, Bogotá
(+57) 1 4227600

SUSCRÍBASE

TODAS LAS SECCIONES

Agronegocios
Asuntos Legales
Consumo
Empresas
Finanzas
Indicadores
Internet Economy
Podcast
Sociales
Alta Gerencia
Caja Fuerte
Directorio Empresarial
Especiales
Finanzas Personales
Infraestructura
Obituarios
Responsabilidad Social
Videos
Análisis
Comunidad
Empresarial
Economía
Eventos
Globoeconomía
Inside
Ocio
Salud Ejecutiva

MANTÉNGASE CONECTADO

Mesa de Generación de Contenidos
Nuestros Productos
Contáctenos
Aviso de privacidad
Términos y Condiciones
Política de Tratamiento de Información
Política de Cookies
Superintendencia de Industria y Comercio

50 -0,33 % MSCI COLCAP 1.381,05 -2,71 -0,20 % PETRÓLEO WTI US$ 70,10 US$ 0,61 +0,88 % CAFÉ COLOMBIAN MILDS US$ 3,43 U$ VER MÁS SUSCRÍBASE


CAMPAÑA
MANZANA
POSTOBÓN
2023


2023
SIN AZÚCAR
EL ROSA ES OTRA COSA

MZN SA

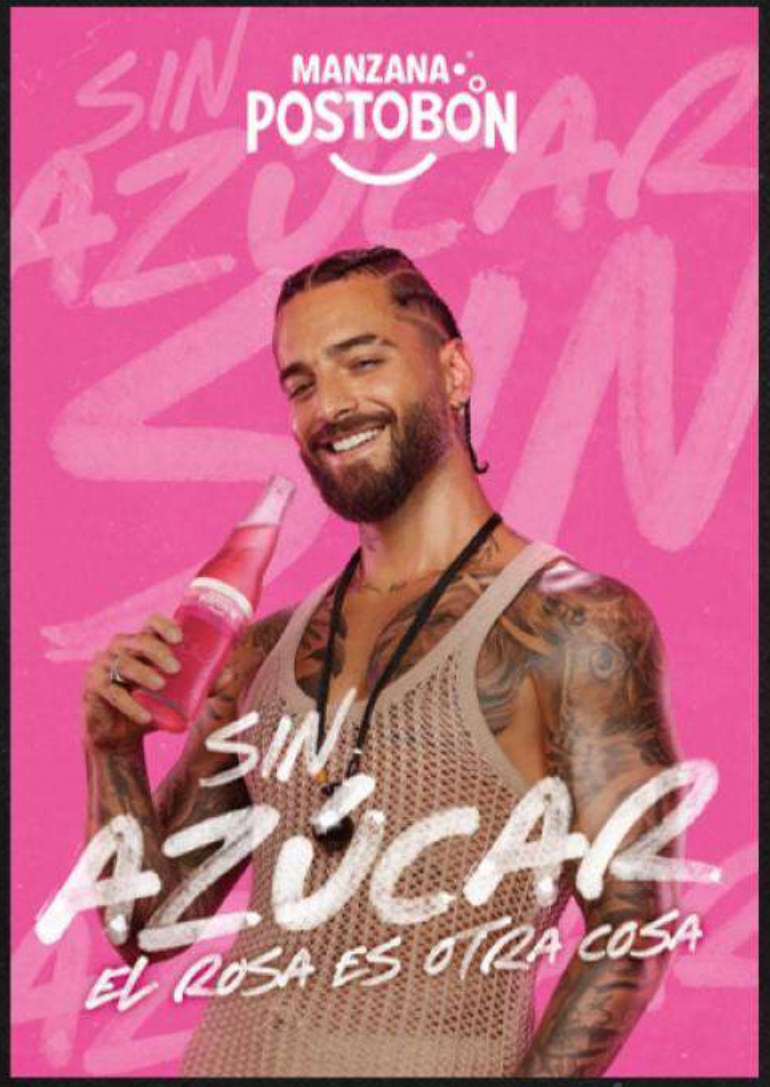
2023

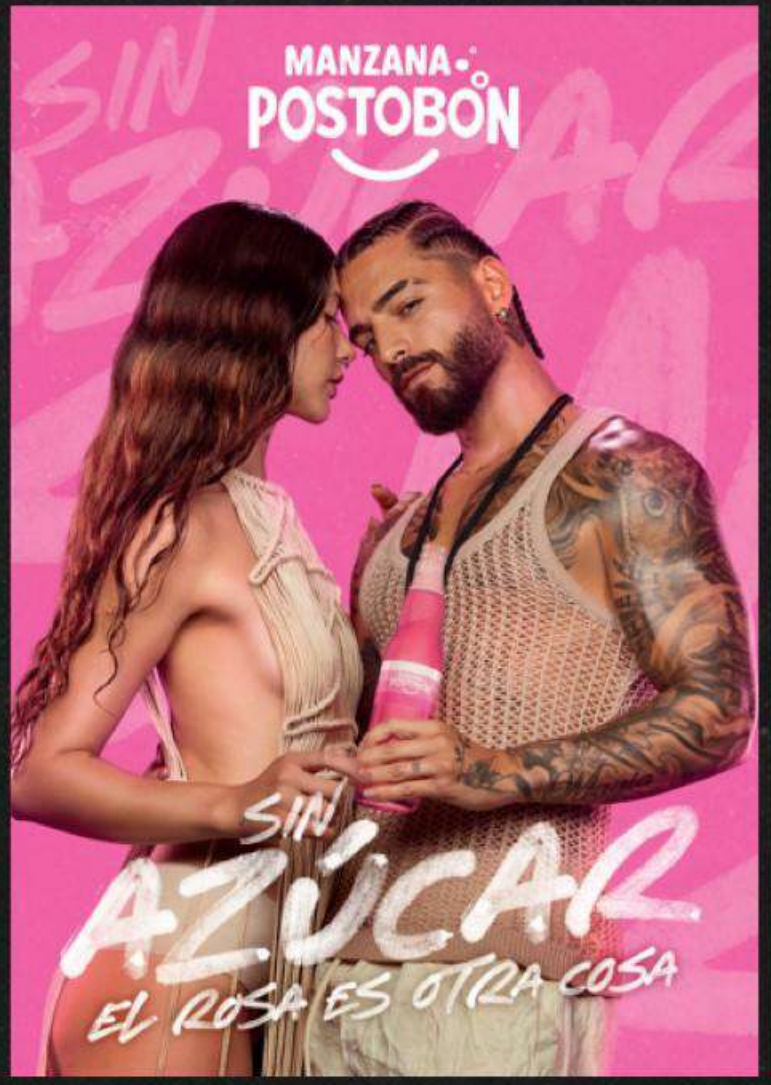
COMERCIAL *TV*

LANZAMIENTO LANZAMIENTO LANZAMIENTO LANZAMIENTO LANZAMIENTO LANZAMIENTO



KEY VISUAL


MANZANA
POSTOBÓN
SIN
AZÚCAR
EL ROSA ES OTRA COSA


MANZANA
POSTOBÓN
SIN
AZÚCAR
EL ROSA ES OTRA COSA


MANZANA
POSTOBÓN
SIN
AZÚCAR
EL ROSA ES OTRA COSA

360° CAMPAÑA

2023





TVC
RADIO
OOH

DIGITAL



INFLUENCIADORES
CONTENIDO

CANALES



ECOMMERCE
CANAL MODERNO
CLIENTES ESPECIALES

SAMPLING
MASIVO



CONTACTOS
TRANSPORTE PUBLICO
(METRO + TRANSMILENIO)

TAT (MED - BOG - B/LLA)

MZN SA

EXTERIORES



















MANZANA POSTOBÓN

Cliente: Postobón
Medio: Metro de Medellín
Campaña: Manzana Postobón
Ciudad – Fecha: Medellín - Octubre de 2023

TRANSPORTE MASIVO

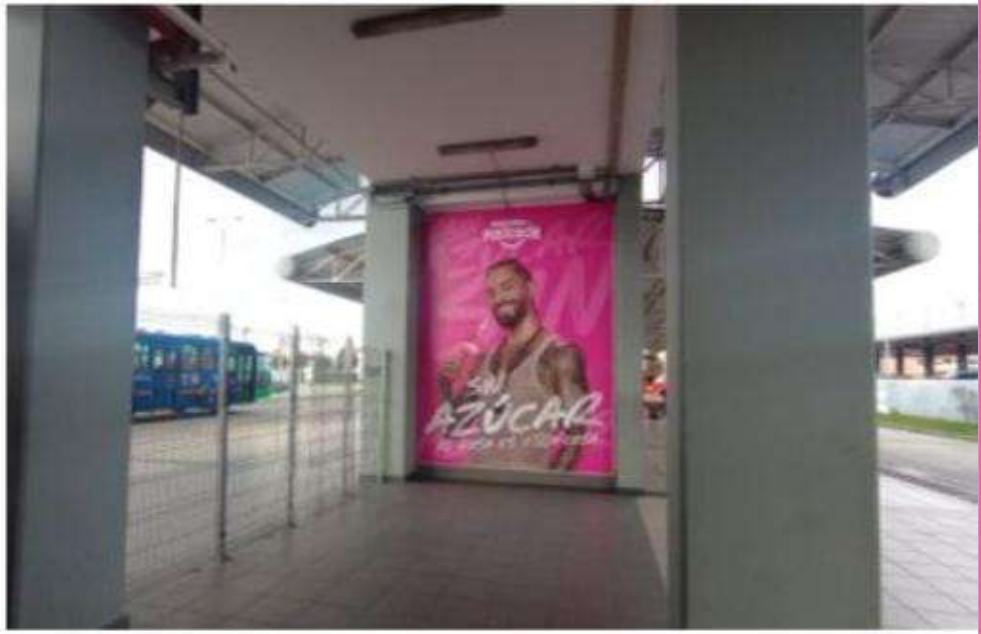


Cliente: Postobón
Medio: Metro de Medellín
Campaña: Manzana Postobón
Ciudad – Fecha: Medellín – Octubre de 2023

TRANSPORTE MASIVO







Cliente: Postobón
Medio: TransMilenio
Campaña: Manzana Postobón
Ciudad – Fecha: Bogotá – Octubre de 2023

TRANSPORTE MASIVO







Cliente: Postobón
Medio: TransMilenio
Campaña: Manzana Postobón
Ciudad – Fecha: Bogotá – Octubre de 2023


¿POR QUÉ RESISTIRTE A LA TENTACIÓN?
PRUÉBALA
POSTOBÓN
SIN AZÚCAR

CANAL MODERNO



Campaña de validador intercambiable en policarbonato.

Estructura metálica de soporte principal con iluminación.

Material traslúcido con perforaciones simulando el concepto de vending machine.

Perforaciones que permiten el cargue de producto manteniendo una correcta exhibición.

Material traslúcido para que el elemento se perciba más liviano.

CANAL MODERNO





1. Jumbo la 65 – Medellin
2. Jumbo Valle de Lili – Cali
3. Jumbo Megamall – B/manga
4. Jumbo Calle 80 – Bogotá
5. Alkosto Bucaramanga
6. Carulla Oviedo
7. Exito Country – Bogotá
8. Exito Bello

QUEREMOS QUE TODO COLOMBIA SE DEJE TENTAR POR MANZANA POSTOBÓN SIN AZÚCAR

SAMPLING A

200.000

PERSONAS

OCTUBRE / NOVIEMBRE





MASIVO





MUPI
AMOBLAMIENTO URBANO MEDELLÍN
KR 43A No 16sur-245
CE 38526

Efectimedios

MASIVO





MUPI
AMOBLAMIENTO URBANO MEDELLÍN
KR 34 CL 20 sur
CE 38407

Efectimedios

MASIVO





MUPI
AMOBLAMIENTO URBANO MEDELLÍN
KR 43A CL 35
CE 38449

Efectimedios

MASIVO





MUPI
AMOBLAMIENTO URBANO MEDELLÍN
KR 43 CL 31
CE 38457

Efectimedios

CALLE 72 - CRA 73A 2



SOMOS OMG Omnicom MediaGroup

CARRERA 7 - 155 (COL. AGUSTIN FERNANDEZ)



SOMOS OMG Omnicom MediaGroup

DIGITAL

ALCANCE
META



CARRUSEL

10.180.703
ALCANCE

INTERACCION
TIKTOK

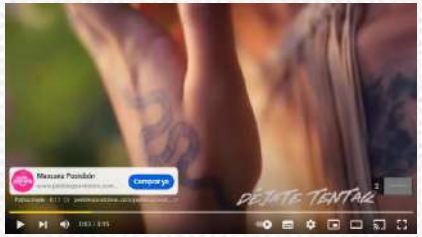


VIDEO IN FEED

18.417
INTERACCIONES

DURACIÓN: 6 SEG

VISUALIZACIONES
YOUTUBE



TRUEVIEW

1.848.944
VIEWS

DURACIÓN: 15 SEG

TRAFICO
DV360



BANNERS

26,642
IMPRESIONES

REF: PRODUCTO

GRACIAS

2024

MANZANA POSTOBÓN

REPORTE CAMPAÑAS 2024


CONTIENE
EDULCORANTES
MINSALUD
MANZANA
POSTOBÓN
SIN
AZÚCAR
EL ROSA ES OTRA COSA

PARADEROS- Bogotá













ELEMENTOS T MASIVO -Bogotá













VALLAS –Bogotá / Medellin











2024

EL GIRO DE RIEGO

PRESENTADO POR MANZANA POSTOBÓN

EDICIÓN LA DESPEDIDA



Efectimedios - Medellin













Efectimedios - Medellin













Efectimedios - Medellin









FDL - Medellin





FDL - Medellin





HERCAS - Medellin





HERCAS - Medellin





HIVE CREAMOS - Medellin





MESA CONCEPTO EXTERIOR - Medellin





MESA CONCEPTO EXTERIOR - Medellin





METROVIA - Medellin





VALLAS COLOMBIANA - Medellin







Icomedios - Medellin













Icomedios - Medellin













MANZANA POSTOBÓN

GRACIAS

MZN SA

2023

MANZANA POSTOBÓN

MUESTREO DE FOTOS

EQUIPOS DEPORTIVOS PATROCINADOS CON LOS UNIFORMES ROSADOS 2022 Y 2023

El Giro de Rigo – NOV 2022

















Partido Atlético Nacional vs Deportivo Independiente Medellin – OCT 2022









Reto Letras – JUL 2023













Reto Urrao – AGO 2023

















La Crono de Rigo – OCT 2023













Partido Atlético Nacional vs Deportivo Independiente Medellin – OCT 2023

















El Giro de Rigo – NOV 2023















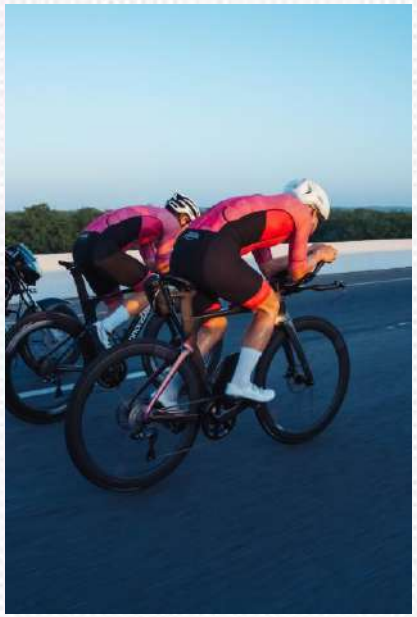








Ironman – DIC 2023











MZN SA

2023

MANZANA POSTOBÓN

GRACIAS

EL GIRO DE RIEGO



WEEKLY REPORT

21/03/2025

omd

EL GIRO DE RICO

MANZANA POSTOBÓN



TV NAL

21/03/2025

TELEVISIÓN NACIONAL

CORTE: 07 de marzo al 30 de abril

PLANEADO	$ 846.6 M Inversión	1.604 Trp´s	77% Alcance	18,59 Frecuencia
	74%	70%	69%	
EJECUTADO	$ 846.6 M Inversión	1,256 Trp´s	67.56% Alcance	

TOTAL CAMPAÑA

Observaciones:

- Las salidas se vienen ejecutando según la parrilla planteada, permitiendo salir en los programas de mayor impacto permitiendo así lograr un alcance bueno optimizando el presupuesto en pro de la campaña.
- Las diferentes referencias activas logran la diferenciación de la campaña, el apoyo de las salidas en futbol permitieron mayor visibilidad
- La personas alcanzadas fueron 10.944.451 según el universo de ibope

CICLISMO MANZANA- DURACIÓN: 40”



152
Trp´s

21.55%
Alcance

5.1
Frecuencia

CICLISMO MANZANA - DURACIÓN: 20”



341
Trp´s

33%
Alcance

5,4
Frecuencia

PAQUETE FUTBOL

CORTE: 07 de Marzo a 19 de marzo.

PLANEADO	$ 114 M Inversión	75 Trp´s	10% Alcance	2,33 Frecuencia
	84%	85%	120%	
EJECUTADO	$114M Inversión	54,55 Trp´s	23,41% Alcance	

TOTAL CAMPAÑA

CICLISMO MANZANA - DURACIÓN: 20"



9.8
Trp´s

26,21%
Alcance

1,81
Frecuencia

Observaciones:

- Se ejecutaron los partidos como se estableció en la parrilla y se hiso la recuperación de trps en programación normal.

TV PAGA

CORTE: 07 de marzo a 19 de marzo.

PLANEADO	$ 68 M Inversión	177 Trp´s			
	x%	x%	79% Alcance	1 Frecuencia	
EJECUTADO	$ 68 M Inversión	177 Trp´s			

TOTAL CAMPAÑA

CICLISMO MANZANA - DURACIÓN: 20”

Observaciones:

- Las salidas se vienen ejecutando según la parrilla planteada, permitiendo salir en los programas de mayor impacto permitiendo así lograr un alcance bueno optimizando el presupuesto en pro de la campaña.
- Las diferentes referencias activas logran la diferenciación de la campaña, el apoyo de las salidas en futbol permitieron mayor visibilidad

EL GIRO DE RIEGO

MANZANA POSTOBÓN



omd

RADIO

21/03/2025

RADIO CUPO

CORTE: 10 de marzo a 19 de marzo.

PLANEADO	$ 29 M Inversión	7.080 Cuñas	20% Alcance	2 Frecuencia
	50%	50%	X%	
EJECUTADO	$ 29 M Inversión	7.080 Cuñas	18,30% Alcance	

TOTAL CAMPAÑA

MANZANA POSTOBONDURACIÓN: 20”



Observaciones:

- Las salidas se vienen ejecutando según la parrilla planteada, permitiendo salir en los programas de mayor impacto permitiendo así lograr un alcance bueno optimizando el presupuesto en pro de la campaña.
- Las diferentes referencias activas logran la diferenciación de la campaña, el apoyo de las salidas en futbol permitieron mayor visibilidad

RADIO EXTERNO

CORTE: 1O DE marzo a 19 de marzo.

PLANEADO	$ 6.628 M Inversión	219 Cuñas	20% Alcance	2 Frecuencia
	50%	50%	X%	
EJECUTADO	$ 6.628 M Inversión	219 Cuñas	18,75% Alcance	

TOTAL CAMPAÑA

MANZANA POSTOBON DURACIÓN: 20”

Observaciones:

- Las salidas se vienen ejecutando según la parrilla planteada, permitiendo salir en los programas de mayor impacto permitiendo así lograr un alcance bueno optimizando el presupuesto en pro de la campaña.
- Las diferentes referencias activas logran la diferenciación de la campaña, el apoyo de las salidas en futbol permitieron mayor visibilidad

omd



MANZANA POSTOBÓN

CASA VACILE

CARNAVAL DE BARRANQUILLA

2025

“CASA VACILE”
CARNAVAL DE BARRANQUILLA



Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

CASA VACILE
CARNAVAL DE BARRANQUILLA





MECANICA:
Los carnavaleros debían llevar etiquetas de manzana 1.5 L



200 asistentes en Casa Vacile

Casa A – 80 personas

Casa B – 120 personas



342 Etiquetas recolectadas

2 x persona – al final se permitió entrar con 1 sola para iniciar el desfile



Acciones en Radio y Digital: Convocatoria y desarrollo de actividad

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RESULTADOS DIGITAL
Alcance: 35.916 usuarios únicos – Interacciones: 328
FASE 1 CONVOCATORIA

Febrero 22 al 24



Alcance: 8.675

Interacciones: 49

Febrero 25 al 27



Alcance: 10.520

Interacciones: 84

Febrero 25 al 27



Alcance: 6.529

Interacciones: 78

Febrero 28



Alcance: 1.803

Interacciones: 14

Febrero 28



Alcance: 3.349

Interacciones: 47

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

Fase 2: Batalla de flores
Carnaval de la 44

Marzo 01



Alcance: 797

Interacciones: 06

Marzo 01



Alcance: 4.655

Interacciones: 56

Marzo 01 – parte 1

Olímpica Stereo 92.1 Barranquilla was live.
Published by Andrea Carolina Sierra
· 2d · Public

Casa Vacile de Manzana Postobón, donde la fiesta nunca para. https://www.instagram.com/manzanapostobon?igsh=MWdxOTlobTI5cjJhcw== Manzana Postobón #Publicidad



Alcance: 3.311

Interacciones: 63

Marzo 01 – parte 2

Olímpica Stereo 92.1 Barranquilla was live.
Published by Andrea Carolina Sierra
· 2d · Public

Con Manzana Postobón vivimos la alegría y la fiesta del carnaval en la casa vacile de la batalla de las flores. #publicidad



Alcance: 2.637

Interacciones: 33

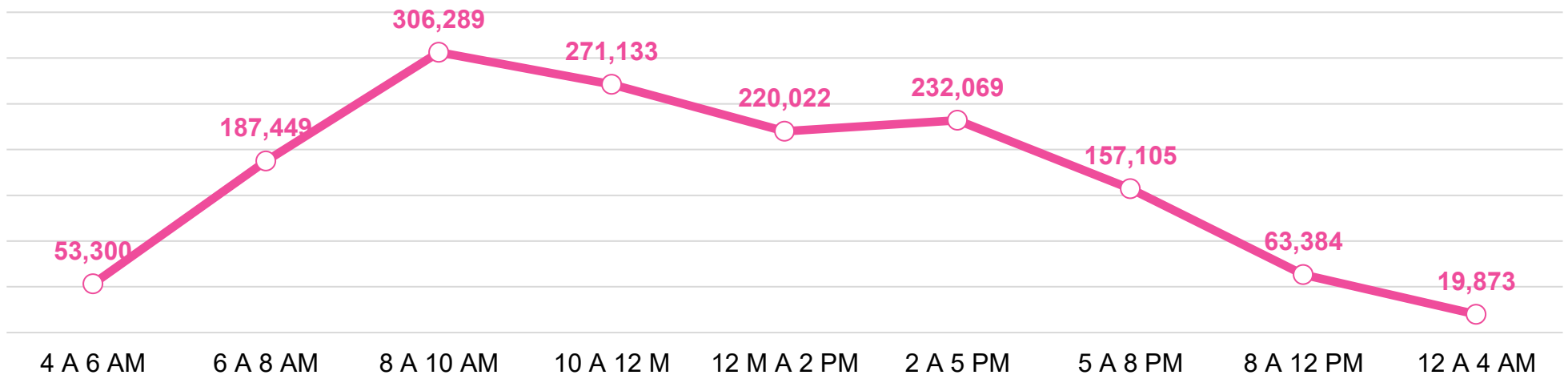
Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RADIO

Total Inserciones 32

Alcance 327.400 Oyentes

Frecuencia 8



Audiencia por franja Lunes a Domingo AV – Hábitos

BARRANQUILLA

ECAR 3-2024 – AV – HÁBITOS

Frecuencia: Es el numero de veces que un individuo será contactado en el plan de medios.

Alcance: Número de individuos diferentes, en términos absolutos, que son contactados con una Cuña

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

GRACIAS

MANZANA POSTOBÓN

Colombiana la nuestra

RESPETO DE PRECIOS

WEEKLY REPORT

25/03/2025





TV NAL

WEEKLY REPORT

25/03/2025

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

TV NAL

CORTE: 04 de Marzo a 19 de marzo.

PLANEADO	$ 650.726M Inversión	1.498 Trp´s	77% Alcance	22,83 Frecuencia
	100%	109%	92%	
EJECUTADO	$ 650.726M Inversión	1,633 Trp´s	71,54% Alcance	

TOTAL CAMPAÑA

Observaciones:

- Las salidas se ejecutaron según la parrilla planteada, permitiendo salir en los programas de mayor impacto permitiendo así lograr un alcance bueno optimizando el presupuesto en pro de la campaña.
- Las diferentes referencias activas logran la diferenciación de la campaña, el apoyo de las salidas en futbol permitieron mayor visibilidad

EL PRECIO QUE ALCANZA MANZANA - DURACIÓN: 10”

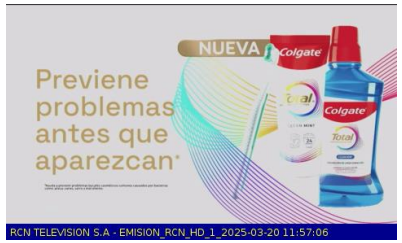


237 Trp´s

17.95% Alcance

5 Frecuencia

EL PRECIO QUE ALCANZA COLOMBIANA - DURACIÓN: 10”



243 Trp´s

38% Alcance

4.82 Frecuencia

PAQUETE FUTBOL

CORTE: 04 de Marzo a 25 de marzo.

PLANEADO	$ 130.688 M Inversión	188 Trp´s	15% Alcance	3,95 Frecuencia
	100%	60%		
EJECUTADO	$ 130.688 M Inversión	114 Trp´s	28,86% Alcance	

TOTAL CAMPAÑA

Observaciones:

- Las salidas se vienen ejecutando según la parrilla planteada, permitiendo salir en los programas de mayor impacto permitiendo así lograr un alcance bueno optimizando el presupuesto en pro de la campaña.
- Las diferentes referencias activas logran la diferenciación de la campaña, el apoyo de las salidas en futbol permitieron mayor visibilidad

EL PRECIO QUE ALCANZA MANZANA - DURACIÓN: 10”

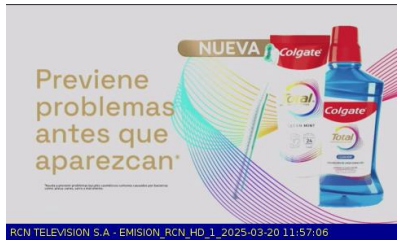


X Trp´s

X1% Alcance

X Frecuencia

EL PRECIO QUE ALCANZA COLOMBIANA - DURACIÓN: 10”



X Trp´s

X% Alcance

X Frecuencia





RADIO CUPO

WEEKLY REPORT

25/03/2025

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RADIO CUPO

CORTE: 10 de marzo a 25 de marzo.

PLANEADO	$ 63.4 M Inversión	11.840 Cuñas	20% Alcance	4 Frecuencia
	100%	100%	100%	
EJECUTADO	$ 63.4M Inversión	11.840 Cuñas	21,60% Alcance	

TOTAL CAMPAÑA

Observaciones:

- Las salidas se vienen ejecutando según la parrilla planteada, permitiendo salir en los programas de mayor impacto permitiendo así lograr un alcance bueno optimizando el presupuesto en pro de la campaña.
- Las diferentes referencias activas logran la diferenciación de la campaña, el apoyo de las salidas en futbol permitieron mayor visibilidad

MANZANA POSTOBON DURACIÓN: 20”

COLOMBIANA POSTOBON DURACIÓN: 20”





RADIO EXTERNO

WEEKLY REPORT

25/03/2025

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RADIO EXTERNO

CORTE: 10 de marzo a 25 de marzo.

PLANEADO	$ 63.4 M Inversión	2.100 Cuñas	20% Alcance	4 Frecuencia
	100%	100%	100%	
EJECUTADO	$ 63.4 M Inversión	2.100 Cuñas	21.60% Alcance	

TOTAL CAMPAÑA

Observaciones:

- Las salidas se vienen ejecutando según la parrilla planteada, permitiendo salir en los programas de mayor impacto permitiendo así lograr un alcance bueno optimizando el presupuesto en pro de la campaña.
- Las diferentes referencias activas logran la diferenciación de la campaña, el apoyo de las salidas en futbol permitieron mayor visibilidad

MANZANA POSTOBON DURACIÓN: 20”

COLOMBIANA POSTOBON DURACIÓN: 20”

MANZANA POSTOBÓN

Colombiana® la nuestra

GRACIAS

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

MZN SA

2023

SIN AZÚCAR

EL ROSA ES OTRA COSA

REPORTE DE CIERRE 2023

MZN SA

2023

MEDIOS PAGOS

OBJETIVO DE COMUNICACIÓN

Conectar con nuestras audiencias, dándoles a conocer que en el mundo de las gaseosas sin azúcar existe Manzana sin azúcar y que se atrevan a probarlo.

OBJETIVO	RETO	¿CÓMO LO HICIMOS?	MEDIOS
Saliencia & Relevancia	**Conocimiento**	Dando a conocer que, en la categoría sin azúcar, existe el sabor de Manzana sin azúcar	
Relevancia	**Acercamiento**	Nos acercamos a nuestra audiencia por medio de acciones y experiencias con las que se identifiquen	
Relevancia & Diferenciación	**Presencia**	Invitamos a la audiencia a probar Manzana sin azúcar, estando en el momento indicado y siendo una gran alternativa de sabor,	

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

AUDIENCIAS DIGITALES

AUDIENCIA CORE

RETO: POSICIONAR



LINEA FEMENINA

RETO: FIDELIZAR

COMUNICACIÓN:
Sin azúcar es otra cosa (primera activación)

GO RIGO GO!

REMARKETING

RETO: FIDELIZAR

COMUNICACIÓN:
Sin azúcar es otra cosa (primera activación)

MALUMA



NUEVOS SWITCHERS

RETO: PRUEBA

COMUNICACIÓN:
Sin azúcar es otra cosa



ACTUAL

RETO: FIDELIZAR

COMUNICACIÓN:
Portafolio manzana

QSR

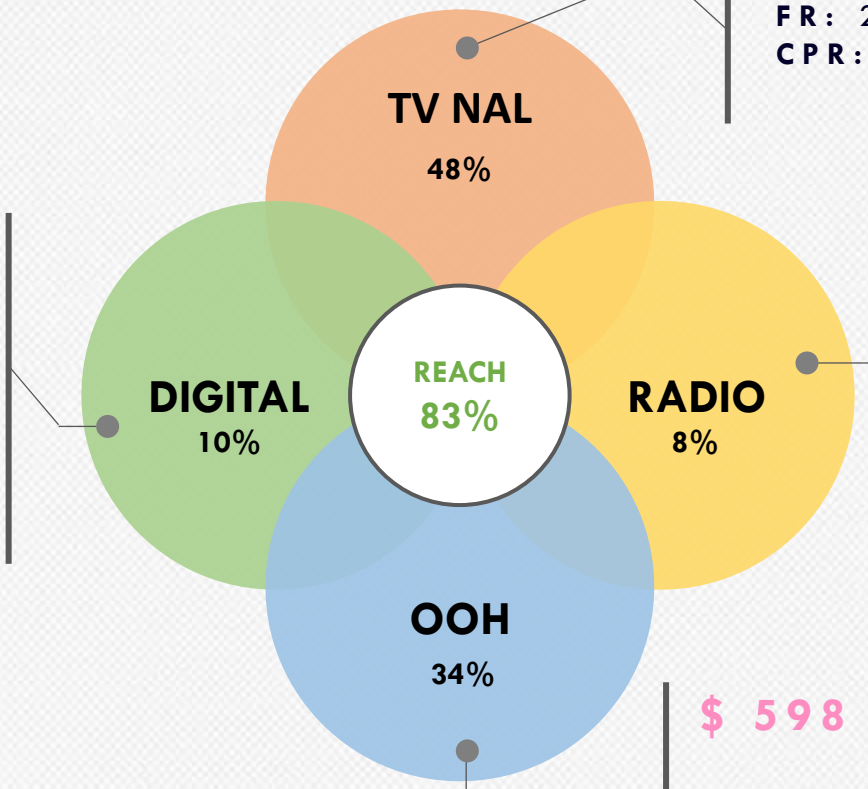
Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RESULTADOS GENERALES
MALUMA

$1.694 M
INVERSIÓN

UNIVERSO ALCANZADO: 5.507.569

UNIVERSO TOTAL: 6.635.625



$ 800 M

TRP'S: 1.658
REACH: 68.85%
FR: 24,9
CPR: 482.509

$ 170 M

IMPRESIONES: 55M
VIEWS100%: 13M
INTERACCIONES: 124 k
PIEZAS: Hero + 6s- 15s - 20

$ 125 M

SALIDAS:
21.896 cuñas
468 menciones
REACH: 14%
FR: 10

$ 598 M

PARADEROS: 254 paraderos
TRANS. PUBLICO: 14 elementos
AEROPUERTO: 11 elementos

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RESULTADOS GENERALES
QSR

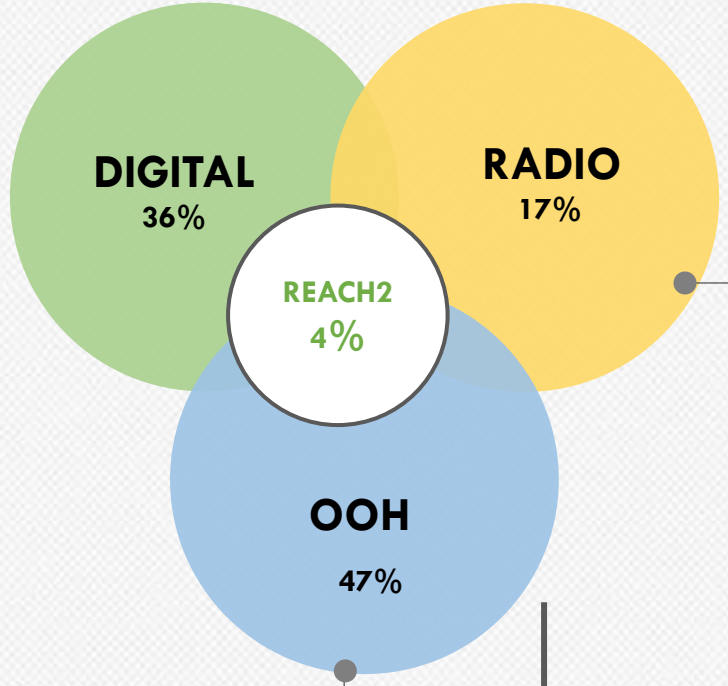
$ 84.2 M
INVERSIÓN

UNIVERSO ALCANZADO: 265.425

UNIVERSO TOTAL: 6.635.625

$ 30 M

IMPRESIONES: 7.2M
CLICS: 43K
INTERACCIONES: 45K
PIEZAS: 4 aliados



$ 14 M

SALIDAS: 2.900
REACH: 10%
FR: 7
CPS: $4.962

$ 39 M

PARADEROS: 49 paraderos

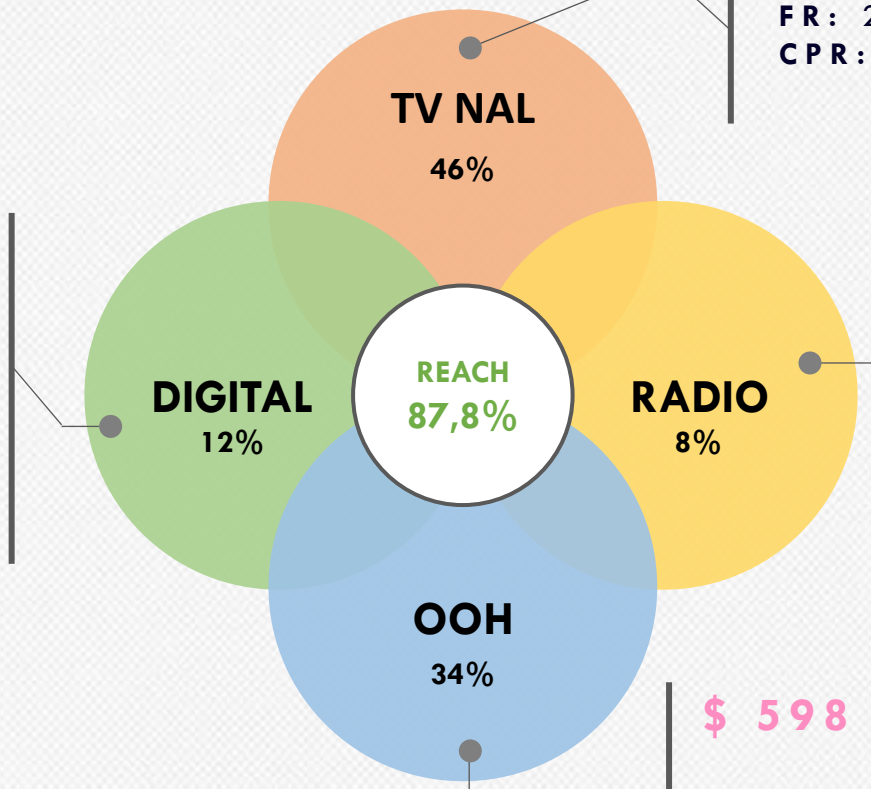
Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RESULTADOS GENERALES
MALUMA + QSR

$ 1.778M
INVERSIÓN

UNIVERSO ALCANZADO: 5.826.078

UNIVERSO TOTAL: 6.635.625



$ 800 M

TRP'S: 1.658
REACH: 68.85%
FR: 24,9
CPR: 482.509

$ 200 M

IMPRESIONES: 63.1M
VIEWS: 20M
INTERACCIONES: 7.4K
PIEZAS: 8 Contenidos

$ 125 M

SALIDAS: 25.264
REACH: 15%
FR: 9
CPS: $ 5.525

$ 598 M

PARADEROS: 303 paraderos
TRANS. PUBLICO: 14 elementos
AEROPUERTO: 11 elementos

***Fuente de universo**
Ibope Extrapolando a DANE

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RESULTADOS GENERALES DIGITALES

MALUMA

83%
MULTIALCANCE

5.826.078
UNIVERSO: 6.635.625

INDICADORES PRINCIPALES

55.922.905
IMPRESIONES

13.541.595
VIEWS

191.933
CLICS

124.565
INTERACCIONES

VTR 100% (META)	VTR 100% (YT)	VTR 100% (TIKTOK)
7%	72%	3%
8.1% VTR Meta	52% VTR YT	4.71% VTR Tiktok

CTR (META)	CTR (YT)	CTR (TIKTOK)
0.35%	0.51%	0.25%
0.94% CTR Meta	0.15% CTR YT	1.40% CTR TIKOK

ER ACIDAS (META)	ER ACIDAS (TIKTOK)
0,02%	0,22%
0.13% ER TIKOK	0.67% ER TIKOK

Youtube fue el medio que tuvo mejor performance, teniendo métricas superiores al promedio del benchmark de Postobón

*Benchmark Postobón

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RESULTADOS GENERALES DIGITALES

MZN SA

QSR

4%
MULTIALCANCE

265.425
UNIVERSO: 6.635.625

INDICADORES PRINCIPALES

7.533.260
IMPRESIONES

45.973
CLICS

45.294
INTERACCIONES

0.35% CTR (META)
0.94% CTR Meta

1.14% CTR (TAPTAP)
1% CTR Meta

0.35% ER (META)
0.94% CTR Meta

*Benchmark Postobón

Taptap fue el medio que nos permitió lograr un mejor performance

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RESULTADOS GENERALES DIGITALES

MALUMA

Meta

GO RIGO GO TUVO MEJOR **PERFORMANCE**

7% más de VTR del 100% vs core

+1.200% de interacciones acidas LAL

76% GRG vs 71% CORE

GRG 18.633 vs 1.424 Core

Mayor interés por la comunicación logrando incremento del **53%** el CTR

CTR: 2.17% Promedio campaña

CTR: 3.34% Remarketing

Google Display & Video 360

DMP: interés por la comunicación un 75%, ya que más personas dan clic al anuncio

CTR: 2.95% Promedio campaña

CTR: 12% Audiencia DMP

En alcance: bumper 94% de visualizaciones completas

QSR

Meta

Pizza Hut y Don Jacobo fueron los que obtuvieron un mejor CTR dentro de la campaña

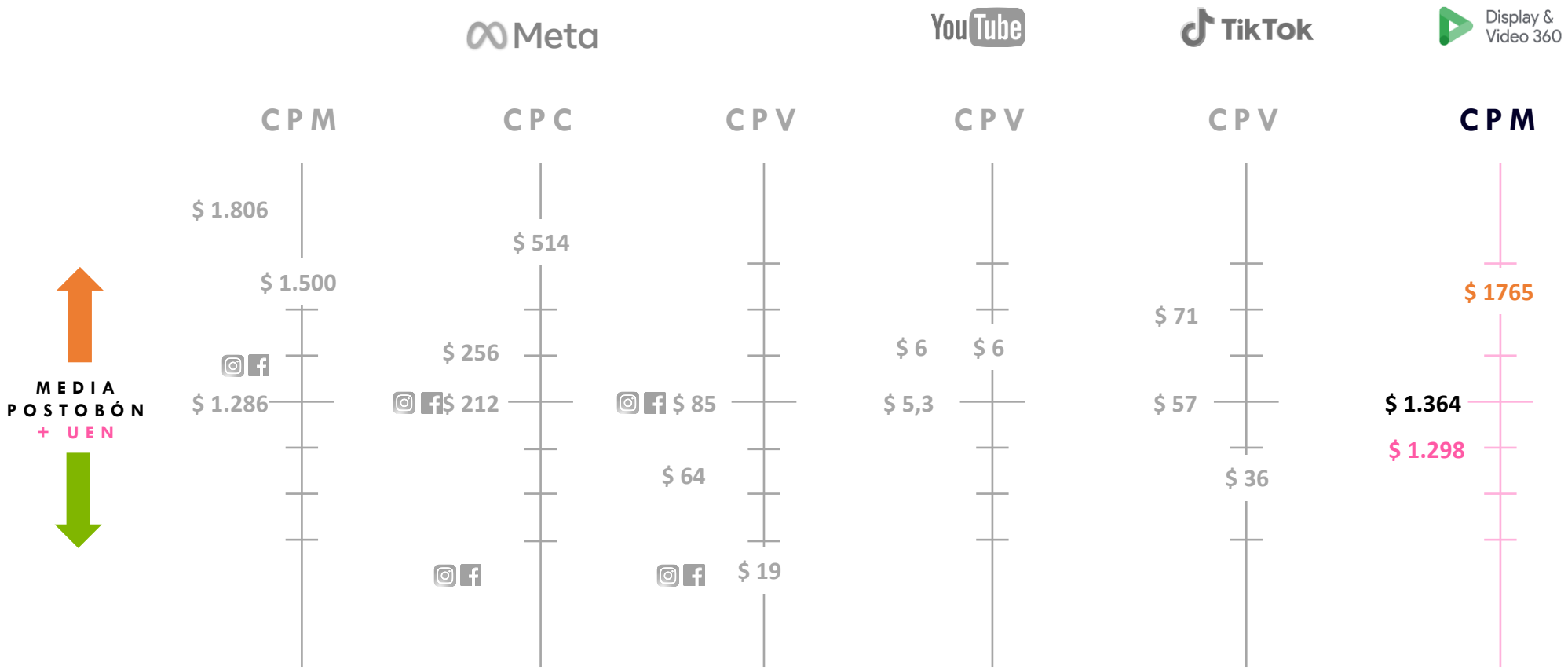
La audiencia actual fue la que performó mejor, logrando un **incremento del 9%** en el CTR del promedio de la campaña

Las audiencias estuvieron más interesadas en las comunicaciones donde se evidenciaban los **productos, logrando un 12% + del** CTR promedio de la campaña

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RESULTADOS GENERALES

BENCH MEDIA POSTOBON + UEN

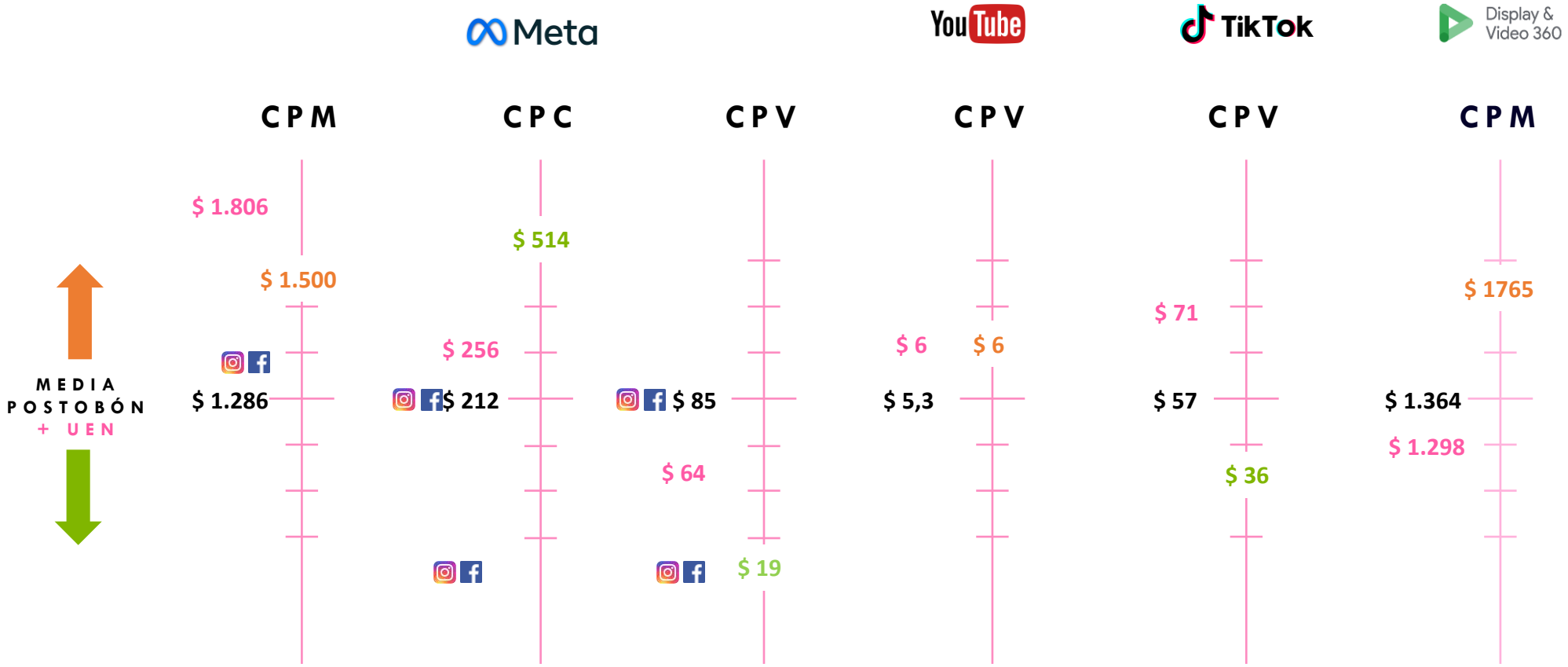


La segmentación solo a mujeres hace que nos encarezca el CPM

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RESULTADOS GENERALES

BENCH MEDIA POSTOBON + UEN



A nivel general se dio un incremento por la segmentación de la audiencia solo a mujeres

En los objetivos de visualizaciones fueron los cuales tuvieron costos menores al promedio, ya que las mujeres son más receptivas a consumir este contenido

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

CREATIVOS DESTACADOS

ALCANCE
META



CARRUSEL

10.180.703 ALCANCE	$1.130 CPM
0,26% CTR	0.5% BENCH CTR

INTERACCION
TIKTOK



VIDEO IN FEED

18.417 INTER.	$814 CPI
0.23% ER ACIDO	0.67% BENCH ER
DURACIÓN: 6 SEG	

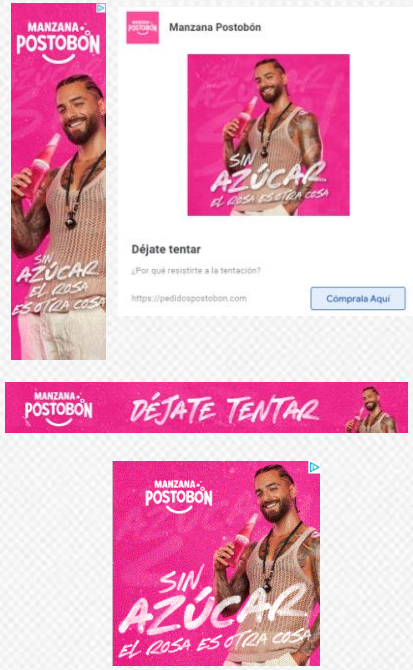
VISUALIZACIONES
YOUTUBE



TRUEVIEW

1.848.944 VIEWS	$6,08 CPV
51% VTR	52% BENCH VTR
DURACIÓN: 15 SEG	

TRAFICO
DV360



BANNERS

26,642 IMPRESIONES	$11,264 CPM
12% CTR	0.45% BENCH CTR
REF: PRODUCTO	

*Benchmarks Postobón

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

HIPOTESIS CREATIVOS

Puntos Claves:

Los videos de 6 seg son los que obtienen mejores métricas vs costos, logrando un VTR del 100% de 94%



Eficaces

En Meta, el carrusel es el formato que obtuvo mejor CTR 2.36% (en promedio) y también porque Maluma aparece en el primer frame

En Youtube la creatividad donde habla Maluma obtuvo 94% del VTR del 100%

Puntos Claves:



Siguientes pasos

Para próximas campañas, se recomienda tener una creatividad enfocada a la audiencia de mujeres teniendo en cuenta el personaje de EVA

Se recomienda hacer una experimentación en youtube con 2 referencias del creativo Bumper, en donde 1 sea con voz de Maluma y la otra con la voz de EVA

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

OVERVIEW – X

Nos apalancamos con la tendencia del momento, relacionadas con la noticia del embarazo de Maluma y su novia. Para así generar alcance atados a los hashtags de Maluma

OBJETIVO

ALCANCE

FECHAS

27 AL 30 DE OCT

AUDIENCIA

Línea femenina: Estudiantes conveniente / Solteros sin hijos conveniente y luchador / Parejas sin hijos conveniente. Bargain Hunters, Social Media Enthusiasts, Live Sports TV Fans, Shoppers by Store Type, Food & Dining, Public Transit Users, Taxi Service Users, Media & Entertainment

ALCANCE

679.340

IMPRESIONES

1.275.687

INTERACCIONES

9.327

CLICS

6.989

CPM

$1.571

CPI

$215

ER

0.73%

BENCHER

0.73%

INVERSIÓN

$2.005.476

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

EJECUCIÓN CAMPAÑA

MEDIO	Estado	Inversión	% Consumo	Ruido	% Cumplimiento KPI	% Alc. Personas
TV Nal	Inicial	$ 800.768.310	100%	1.760	95%	13.175.255
	Al Aire	$ 800.768.310		1.650		
Radio Cupo	Inicial	$ 125.750.985	95%	21.948	98%	
	Al Aire	$ 119.934.387		21.544		
Exteriores	Inicial	$ 622.205.845	100%	328	100%	
	Ejecutado	$ 622.205.845		328		
Digital	Inicial	$ 200.000.000	100%	49.314.053	131%	14.271.000
	Al Aire	$ 200.000.000		64.662.126		

87,8%
MULTIALCANCE

73%
ALCANCE ATL

71%
ALCANCE DIG

Corte 30 noviembre

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

GRACIAS

2024



Reporte de cierre

GROWTH Postobón

OBJETIVOS

"SER LA MARCA QUE INCREMENTE LA PARTICIPACIÓN DE SABORES EN EL SEGMENTO SIN AZÚCAR DOMINADO POR COCA COLA"

OBJETIVO DE COMUNICACIÓN

Conectar con nuestras audiencias para que se enteren que existe Manzana Postobón sin Azúcar y se dejen llevar por la tentación para probarla sin culpas.

CONSTRUYENDO EN NUESTRA CAMPAÑA DESDE DOS PILARES DE COMUNICACIÓN

DONDE NOS ENFOQUEMOS EN GENERAR SALIENCIA Y DIFERENCIACION Y RELEVANCIA

DIFERENCIACIÓN	DIFERENCIACIÓN	DIFERENCIACIÓN
Logrando conexión (interacciones y tráfico)	Logrando conexión (interacciones y tráfico)	Logrando conexión (interacciones y tráfico)

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

CON LA CAMPAÑA DE MANZANA SIN AZÚCAR, tenemos el objetivo SER LA MARCA QUE INCREMENTE LA PARTICIPACIÓN DE SABORES EN EL SEGMENTO SIN AZÚCAR DOMINADO POR COCA COLA

HABLANDOLES A NUESTRAS AUDIENCIAS PARA QUE SE ENTEREN QUE EXISTE MANZANA POSTOBÓN SIN AZÚCAR

CONSTRUYENDO EN NUESTRA CAMPAÑA DESDE DOS PILARES DE COMUNICACIÓN DONDE NOS ENFOQUEMOS EN GENERAR SALIENCIA Y DIFERENCIACION Y RELEVANCIA

Presupuesto: $1.168 M

46% tv – 21% ooh – 17% radio cupo – 15% digital – 2% comisión atl

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

LA ESTRATEGIA SE ENFOCÓ EN HABLARLE A:



AUDIENCIA CORE

UNIVERSO POTENCIAL:
TGI: 9.197.064 - DANE: 8.306.217 - DIGITAL:14.347.420

Estudiantes (18-24 años) **Conveniente**	Solteros sin Hijos (18-24 años) **Conveniente – Luchador**	Parejas sin Hijos (25-39 años) **Conveniente**	Primer trabajo (18-24 años) **Conveniente – Indulgente – Luchador**	Parejas con hijos (25 – 39 años) **Indulgente – Luchador**	Hijos pequeños (40-64 años) **Indulgente y luchador**	Hijos grandes (40-64 años) **Indulgente y luchador**

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

BAJO 2 METAS ESPECÍFICAS:

PRIMERA ETAPA

ATRAER

Generar **visibilidad y conocimiento** de Manzana sin Azúcar en las audiencias de la marca y reforzar el conocimiento de Manzana regular

DIFERENCIACIÓN

CONEXIÓN

Construir distinción de marca generando conversación y creando experiencias relevantes que inviten a la prueba.

RELEVANCIA

PRUEBA

Estar presentes en los **momentos de consumo** e **invitar a probar** Manzana sin Azúcar**.** Tendremos enfoque en el **producto.**

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

Ejecución CAMPAÑA

MEDIO	ESTADO	INVERSIÓN	%CONSUMO	RUIDO	%CUMPLIMIENTO KPI
	Inicial	$ 532.354.598	97%	1.329	85%
	Al aire	$ 514.078.968		1.126	
	Inicial	$ 173.855.479	100%	38.201 Salidas	79%
	Al aire	$ 173.855.479		30.206 Salidas	
	Inicial	$ 240.543.231	100%	271 Elementos	100%
	Al aire	$ 240.543.231		271 Elementos	
	Inicial	$ 178.070.600	76%	61.478.274 IMP	113%
	Al aire	$ 134.624.450		69.229.221 IMP	

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

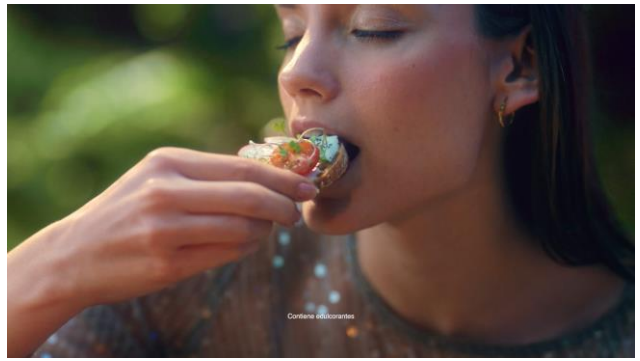
¿Cómo nos VEMOS?

CORTE: 01 marzo – 31 mayo

PLANEADO	$ 534 M Inversión	1.329 Trp´s	68% Alcance
	92%	85%	88%
EJECUTADO	$ 487 M* Inversión	1.126 Trp´s	60% Alcance



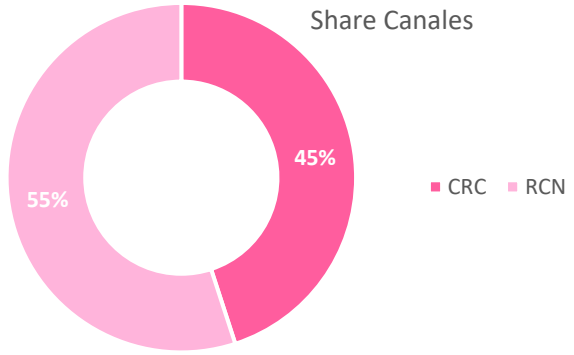
HERO 15”

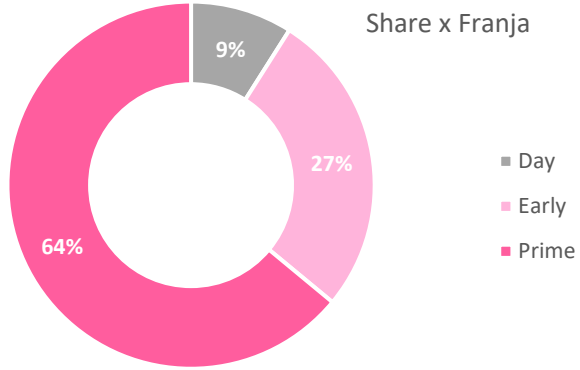


COMIDAS 20”

TOTAL CAMPAÑA

PLANEADO	CARACOL	581 TRP´S	CANAL RCN nuestratele	676 TRP´S
		84%		94%
EJECUTADO	CARACOL	490 TRP´S	CANAL RCN nuestratele	636 TRP´S





Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

¿Cómo nos VEMOS?

Corte: 1 marzo al 26 mayo 2024

PLANEADO	$ 173 M Inversión	38.201 Salidas	
		90%	79%
EJECUTADO	$ 156 M Inversión	30.206 Salidas	

RADIO CUPO



CUÑAS

Y, hablando de tentaciones… Debo contarles que ayer caí en la tentación de una Manzana muuuy refrescante y, ¿saben qué? La disfruté sin culpas y sin remordimientos. La vida es corta, déjate tentar por Manzana Postobón Sin Azúcar y cambia la historia.

MENCIÓN

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

¿Cómo nos VEMOS?

CORTE: 01 marzo al 31 mayo 2024

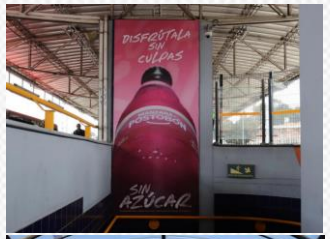
PARADEROS

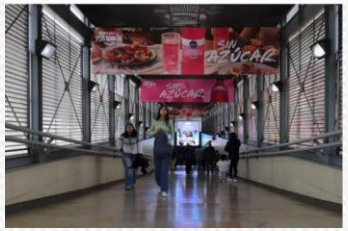














TRANSMI – PORTAL 80 – PORTAL NORTE – PORTAL USME – PORTAL SUBA – ESTACIÓN UNIVERSIDADES





VALLAS









Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

OVERVIEW DIGITAL

Corte: 1 marzo al 31 mayo 2024

MEDIO	ESTADO	INVERSIÓN	%CONSUMO	KPI	OBJETIVO	%CUMPLIMIENTO KPI
YouTube	Inicial	$ 12,000,000	99%	IMPRESIONES	6,000,000	105%
	Al aire	$ 11,831,456			6,292,976	
YouTube	Inicial	$ 15,000,000	33%	VISUALIZACIONES	3,500,000	66%
	Al aire	$ 4,980,085			2,326,209	
TikTok SANCHO	Inicial	$ 32,000,000	62%	VISUALIZACIONES	828,571	75%
	Al aire	$ 19,957,640			617,596	
TikTok TTCX	Inicial	$ 78,070,600	75%	VISUALIZACIONES	1,567,181	64%
	Al aire	$ 58,489,106			1,007,098	
Meta IMPRESIONES	Inicial	$ 13,500,000	64%	IMPRESIONES	20,346,320	70%
	Al aire	$ 8,640,059			14,142,166	
Meta INTERACCIONES	Inicial	$ 8,500,000	53%	INTERACCIONES	850,000	54%
	Al aire	$ 4,481,655			460,710	
Mobile CITI	Inicial	$ 10,000,000	100%	IMPRESIONES	233,334	100%
	Al aire	$ 10,000,000			233,334	
SEEDTAG	Inicial	$ 9,000,000	0%	IMPRESIONES	200,000	0%
	Al aire	$ -			-	

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

RESULTADOS GENERALES DIGITALES

2024

MZN SA

59.8%
MULTIALCANCE

10.765.430
UNIVERSO: 14.347.420

1 MARZO – 26 MAYO

INDICADORES PRINCIPALES

38.917.771
IMPRESIONES

5.492.434
VIEWS 100%

4.5%
VTR 100% (TIKTOK)
4.06%
VTR Tiktok

58.642
CLICS EN EL ENLACE

80.703
INTERACCIONES ÁCIDAS

MALUMA 2023

2 MESES DE CAMPAÑA

55.922.905
IMPRESIONES

13.541.595
VIEWS 100%

3%
VTR 100% (TIKTOK)
4.06%
VTR Tiktok

191.933
CLICS EN EL ENLACE

124.565
INTERACCIONES ÁCIDAS

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

MZN SA

2024

MÉTRICA

MEDIO

IMPRESIONES

OBJETIVO

26.876.357

IMPRESIONES

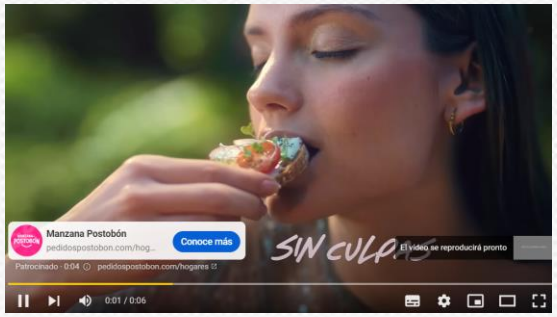
0.10%

CTR

67%

VTR 100%

MEJOR CREATIVO EFFICIENT REACH



4.748.470

IMPRESIONES

$1.767
CPM

94%
VTR 100%

COMPORTAMIENTO POR AUDIENICAS

Efficient reach	ID	Impressions	Impr. (Co-viewed)	Revenue
intereses_core_e4e5e7m5-manzana-sin-azucar_cpm_dv360-yt-b	166691853504	3,342,814	3,342,729	COP6,473,656.91
intereses_core_e4e5e7m5-manzana-sin-azucar_t video-3_omd Déjate tentar por Manzana Postobón Sin Azúcar,	696056482253	179,983	179,983	COP331,849.50
intereses_core_e4e5e7m5-manzana-sin-azucar_t Disfruta tus comidas favoritas sin culpas con Ma	693678772289	592,277	592,255	COP1,058,726.48
intereses_core_e4e5e7m5-manzana-sin-azucar_t azucar_omd Déjate tentar por Manzana Postobón Sin Azúcar,	693678772292	2,570,554	2,570,491	COP5,083,080.93
intereses_tactica_manzana-sin-azucar_cpm_dv360-yt-bumperad.	166691853544	2,950,334	2,950,271	COP5,358,184.27
intereses_tactica_manzana-sin-azucar_bumperac 3_omd Déjate tentar por Manzana Postobón Sin Azúcar,	696056482256	219,061	219,061	COP319,229.68
intereses_tactica_manzana-sin-azucar_bumperac Disfruta tus comidas favoritas sin culpas con Ma	693678772295	553,357	553,343	COP948,146.66
intereses_tactica_manzana-sin-azucar_bumperac Déjate tentar por Manzana Postobón Sin Azúcar,	693678772298	2,177,916	2,177,867	COP4,090,807.94

PERFORMANCE GENERAL

	PRESUPUESTO			TARIFAS			KPI		
	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO
TOTAL CAMPAÑA	$ 12,000,000	$ 11,831,456	99%	$ 2,000	$ 1,884	94%	6,000,000	6,292,976	105%
MARZO	$ 7,000,000	$ 6,831,490	98%	$ 2,000	$ 1,998	100%	3,500,000	3,418,714	98%
ABRIL	$ 5,000,000	$ 4,999,966	100%	$ 2,000	$ 1,739	87%	2,500,000	2,874,262	115%

COMMS COMMS COMMS COMMS COMMS COMMS COMMS
Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

MZN SA

MÉTRICAS

YouTube

MEDIO

VISUALIZACIONES

OBJETIVO

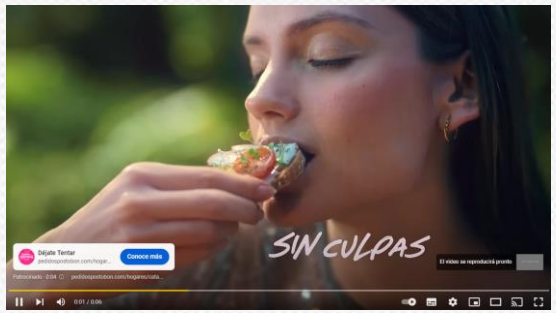
2.326.209

VISUALIZACIONES

97%

VTR

MEJOR CREATIVO EFFICIENT REACH



452.751
VISUALIZACIONES

466.839
IMPRESIONES

96%
VTR 100%

COMPORTAMIENTO POR AUDIENICAS

2024

Skippable	ID	Impressions	Impr. (Co-viewed)	Revenue	Avg. CPM	TrueView: Views	TrueView: View Rate
intereses_core_e4e5e7m5-manzana-sin-azucar_cpv_dv360-yt-bu	162665503152	333,960	333,960	COP716,978.56	COP2,146.90	324,763	97.246%
intereses_tactica_manzana-sin-azucar_bumperac Déjate tentar por Manzana Postobón Sin Azúcar,	698958829660	333,960	333,960	COP716,978.56	COP2,146.90	324,763	97.246%
intereses_tactica_manzana-sin-azucar_cpv_dv360-yt-bumperad_	162444404295	466,839	466,839	COP941,059.93	COP2,015.81	452,751	96.982%
intereses_tactica_manzana-sin-azucar_bumperac Déjate tentar por Manzana Postobón Sin Azúcar,	698928241164	466,839	466,839	COP941,059.93	COP2,015.81	452,751	96.982%

PERFORMANCE GENERAL

	PRESUPUESTO			TARIFAS			KPI		
	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO
TOTAL CAMPAÑA	$ 15,000,000	$ 4,980,085	33%	$ 3	$ 2	67%	3,500,000	2,326,209	66%
MAYO	$ 5,000,000	$ 4,980,085	100%	$ 30	$ 2	7%	166,667	2,326,209	1396%
JUNIO	$ 5,000,000		0%	$ 3		0%	1,666,667		0%
JULIO	$ 5,000,000		0%	$ 3		0%	1,666,667		0%

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

MZN SA

MÉTRICA

Meta

MEDIO

IMPRESIONES

OBJETIVO

5.325.329

IMPRESIONES

1.579.045

ALCANCE

0.04%

CTR

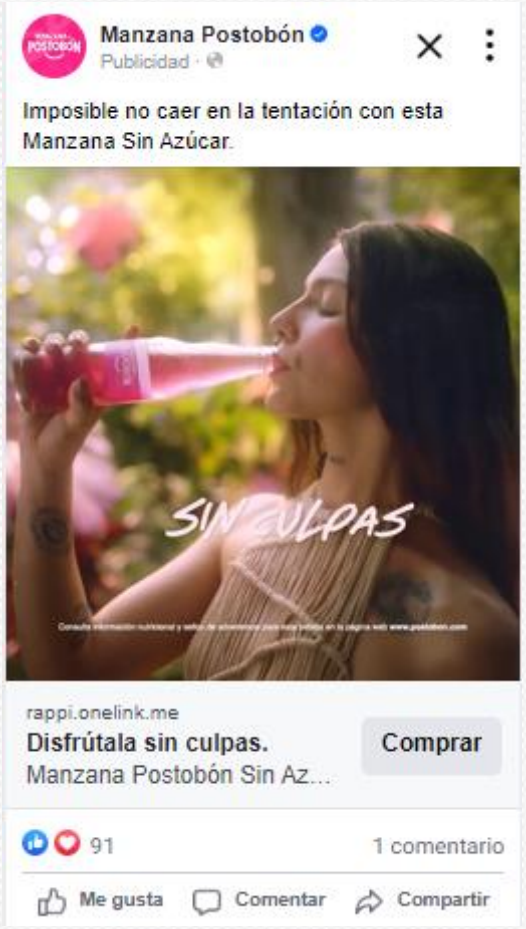
1.21%

VTR 100%

3.37

FRECUENCIA

MEJOR CREATIVO



451.536
ALCANCE

731.432
IMPRESIONES

$564
CPM

8.821%
VIEWS 100%

COMPORTAMIENTO POR AUDIENICAS

2024

Conjunto de anuncios	Resultados	Alcance	Impresiones	CTR Clics Enlace	Coste por resultado
lookalike_tactica_manzana-...	674,760 Alcance	674,760	1,072,734	0.05%	1,037 $ Por 1000 personas ...
intereses_core_rappi-e4e5e7m5-manzana-sin-azucar_c...	677,071 Alcance	677,071	1,071,280	0.04%	1,034 $ Por 1000 personas ...
intereses_tactica_manzana-sin-azucar-rappi_cpm_fb+ig...	665,664 Alcance	665,664	1,062,057	0.05%	1,052 $ Por 1000 personas ...
intereses_core_e3m3-e5m3m5-e6m3-manzana-sin-azu...	660,788 Alcance	660,788	1,057,707	0.05%	1,059 $ Por 1000 personas ...
dmp_tactica_manzana-sin-azucar-pp_cpm_fb+ig_manz...	391,022 Alcance	391,022	620,751	0.07%	1,102 $ Por 1000 personas ...
lookalike_tactica_manzana-sin-azucar-pp_cpm_fb+ig_m...	426,400 Alcance	426,400	662,591	0.06%	1,011 $ Por 1000 personas ...
intereses_core_rappi-e4e5e7m5-manzana-sin-azucar_c...	253,476 Alcance	253,476	379,652	0.04%	828 $ Por 1000 personas ...
intereses_core_e3m3-e5m3m5-e6m3-manzana-sin-azu...	418,593 Alcance	418,593	653,513	0.06%	1,030 $ Por 1000 personas ...
intereses_tactica_manzana-sin-azucar-rappi_cpm_fb+ig...	251,860 Alcance	251,860	377,405	0.06%	834 $ Por 1000 personas ...
lookalike_tactica_manzana-sin-azucar-rappi_cpm_fb+ig...	248,982 Alcance	248,982	382,592	0.07%	843 $ Por 1000 personas ...
intereses_core_e4e5e7m5-manzana-sin-azucar_cpm_fb...	177,952 Alcance	177,952	190,909	0.06%	709 $ Por 1000 personas ...
intereses_core_e3m3-e5m3m5-e6m3-manzana-sin-azu...	241,055 Alcance	241,055	375,174	0.05%	871 $ Por 1000 personas ...

PERFORMANCE GENERAL

	PRESUPUESTO			TARIFAS			KPI		
	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO
TOTAL CAMPAÑA	$ 13,500,000	$ 8,640,059	64%	$ 665	$ 599	90%	20,346,320	14,142,166	70%
MARZO	$ 5,000,000	$ 4,327,684	87%	$ 665	$ 664	100%	7,518,797	6,515,228	87%
ABRIL	$ 1,500,000	$ 1,312,375	87%	$ 665	$ 570	86%	2,255,639	2,301,609	102%
MAYO	$ 3,000,000	$ 3,000,000	100%	$ 665	$ 563	85%	4,511,278	5,325,329	118%
JUNIO	$ 2,000,000		0%	$ 660		0%	3,030,303		0%
JULIO	$ 2,000,000		0%	$ 660		0%	3,030,303		0%

COMMS COMMS COMMS COMMS COMMS COMMS COMMS
Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

MZN SA

MÉTRICA

Meta

MEDIO

INTERACCIONES

OBJETIVO

109.090

INTERACCIONES

217.808

ALCANCE

0.13%

ER ACIDO

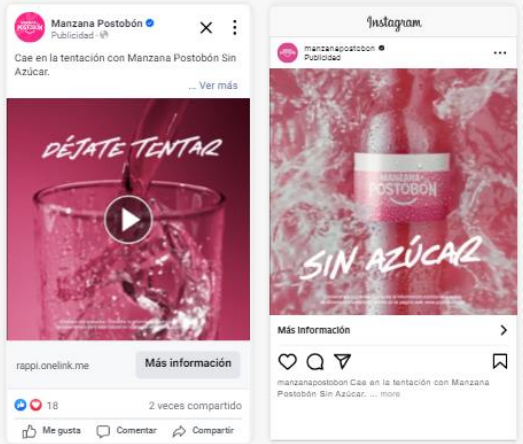
669

INTERACCIONES ACIDAS

2.33

FRECUENCIA

CREATIVO



COMPORTAMIENTO POR AUDIENICAS

2024

Conjunto de anuncios	Resultados	Alcance	Impresiones	Coste por resultado
intereses_tactica_manzana-sin-azucar-rappi_cpi_fb+ig_manzana_manzana-postobon_sin-azucar_-awareness_interacciones_5_20...	22,548 Interacciones con la...	54,970	82,853	8 $ Por interacción
dmp_tactica_manzana-sin-azucar-pp_cpi_fb+ig_manzana_manzana-postobon_sin-azucar_-awareness_interacciones_5_2024_omd...	9,422 Interacciones con la...	26,643	38,623	8 $ Por interacción
intereses_tactica_manzana-sin-azucar-pp_cpi_fb+ig_manzana_manzana-postobon_sin-azucar_-awareness_interacciones_5_2024_...	9,427 Interacciones con la...	26,045	34,968	8 $ Por interacción
dmp_tactica_rappi-manzana-sin-azucar_cpi_fb+ig_manzana_manzana-postobon_sin-azucar_-awareness_interacciones_5_2024_o...	465 Interacciones con la...	198	8,445	327 $ Por interacción
lookalike_tactica_manzana-sin-azucar-rappi_cpi_fb+ig_manzana_manzana-postobon_sin-azucar_-awareness_interacciones_5_202...	22,876 Interacciones con la...	52,554	77,664	8 $ Por interacción
intereses_core_e3m3-e5m3m5-e6m3-manzana-sin-azucar-rappi_cpi_fb+ig_manzana_manzana-postobon_sin-azucar_-awareness_i...	22,280 Interacciones con la...	49,596	90,118	8 $ Por interacción
lookalike_tactica_manzana-sin-azucar-pp_cpi_fb+ig_manzana_manzana-postobon_sin-azucar_-awareness_interacciones_5_2024_...	9,424 Interacciones con la...	25,149	37,154	8 $ Por interacción
intereses_core_e3m3-e5m3m5-e6m3-manzana-sin-azucar-pp_cpi_fb+ig_manzana_manzana-postobon_sin-azucar_-awareness_int...	12,648 Interacciones con la...	29,371	51,940	8 $ Por interacción

PERFORMANCE GENERAL

	PRESUPUESTO			TARIFAS			KPI		
	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO
TOTAL CAMPAÑA	$ 8,500,000	$ 4,481,655	53%	$ 10	$ 10	100%	850,000	460,710	54%
ABRIL	$ 1,500,000	$ 1,500,000	100%	$ 10	$ 9	86%	150,000	174,569	116%
MAYO	$ 3,000,000	$ 2,981,655	99%	$ 10	$ 10	104%	300,000	286,141	95%
JUNIO	$ 2,000,000		0%	$ 10	$ 10	104%	200,000		0%
JULIO	$ 2,000,000		0%	$ 10	$ 10	104%	200,000		0%

Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

MZN SA

MÉTRICA

SANCHO

MEDIO

VISUALIZACIONES

OBJETIVO

3.399.634

IMPRESIONES

218.708

VISUALIZACIONES 100%

0.13%

CTR

6.43%

VTR 100%

0.12%

ER ACIDO

MEJOR CREATIVO



267.481
ALCANCE

823.702
IMPRESIONES

60.295
VISUALIZACIONES 100%

$26
CPV 100

0.11%
CTR

7.02%
VTR 100%

COMPORTAMIENTO POR AUDIENICAS

2024

Nombre	Estado	Optimización de la publica	Coste total	CPM	CPC (destino)	Impresiones	Clics (destino)	CTR (destino)	Alcance	Frecuencia	Visualizaciones de vídeo	Visualizaciones de vídeo al 100 %
intereses_tactica_manzana-sin-azucar-sancho_video-infeed_eva_omd	A..	-	522.889,12 COP	1.828,21 COP	1.409,40 COP	286.011	371	0,13%	132.349	2,16	282.950	20.593
intereses_tactica_manzana-sin-azucar-sancho_video-infeed_comidas_omd	A..	-	24.352,20 COP	1.804,13 COP	1.281,69 COP	13.498	19	0,14%	11.614	1,16	13.312	631
intereses_tactica_manzana-sin-azucar-sancho_video-infeed_producto_omd	A..	-	22.832,50 COP	1.482,92 COP	951,35 COP	15.397	24	0,16%	13.972	1,10	15.172	449

PERFORMANCE GENERAL

	PRESUPUESTO			TARIFAS			KPI		
	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO
TOTAL CAMPAÑA	$ 32,000,000	$ 19,957,640	62%	$ 35	$ 35	100%	828,571	617,596	75%
MARZO	$ 8,000,000	$ 8,012,964	100%	$ 35	$ 44	126%	228,571	183,396	80%
ABRIL	$ 6,000,000	$ 5,999,904	100%	$ 35	$ 28	80%	171,429	215,492	126%
MAYO	$ 6,000,000	$ 5,944,772	99%	$ 28	$ 26	93%	214,286	218,708	102%
JUNIO	$ 6,000,000		0%	$ 28		0%	214,286		0%

COMMS COMMS COMMS COMMS COMMS COMMS COMMS
Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

MZN SA

MÉTRICA

TTCX

MEDIO

VISUALIZACIONES

OBJETIVO

13.037.241

IMPRESIONES

381.736

VISUALIZACIONES 100%

0.17%

CTR

2.93%

VTR 100%

0.19%

ER ACIDO

MEJOR CREATIVO



570.978
ALCANCE

1.155.467
IMPRESIONES

$26
CPV 100%

0.19%
CTR

6.06%
VTR 100%

6 SEG
DURACIÓN

COMPORTAMIENTO POR AUDIENICAS

2024

Nombre	Estado	Optimización de la publica	Coste total	CPM	CPC (destino)	Impresiones	Clics (destino)	CTR (destino)	Alcance	Frecuencia	Visualizaciones de video	Visualizaciones de video al 100 ↓ %
intereses_core_e3m3-e5m3m5-e6m3-manzana-sin-azucar-ttcx_video-infeed_porque_omd	A..	-	444.428,71 COP	1.381,39 COP	569,78 COP	321.725	780	0,24%	228.627	1,41	318.216	18.442
intereses_core_e3m3-e5m3m5-e6m3-manzana-sin-azucar-ttcx_video-infeed_lata_omd	A..	-	1.069.512,31 COP	1.563,53 COP	865,30 COP	684.035	1.236	0,18%	493.204	1,39	672.908	15.672
intereses_core_e3m3-e5m3m5-e6m3-manzana-sin-azucar-ttcx_video-infeed_remix_omd	A..	-	290.613,71 COP	1.640,25 COP	756,81 COP	177.177	384	0,22%	151.478	1,17	175.177	4.926
Total de 3 anuncios	-	-	1.804.554,73 COP	1.525,49 COP	751,90 COP	1.182.937	2.400	0,20%	730.391	1,62	1.166.301	39.040

PERFORMANCE GENERAL

	PRESUPUESTO			TARIFAS			KPI		
	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO	PLANEADO	EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO
TOTAL CAMPAÑA	$ 32,000,000	$ 19,957,640	62%	$ 35	$ 35	100%	828,571	617,596	75%
MARZO	$ 8,000,000	$ 8,012,964	100%	$ 35	$ 44	126%	228,571	183,396	80%
ABRIL	$ 6,000,000	$ 5,999,904	100%	$ 35	$ 28	80%	171,429	215,492	126%
MAYO	$ 6,000,000	$ 5,944,772	99%	$ 28	$ 26	93%	214,286	218,708	102%
JUNIO	$ 6,000,000		0%	$ 28	$ 27	96%	214,286		0%

COMMS COMMS COMMS COMMS COMMS COMMS COMMS
Confidential - Not for Public Consumption or Distribution

SERNA&
SAFFON
CONSULTORES

www.sernaysaffon.com

Informe de gestión de medios

Lanzamiento de la colección Manzana Postobón y Go Rigo Go!, en el marco de Colombiamoda

2023

SERNA & SAFFON CONSULTORES | Postobón

Registro en medios

SERNA& SAFFON CONSULTORES

Postobón

Balance de publicaciones por medios

Por tipo de medio	Número de publicaciones	Valor publicitario
Web	10	$64.359.560
Prensa	1	$10.535.212
Radio	7	$65.004.137
TV	3	$36.454.907
Total*	**20**	**$176.353.816**

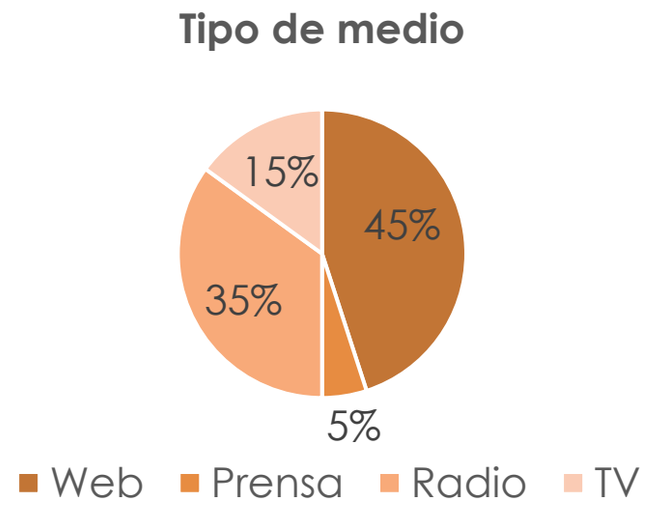
Tipo de contenido	# notas según tipo de contenido	Valor publicitario
Contenidos de oportunidad	20	$176.353.816
Total*	**20**	**$176.353.816**

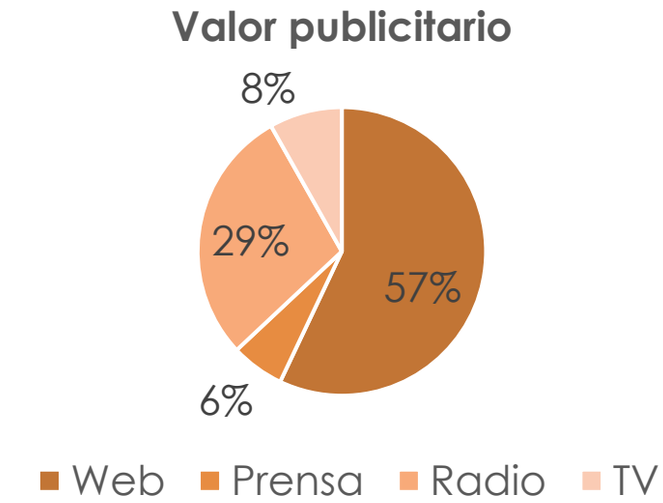
Categorización tipo de contenidos:

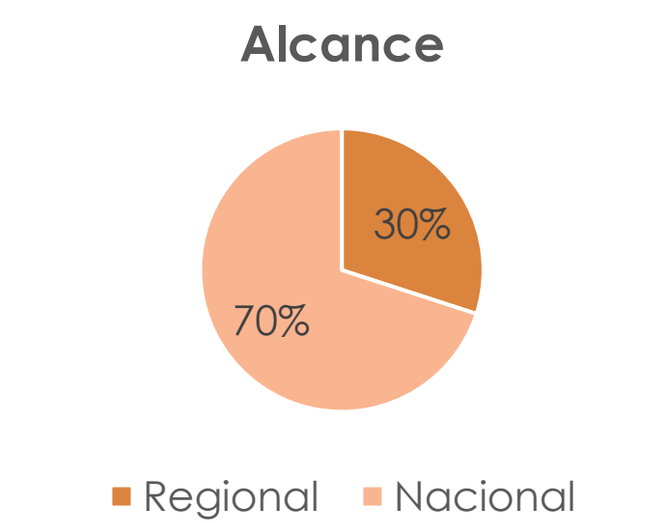
Contenidos de oportunidad:
Notas gestionadas por Serna&Saffon Consultores a través de comunicados de prensa.

*El valor publicitario no representa ni el valor editorial ni el impacto de las publicaciones alcanzadas ya que este es mucho mayor y no puede cuantificarse.

*En el valor total se incluye la nota orgánica de Caracol Radio por tener mención corporativa.







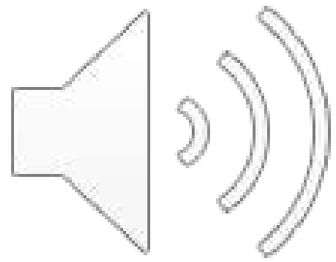
www.sernaysaffon.com

CARACOL RADIO

25/07/2023

CONTENIDO DE OPORTUNIDAD

www.sernaysaffon.com



El medio de comunicación Caracol Radio Medellín menciona la entrevista que realizó a Sebastián Diez, presidente ejecutivo de Inexmoda, quien destacó los eventos que se realizaron en Colombiamoda, incluyendo el lanzamiento de la colección de Manzana Postobón y Go Rigo Go!.

*Se incluye esta nota orgánica por tener mención corporativa.

SERNA & SAFFON CONSULTORES

Postobón

Valor publicitario: $35.972.541

www.sernaysaffon.com

27/07/2023

COLOMBIA

Postobón y la marca Go Rigo Go lanzan una línea de ropa inspirada en "ser ciclista es otra cosa"

Esta colección limitada y exclusiva de ropa deportiva y urbana cuenta con 16 referencias y está disponible en las 13 tiendas de Go Rigo Go!.

26 Jul 2023 - 04:24 pm

RCN Radio

Compartir



Postobón

Manzana Postobón y la firma de moda Go Rigo Go!, creada por el célebre ciclista colombiano **Rigoberto Urán**, se unieron para presentar una colección exclusiva de ropa inspirada en lo mejor del ciclismo aficionado, porque "Ser ciclista es algo único". Con esta colaboración, presentada en **Colombiamoda 2023** con un desfile en la plazoleta del Museo de Arte Moderno de Medellín, ambas marcas destacaron el concepto de que hay miles de colombianos apasionados que se identifican con un estilo de vida que exalta este gran deporte, históricamente patrocinado y apoyado por Manzana Postobón.

"**El ciclismo va más allá de ser solo un deporte o una afición, es un modo de vida, una pasión que corre por las venas, que impulsa a madrugar, a soportar el frío, el agua, el dolor y las lágrimas, pero también trae felicidad, cooperación y trabajo en equipo, es superar límites y llegar cada vez más lejos**... Es salud y libertad. El ciclismo es parte esencial de Manzana Postobón, y nuestro icónico color rosado ha dejado una huella significativa en el deporte. Hoy, junto a Go Rigo Go!, lo exaltamos aún más, porque ser ciclista es algo extraordinario", afirmó Mauricio Pinto, director de la Unidad Estratégica de Negocio Gaseosas de Postobón.

www.sernaysaffon.com

27/07/2023

La colección ofrece prendas limitadas diseñadas tanto para los ciclistas profesionales como para aquellos que muestran su pasión por este deporte en su vida diaria. **Estas prendas están inspiradas en diseños retro que evocan los recuerdos del color rosado** que caracterizó a los ciclistas apoyados por Manzana Postobón, creando un sello distintivo de la marca. La colección consta de dos líneas: una para ciclistas y otra para uso urbano, con 16 referencias que incluyen badanas, accesorios, camisetas de ciclismo y prendas urbanas como busos y gorras.

Además, la colección refleja el concepto "el rosa es otra cosa", una invitación de Manzana Postobón a romper paradigmas y valorar los estilos disruptivos, tal como lo hacen los ciclistas, quienes se enfrentan a horas impensables montando sus bicicletas, superando las subidas más empinadas, los descensos más arriesgados y los climas más extremos, demostrando así su mejor versión, porque solo aquellos que se suben a una bicicleta pueden comprenderlo.

"Ser ciclista es asombroso. No lo digo solo porque soy un ciclista profesional, lo afirmo porque **en Colombia miles de personas hacen de la bicicleta un estilo de vida**, porque son auténticos ciclistas en su esencia. Lo más emocionante es que Manzana Postobón lo entiende perfectamente. Por eso, nos unimos para crear esta colección exclusiva con una marca que significa tanto para el ciclismo, dirigida a aquellos que saben que ser ciclista es algo excepcional", expresó Rigoberto Urán, embajador de la marca Go Rigo Go!.

De interés: **Linda Caicedo recibió reconocimiento del presidente de la FIFA**

Además del lanzamiento de la colección, se presentó una edición especial de la bicicleta Uranium Nuclear 1.0, equipada con tecnología de vanguardia, materiales de alta calidad y sistemas de transmisión y frenado de última generación, ofreciendo un rendimiento excepcional para los ciclistas. Esta bicicleta también estará disponible por tiempo limitado en las tiendas de Go Rigo Go!.

26/07/2023

www.sernaysaffon.com



El medio de comunicación Teleantioquia en su Especial desde Colombiamoda, resaltó la pasarela de Manzana Postobón y Go Rigo Go!, desde su esencia, estilo, color y necesidades que cubre.

26/07/2023

www.sernaysaffon.com



En medio de las noticias culturales del noticiero de Teleantioquia se anunció la nueva colección de ropa de Manzana Postobón y Go Rigo Go!, destacándola como tendencia en ropa casual y deportiva en Colombiamoda.

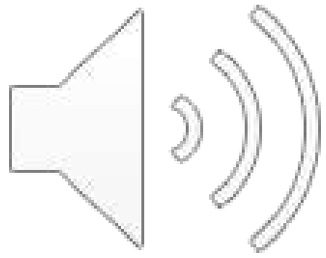
Valor publicitario: $5.186.500

LA FM.

26/07/2023

CONTENIDO DE OPORTUNIDAD

www.sernaysaffon.com



La nota de la emisora resaltó el lanzamiento de la colección de Manzana Postobón y Go Rigo Go!, en el marco de Colombiamoda. Además menciona que ya está disponible en las tiendas físicas, así como en su página web.

SERNA & SAFFON CONSULTORES

Postobón

Valor publicitario: $806.789

Ser ciclista es otra cosa, la propuesta de Manzana Postobón y Go Rigo Go!

Manzana Postobón y la marca de ropa Go Rigo Go!, creada por Rigoberto Urán, una de las grandes glorias del ciclismo colombiano, se unieron para lanzar una colección de ropa exclusiva inspirada en lo mejor del ciclismo aficionado, porque "Ser ciclista es otra cosa".

Con esta colaboración, que se presentó en Colombiamoda 2023, con una pasarela en la plazoleta del Museo de Arte Moderno de Medellín, ambas marcas hicieron del concepto ("Ser ciclista es otra cosa"), la mejor forma de decirle al mundo que hay miles de colombianos apasionados, quienes, más allá de recorrer las carreteras del país en bicicleta, se identifican con un estilo de vida único, que permanentemente exalta a este gran deporte históricamente patrocinado y apoyado por Manzana Postobón.

"El ciclismo es más que un deporte, más que un medio de transporte, más que una afición… El ciclismo es un modo de vida, una pasión que corre por las venas, hace madrugar, aguantar frío, agua, dolor y lágrimas, pero también es felicidad, es cooperación y trabajo en equipo, es superar los límites y llegar más y más lejos… Es salud y libertad. El ciclismo hace parte del ADN de Manzana Postobón y nuestro color rosado ha dejado una huella muy grande en el deporte. Hoy con Go Rigo Go!, lo estamos exaltando, porque ser ciclista es otra cosa", afirmó Mauricio Pinto, director de la Unidad Estratégica de Negocio Gaseosas de Postobón.

Las prendas de la colección son limitadas y están diseñadas para los ciclistas que salen a rodar o para los que en su cotidianidad les muestran a la gente su pasión por este deporte. Se inspiran en patrones de diseño retro que evocan recuerdos del color rosado que portaron los ciclistas apoyados por Manzana Postobón creando una insignia de la marca. La colección la componen dos líneas, ciclista y urbana, con 16 referencias entre badanas, accesorios y camisetas de ciclismo y urbanas, busos y gorras.

Así mismo, la colección es fiel al concepto "el rosa es otra cosa", una invitación de Manzana Postobón a romper paradigmas y darle valor a los estilos disruptivos, como lo hacen los ciclistas, quienes montan por horas impensables sus bicicletas, afrontando las subidas más empinadas, los descensos más arriesgados y los climas más extremos, demostrando su mejor versión, porque solo quien se monta en una bicicleta es capaz de entenderlo.

"Ser ciclista es una chimba. No lo digo yo por ser ciclista profesional, lo digo porque en Colombia miles de personas hacen de la bicicleta un estilo de vida, porque son pura personalidad de ciclista. Lo más chimba de esto es que Manzana Postobón lo tiene claro. Por eso nos montamos en la película de hacer con esta marca, que tanto significa para el ciclismo, una colección de ropa exclusiva para los que saben que ser ciclista es otra cosa ", expresó Rigoberto Urán, embajador de la marca Go Rigo Go!

El lanzamiento de la colección contó además, con una edición especial de la bicicleta Uranium Nuclear 1.0, con tecnología de punta, materiales de alta gama y sistemas de transmisión y frenado de última generación, ofreciendo un rendimiento excepcional para los ciclistas. La bicicleta también se consigue por tiempo limitado en las tiendas de Go Rigo Go!

CANAL RCN
nuestratele

27/07/2023

www.sernaysaffon.com



Desde la transmisión desde Medellín se destacó la pasarela de Manzana Postobón y Go Rigo Go!, haciendo énfasis en las prendas que la componen y la disponibilidad de la colección tanto en las tiendas físicas como en página web.



COMERCIO

Manzana Postobón y Go Rigo Go!, entre alianzas que deja Colombiamoda este año

jueves, 27 de julio de 2023

GUARDAR

Manzana Postobón y Go Rigo Go! lanzan colección de ropa

Colombiamoda ha recibido a cerca de 13.200 asistentes y 5.670 compradores, que buscan un alto cierre de negocios en exportación

STEPHANIA ALDANA CABAS

Manzana Postobón y la marca de ropa Go Rigo Go! anunciaron una alianza para lanzar una colección de ropa exclusiva inspirada en lo mejor del ciclismo aficionado, bajo el lema "Ser ciclista es otra cosa".

La colección, que tiene 16 referencias entre camisetas de ciclismo, badanas, accesorios, camisetas street wear, busos y gorras estilo urbano, son de edición limitada y **ya están a la venta en las 13 tiendas de Go Rigo Go!** del país y en la página web de la marca.

LR MÁS

Agregue a sus temas de interés

- Colombiamoda
- Manzana Postobón
- Go Rigo Go

Administre sus temas



ARTÍCULO RELACIONADO



27/07/2023

LR MÁS

Agregue a sus temas de interés

- Colombiamoda +
- Manzana Postobón +
- Go Rigo Go +

Administre sus temas

El anuncio también estuvo acompañado de la nueva apuesta en el mercado de la **bicicleta uranium nuclear 1.0, la cual se caracteriza por el color rosado** de la gaseosa.

"**El ciclismo hace parte del ADN de Manzana Postobón** y nuestro color rosado ha dejado una huella muy grande en el deporte. Hoy con Go Rigo Go! lo estamos exhaltando", dijo Mauricio Pinto, director de la unidad estratégica de negocio de gaseosas Postobón. Otras empresas como Studio F y Ela se unieron con Disney para presentar una línea de ropa inspirada en Minnie Mouse.

La feria de negocios del sector textil, que cumple 34 años, en lo corrido de la semana **ha recibido la visita de cerca 13.200 asistentes y 5.670 compradores nacionales e internacionales** de países como Ecuador, Estados Unidos, Costa Rica y México, según datos de Inexmoda.

dejará a Medellín US$10 millones de dólares este año

ARTÍCULO RELACIONADO



Offcorss y Go Rigo Go!, anuncian alianza en Colombiamoda para fomentar el deporte

SERNA & SAFFON CONSULTORES | Postobón

Parte II
Enlace nota
Valor publicitario: $17.898.762

LR LA REPÚBLICA

27/07/2023

CONTENIDO DE OPORTUNIDAD

www.sernaysaffon.com

COMERCIO. LA FERIA HA RECIBIDO A CERCA 13.200 ASISTENTES Y 5.670 COMPRADORES

Postobón y Rigo, entre alianzas que deja Colombiamoda



La colección tiene 16 referencias y ya se encuentra disponible.
Postobón



STEPHANIA ALDANA
Enviada especial

MEDELLÍN

Manzana Postobón y la marca de ropa *Go Rigo Go!* anunciaron una alianza para lanzar una colección de ropa exclusiva inspirada en lo mejor del ciclismo aficionado, bajo el lema "Ser ciclista es otra cosa".

La colección, que tiene 16 referencias entre camisetas de ciclismo, badanas, accesorios, camisetas street wear, busos y gorras estilo urbano, son de edición limitada y ya están a la venta en las 13 tiendas de *Go Rigo Go!* del país y en la página web de la marca.

El anuncio también estuvo acompañado de la nueva apuesta en el mercado de la bicicleta uranium nuclear 1.0, la cual se caracteriza por el color rosado de la gaseosa.

"El ciclismo hace parte del ADN de *Manzana Postobón* y nuestro color rosado ha dejado una huella muy grande en el deporte. Hoy con *Go Rigo Go!* lo estamos exhaltando", dijo **Mauricio Pinto**, director de la unidad estratégica de negocio de gaseosas *Postobón*. Otras empresas como *Studio F* y *Ela* se unieron con *Disney* para presentar una línea de ropa inspirada en Minnie Mouse.

La feria de negocios del sector textil, que cumple 34 años, en lo corrido de la semana ha recibido la visita de cerca 13.200 asistentes y 5.670 compradores nacionales e internacionales de países como Ecuador, Estados Unidos, Costa Rica y México, según datos de *fnexmoda*.

*INVITADA POR INEXMODA

SERNA& SAFFON CONSULTORES | Postobón

Valor publicitario: $10.535.212

27/07/2023

www.sernaysaffon.com



En medio de las noticias deportivas, se mencionó el lanzamiento de la colección de Manzana Postobón y Go Rigo Go!. Además destacaron la declaración de Rigoberto Urán, y las prendas que componen este lanzamiento.

COLMUNDO
LA RADIO QUE TE ACERCA

27/07/2023

CONTENIDO DE OPORTUNIDAD

www.sernaysaffon.com



La nota de la emisora Colmundo Radio Medellín, resaltó la declaración de Mauricio Pinto, director de la unidad estratégica de gaseosas de Postobón. Asimismo, destacaron las palabras de Rigoberto Urán frente al lanzamiento de la colección.

COLMUNDO
LA RADIO QUE TE ACERCA

27/07/2023

CONTENIDO DE OPORTUNIDAD

www.sernaysaffon.com



Colmundo Radio Medellín resaltó que, en el marco de Colombiamoda, Manzana Postobón y Go Rigo Go! presentaron su nueva colección de ropa limitada.

SERNA & SAFFON CONSULTORES

Postobón

Valor publicitario: $ 68.300

27/07/2023

Ser ciclista es otra cosa, la propuesta de Manzana Postobón y Go Rigo Go!

JULIO 27, 2023 0 7 5 Min Read



- En el marco de Colombiamoda 2023, Manzana Postobón y Go Rigo Go! se unieron para lanzar una colección de ropa que le dice el mundo: "Ser ciclista es otra cosa".
- Esta colección limitada y exclusiva de ropa deportiva y urbana cuenta con 16 referencias entre camisetas de ciclismo, badanas, accesorios, camisetas street wear, busos y gorras estilo urbano.
- La nueva línea de Manzana Postobón y Go Rigo Go! ya se encuentra en las 13 tiendas de Go Rigo Go! del país, así como en la página web www.gorigogo.com
- La colección de ropa está acompañada de una edición especial y única de la bicicleta Uranium Nuclear 1.0, la cual lleva el color rosado característico de Manzana.

Medellín, 26 de julio de 2023. Manzana Postobón y la marca de ropa Go Rigo Go!, creada por Rigoberto Urán, una de las grandes glorias del ciclismo colombiano, se unieron para lanzar una colección de ropa exclusiva inspirada en lo mejor del ciclismo aficionado, porque "Ser ciclista es otra cosa".

Con esta colaboración, que se presentó en Colombiamoda 2023, con una pasarela en la plazoleta del Museo de Arte Moderno de Medellín, ambas marcas hicieron del concepto ("Ser ciclista es otra cosa"), la mejor forma de decirle al mundo que hay miles de colombianos apasionados, quienes, más allá de recorrer las carreteras del país en bicicleta, se identifican con un estilo de vida único, que permanentemente exalta a este gran deporte históricamente patrocinado y apoyado por Manzana Postobón.

www.sernaysaffon.com

27/07/2023

«El ciclismo es más que un deporte, más que un medio de transporte, más que una afición… El ciclismo es un modo de vida, una pasión que corre por las venas, hace madrugar, aguantar frío, agua, dolor y lágrimas, pero también es felicidad, es cooperación y trabajo en equipo, es superar los límites y llegar más y más lejos… Es salud y libertad. El ciclismo hace parte del ADN de Manzana Postobón y nuestro color rosado ha dejado una huella muy grande en el deporte. Hoy con Go Rigo Go!, lo estamos exaltando, porque ser ciclista es otra cosa», afirmó Mauricio Pinto, director de la Unidad Estratégica de Negocio Gaseosas de Postobón.

Las prendas de la colección son limitadas y están diseñadas para los ciclistas que salen a rodar o para los que en su cotidianidad les muestran a la gente su pasión por este deporte. Se inspiran en patrones de diseño retro que evocan recuerdos del color rosado que portaron los ciclistas apoyados por Manzana Postobón creando una insignia de la marca. La colección la componen dos líneas, ciclista y urbana, con 16 referencias entre badanas, accesorios y camisetas de ciclismo y urbanas, busos y gorras.

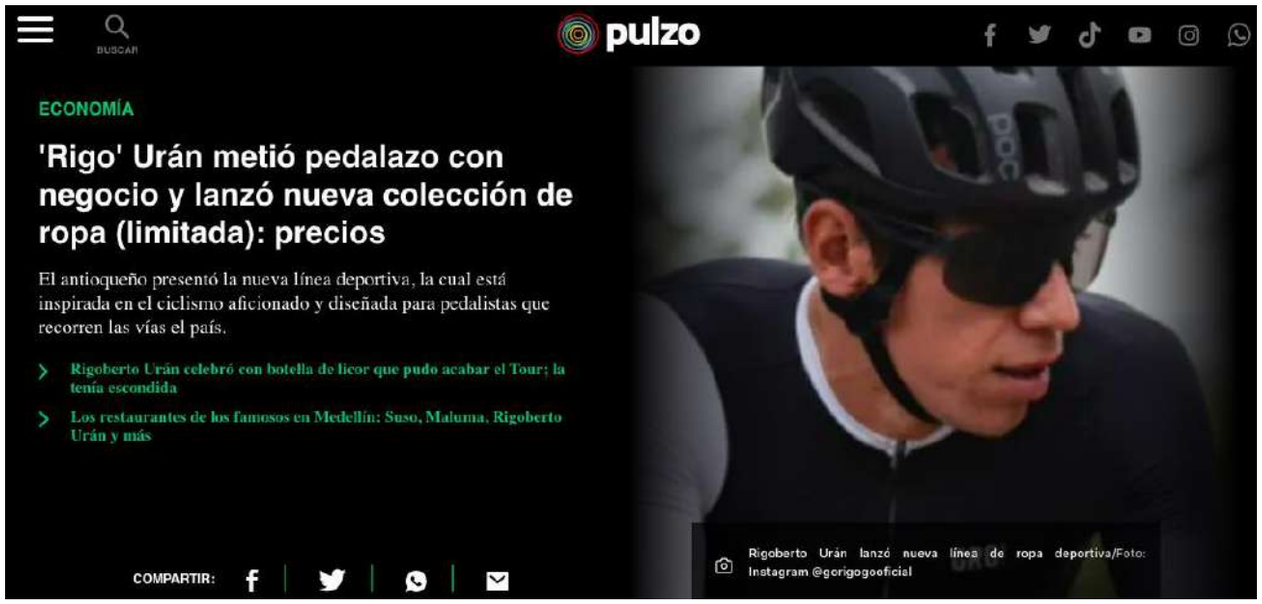
Asimismo, la colección es fiel al concepto "el rosa es otra cosa", una invitación de Manzana Postobón a romper paradigmas y darle valor a los estilos disruptivos, como lo hacen los ciclistas, quienes montan por horas impensables sus bicicletas, afrontando las subidas más empinadas, los descensos más arriesgados y los climas más extremos, demostrando su mejor versión, porque solo quien se monta en una bicicleta es capaz de entenderlo.

"Ser ciclista es una chimba. No lo digo yo por ser ciclista profesional, lo digo porque en Colombia miles de personas hacen de la bicicleta un estilo de vida, porque son pura personalidad de ciclista. Lo más chimba de esto es que Manzana Postobón lo tiene claro. Por eso nos montamos en la película de hacer con esta marca, que tanto significa para el ciclismo, una colección de ropa exclusiva para los que saben que ser ciclista es otra cosa «, expresó Rigoberto Urán, embajador de la marca Go Rigo Go!

El lanzamiento de la colección contó además, con una edición especial de la bicicleta **Uranium Nuclear 1.0,** con tecnología de punta, materiales de alta gama y sistemas de transmisión y frenado de última generación, ofreciendo un rendimiento excepcional para los ciclistas. La bicicleta también se consigue por tiempo limitado en las tiendas de Go Rigo Go!

Sobre Manzana Postobón: Manzana Postobón es la gaseosa rosa más icónica de Colombia y la marca que, desde hace cerca de 40 años, ha apoyado al ciclismo en nuestro país. Hoy, Manzana Postobón, ratifica su compromiso con los ciclistas colombianos y, bajo su plataforma de comunicación ***El rosa es otra cosa,*** lanza una nueva colección para los ciclistas que quieren romper paradigmas, los que traducen lo imposible en nuevos retos, lo que demuestran todos los días que ser ciclista es otra cosa.

Sobre Go Rigo Go! Lo que empezó en 2014 como una marca de camisetas estampadas, hoy es un ecosistema que gira al rededor de la bicicleta y el ciclista, con presencia directa en mas de 8 ciudades del país, e-commerce y una red de más de 250 distribuidores; y que hoy exporta productos colombianos a todo el mundo. El principal objetivo de Go Rigo Go! es que las personas se atrevan a montarse a una bicicleta, y que cada vez que lo hagan se sientan más cómodos, seguros y felices de hacerlo, gracias un portafolio de productos y servicios pensados y diseñados para el ciclista y su entorno. Hoy, Go Rigo Go! lo componen la marca de ropa y accesorios de ciclismo, eventos para ciclistas, marca de bicicletas, restaurantes y talleres de bicis; empleando a más de 250 personas con un promedio de edad inferior a los 30 años, apostándole al talento joven del país; personas que vibran al igual que el mismo Rigo, por construir un mejor país una pedalada a la vez. Para más información visita gorigogo.com y @gorigogooficial en Instagram.



Rigoberto Urán, ciclista del EF Education-EasyPost, aprovecha su tiempo de descanso para impulsar sus negocios, **luego de la participación en el Tour de Francia de 2023.**

Y es que **el ciclista antioqueño lanzó una nueva colección de ropa de su marca Go Rigo Go**, la cual está inspirada en "lo mejor del ciclismo aficionado".

De hecho, esta nueva línea deportiva está diseñada para los pedalistas aficionados que a diario salen a montar bicicleta en las principales carreteras del país, **por lo que es una gama de prendas limitadas.**

"Ser ciclista es una chimba. No lo digo yo por ser ciclista profesional, lo digo porque en Colombia miles de personas hacen de la bicicleta un estilo de vida, porque son pura personalidad de ciclista", dijo el corredor antioqueño, después de lazar la colección en el desfile de Colombiamoda 2023.

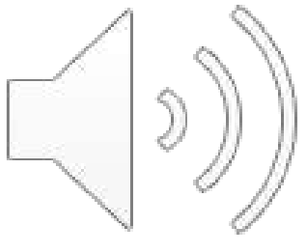
Cuánto cuestan las prendas de Go Rigo Go y por qué son de color rosado

Lo novedoso de esta colección es que **todas las prendas son de color rosado, ya que hacen parte de una alianza con Manzana Postobón**, que busca homenajear al ciclismo colombiano.

En la tienda virtual se pueden ver **gorras, medias, camisetas, licras, buzos y pantalonetas con precios desde 40.000 pesos hasta 390.000 pesos.**

www.sernaysaffon.com

28/07/2023



En medio del programa En la Jugada, los periodistas mencionaron la pasarela de la nueva colección de Manzana Postobón y Go Rigo Go!. También elogiaron las nuevas prendas de esta alianza y resaltaron el lanzamiento de la bicicleta Uranium.

HSB NOTICIAS
28/07/2023

www.sernaysaffon.com

DEPORTES

«Ser ciclista es otra cosa»: ¡La propuesta de manzana postobón y go rigo go!

La colección de ropa, diseñada para el ciclista, está acompañada de una edición especial y única de la bicicleta Uranium Nuclear 1.0.

JULIO 28, 2023 | 6:08 PM



Manzana Postobón y la marca de ropa Go Rigo Go!, creada por Rigoberto Urán, una de las grandes glorias del ciclismo colombiano, **se unieron para lanzar una colección de ropa exclusiva inspirada en lo mejor del ciclismo aficionado**, porque "Ser ciclista es otra cosa".

Con esta colaboración, que se presentó en Colombiamoda 2023, con una pasarela en la plazoleta del Museo de Arte Moderno de Medellín, ambas marcas hicieron del concepto ("Ser ciclista es otra cosa").

Ciclismo: Un estilo de vida único

La mejor forma de decirle al mundo que hay miles de colombianos apasionados, quienes, más allá de **recorrer las carreteras del país en bicicleta**, se identifican con un estilo de vida único, que permanentemente exalta a este gran deporte históricamente patrocinado y apoyado por Manzana Postobón.

«El ciclismo es más que un deporte, más que un medio de transporte, más que una afición... El ciclismo es un modo de vida, una pasión que corre por las venas, hace madrugar, aguantar frío, agua, dolor y lágrimas, pero también es felicidad, es cooperación y trabajo en equipo, es superar los límites y llegar más y más lejos... Es salud y libertad. ***El ciclismo hace parte del ADN*** *de Manzana Postobón y nuestro color rosado ha dejado una huella muy grande en el deporte. Hoy con Go Rigo Go!, lo estamos exaltando, porque ser ciclista es otra cosa»,* afirmó Mauricio Pinto, director de la Unidad Estratégica de Negocio Gaseosas de Postobón.

Prendas únicas y esclusivas para el ciclista

Las prendas de la colección son limitadas y están **diseñadas para los ciclistas que salen a rodar o para los que en su cotidianidad** les muestran a la gente su pasión por este deporte. Se inspiran en patrones de diseño retro que evocan recuerdos del color rosado que portaron los ciclistas apoyados por Manzana Postobón creando una insignia de la marca. La colección la componen dos líneas, ciclista y urbana, con 16 referencias entre badanas, accesorios y camisetas de ciclismo y urbanas, busos y gorras.

Asimismo, la colección es fiel al concepto "el rosa es otra cosa", una **invitación de Manzana Postobón a romper paradigmas** y darle valor a los estilos disruptivos, como lo hacen los ciclistas, quienes montan por horas impensables sus bicicletas, afrontando las subidas más empinadas, los descensos más arriesgados y los climas más extremos, demostrando su mejor versión, porque solo quien se monta en una bicicleta es capaz de entenderlo.

*"**Ser ciclista es una chimba**. No lo digo yo por ser ciclista profesional, lo digo porque en Colombia miles de personas hacen de la bicicleta un estilo de vida, porque son pura personalidad de ciclista. Lo más chimba de esto es que Manzana Postobón lo tiene claro. Por eso nos montamos en la película de hacer con esta marca, que tanto significa para el ciclismo, una colección de ropa exclusiva para los que saben que ser ciclista es otra cosa «,* expresó Rigoberto Urán, embajador de la marca Go Rigo Go!

El lanzamiento de la colección contó además, con una edición especial de la bicicleta **Uranium Nuclear 1.0,** con tecnología de punta, materiales de alta gama y sistemas de transmisión y frenado de última generación, ofreciendo un rendimiento excepcional para los ciclistas. La bicicleta también se consigue por tiempo limitado en las tiendas de Go Rigo Go!

El País
28/07/2023

CONTENIDO DE OPORTUNIDAD

www.sernaysaffon.com

ECONOMIA

‘Rigo’ Urán lanzó nueva colección de ropa en Colombia; esto es lo que vale una prenda de su marca

El ciclista aseguró que su nueva colección está inspirada en los pedalistas aficionados

28 de julio de 2023 Por: Redacción El País



Lanzamiento de la nueva colección deportiva de Rigoberto Urán | Foto: Foto @gorigogaoficial

El ciclista colombiano sigue con su preparación en territorio español para sus próximas competencias, luego de participación en el Tour de Francia, donde su rendimiento no fue el que él esperaba. El próximo reto para el ciclista antioqueño será la Clásica de San Sebastián.

Mientras el colombiano sigue preparándose, aprovechó para impulsar uno de sus negocios, el pedalista, que no tuvo una buena participación en el Tour de Francia, lanzó una nueva colección de ropa de su reconocida marca Go Rigo Go.

“Ser ciclista es una chimba. No lo digo yo por ser ciclista profesional, lo digo porque en Colombia miles de personas hacen de la bicicleta un estilo de vida, porque son pura personalidad de ciclista”, manifestó Rigo tras realizar el lanzamiento de su nueva colección de ropa deportiva.

Cómo se puede observar en las imágenes del desfile del lanzamiento de la ropa, todas las prendas son de color rosado, esto se debe a que esta nueva colección de ropa se hizo en alianza con Manzana Postobón.

SERNA& SAFFON CONSULTORES | Postobón

Enlace nota
Valor publicitario: $3.816.240

EL DIARIO DE TODOS
EXTRA
28/07/2023

www.sernaysaffon.com

«Ser ciclista es otra cosa»: ¡La propuesta de manzana postobón y go rigo go!

julio 28, 2023 6:08 pm

La colección de ropa, diseñada para el ciclista, está acompañada de una edición especial y única de la bicicleta Uranium Nuclear 1.0.



Compartir en

Manzana Postobón y la marca de ropa Go Rigo Go!, creada por Rigoberto Urán, una de las grandes glorias del ciclismo colombiano, **se unieron para lanzar una colección de ropa exclusiva inspirada en lo mejor del ciclismo aficionado**, porque "Ser ciclista es otra cosa".

Con esta colaboración, que se presentó en Colombiamoda 2023, con una pasarela en la plazoleta del Museo de Arte Moderno de Medellín, ambas marcas hicieron del concepto ("Ser ciclista es otra cosa").

SERNA & SAFFON CONSULTORES | Postobón

Parte I
Enlace nota
Valor publicitario: $3.500.354

EL DIARIO DE TODOS
EXTRA
28/07/2023

www.sernaysaffon.com

Ciclismo: Un estilo de vida único

La mejor forma de decirle al mundo que hay miles de colombianos apasionados, quienes, más allá de **recorrer las carreteras del país en bicicleta**, se identifican con un estilo de vida único, que permanentemente exalta a este gran deporte históricamente patrocinado y apoyado por Manzana Postobón.

«El ciclismo es más que un deporte, más que un medio de transporte, más que una afición… El ciclismo es un modo de vida, una pasión que corre por las venas, hace madrugar, aguantar frío, agua, dolor y lágrimas, pero también es felicidad, es cooperación y trabajo en equipo, es superar los límites y llegar más y más lejos… Es salud y libertad. ***El ciclismo hace parte del ADN*** *de Manzana Postobón y nuestro color rosado ha dejado una huella muy grande en el deporte. Hoy con Go Rigo Go!, lo estamos exaltando, porque ser ciclista es otra cosa»*, afirmó Mauricio Pinto, director de la Unidad Estratégica de Negocio Gaseosas de Postobón.

Prendas únicas y esclusivas para el ciclista

Las prendas de la colección son limitadas y están **diseñadas para los ciclistas que salen a rodar o para los que en su cotidianidad** les muestran a la gente su pasión por este deporte. Se inspiran en patrones de diseño retro que evocan recuerdos del color rosado que portaron los ciclistas apoyados por Manzana Postobón creando una insignia de la marca. La colección la componen dos líneas, ciclista y urbana, con 16 referencias entre badanas, accesorios y camisetas de ciclismo y urbanas, busos y gorras.

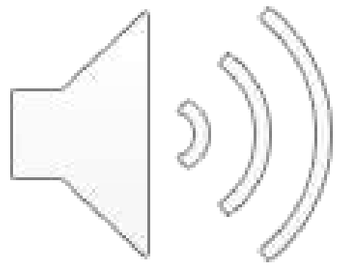
Asimismo, la colección es fiel al concepto "el rosa es otra cosa", una **invitación de Manzana Postobón a romper paradigmas** y darle valor a los estilos disruptivos, como lo hacen los ciclistas, quienes montan por horas impensables sus bicicletas, afrontando las subidas más empinadas, los descensos más arriesgados y los climas más extremos, demostrando su mejor versión, porque solo quien se monta en una bicicleta es capaz de entenderlo.

"***Ser ciclista es una chimba***. *No lo digo yo por ser ciclista profesional, lo digo porque en Colombia miles de personas hacen de la bicicleta un estilo de vida, porque son pura personalidad de ciclista. Lo más chimba de esto es que Manzana Postobón lo tiene claro. Por eso nos montamos en la película de hacer con esta marca, que tanto significa para el ciclismo, una colección de ropa exclusiva para los que saben que ser ciclista es otra cosa «*, expresó Rigoberto Urán, embajador de la marca Go Rigo Go!

El lanzamiento de la colección contó además, con una edición especial de la bicicleta **Uranium Nuclear 1.0,** con tecnología de punta, materiales de alta gama y sistemas de transmisión y frenado de última generación, ofreciendo un rendimiento excepcional para los ciclistas. La bicicleta también se consigue por tiempo limitado en las tiendas de Go Rigo Go!

www.sernaysaffon.com

28/07/2023



La nota de la emisora anunció la alianza de Manzana Postobón y Go Rigo Go! para crear una colección de ropa inspirada en el ciclista aficionado. Además mencionó las prendas y el estilo que tiene este lanzamiento.

El Periódico deportivo
28/07/2023

CONTENIDO DE OPORTUNIDAD

www.sernaysaffon.com

«Ser ciclista es otra cosa»: ¡La propuesta de manzana postobón y go rigo go!

2 días atrás

La colección de ropa, diseñada para el ciclista, está acompañada de una edición especial y única de la bicicleta Uranium Nuclear 1.0.



Manzana Postobón y la marca de ropa Go Rigo Go!, creada por Rigoberto Urán, una de las grandes glorias del ciclismo colombiano, **se unieron para lanzar una colección de ropa exclusiva inspirada en lo mejor del ciclismo aficionado**, porque "Ser ciclista es otra cosa".

Con esta colaboración, que se presentó en Colombiamoda 2023, con una pasarela en la plazoleta del Museo de Arte Moderno de Medellín, ambas marcas hicieron del concepto ("Ser ciclista es otra cosa").

Ciclismo: Un estilo de vida único

La mejor forma de decirle al mundo que hay miles de colombianos apasionados, quienes, más allá de **recorrer las carreteras del país en bicicleta**, se identifican con un estilo de vida único, que permanentemente exalta a este gran deporte históricamente patrocinado y apoyado por Manzana Postobón.

SERNA & SAFFON CONSULTORES | Postobón

Parte I
Enlace nota
Valor publicitario: $981.807

El Periódico deportivo
28/07/2023

www.sernaysaffon.com

«El ciclismo es más que un deporte, más que un medio de transporte, más que una afición… El ciclismo es un modo de vida, una pasión que corre por las venas, hace madrugar, aguantar frío, agua, dolor y lágrimas, pero también es felicidad, es cooperación y trabajo en equipo, es superar los límites y llegar más y más lejos… Es salud y libertad. ***El ciclismo hace parte del ADN*** *de Manzana Postobón y nuestro color rosado ha dejado una huella muy grande en el deporte. Hoy con Go Rigo Go!, lo estamos exaltando, porque ser ciclista es otra cosa»,* afirmó Mauricio Pinto, director de la Unidad Estratégica de Negocio Gaseosas de Postobón.

Prendas únicas y esclusivas para el ciclista

Las prendas de la colección son limitadas y están **diseñadas para los ciclistas que salen a rodar o para los que en su cotidianidad** les muestran a la gente su pasión por este deporte. Se inspiran en patrones de diseño retro que evocan recuerdos del color rosado que portaron los ciclistas apoyados por Manzana Postobón creando una insignia de la marca. La colección la componen dos líneas, ciclista y urbana, con 16 referencias entre badanas, accesorios y camisetas de ciclismo y urbanas, busos y gorras.

Asimismo, la colección es fiel al concepto "el rosa es otra cosa", una **invitación de Manzana Postobón a romper paradigmas** y darle valor a los estilos disruptivos, como lo hacen los ciclistas, quienes montan por horas impensables sus bicicletas, afrontando las subidas más empinadas, los descensos más arriesgados y los climas más extremos, demostrando su mejor versión, porque solo quien se monta en una bicicleta es capaz de entenderlo.

*"****Ser ciclista es una chimba****. No lo digo yo por ser ciclista profesional, lo digo porque en Colombia miles de personas hacen de la bicicleta un estilo de vida, porque son pura personalidad de ciclista. Lo más chimba de esto es que Manzana Postobón lo tiene claro. Por eso nos montamos en la película de hacer con esta marca, que tanto significa para el ciclismo, una colección de ropa exclusiva para los que saben que ser ciclista es otra cosa «,* expresó Rigoberto Urán, embajador de la marca Go Rigo Go!

El lanzamiento de la colección contó además, con una edición especial de la bicicleta **Uranium Nuclear 1.0,** con tecnología de punta, materiales de alta gama y sistemas de transmisión y frenado de última generación, ofreciendo un rendimiento excepcional para los ciclistas. La bicicleta también se consigue por tiempo limitado en las tiendas de Go Rigo Go!

SERNA&SAFFON.com

SERNA & SAFFON
CONSULTORES

+10 AÑOS

Reporte de gestión de medios

Inicia El Giro de Rigo – Manzana Postobón

2024

SERNA & SAFFON CONSULTORES | 10 AÑOS | Postobón

Registro en medios

SERNA & SAFFON CONSULTORES | 10 AÑOS | Postobón

Balance de publicaciones por medios

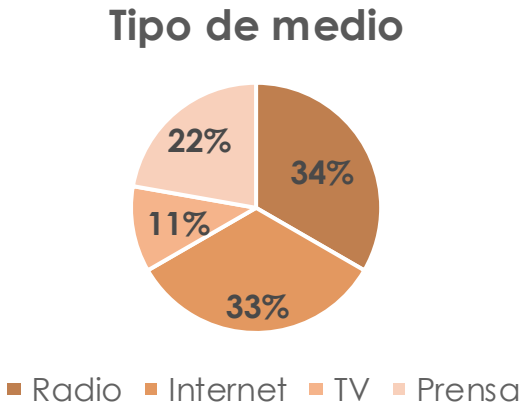
Por tipo de medio	Número de publicaciones	Valor publicitario	Audiencia
Prensa	2	$30.606.754	1.225.684
Radio	3	$53.192.575	303.400
TV	1	$3.000.913	229.700
Internet	3	$18.539.070	397.591
Total*	**9**	**$105.339.312**	**2.156.375**

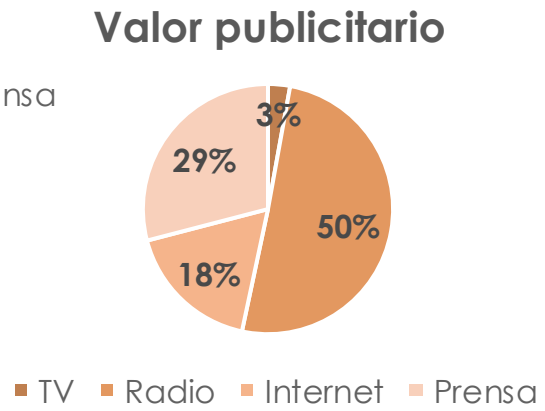
Tipo de contenido	# notas según tipo de contenido	Valor publicitario	Audiencia
Contenidos de oportunidad	9	$105.339.312	2.156.375

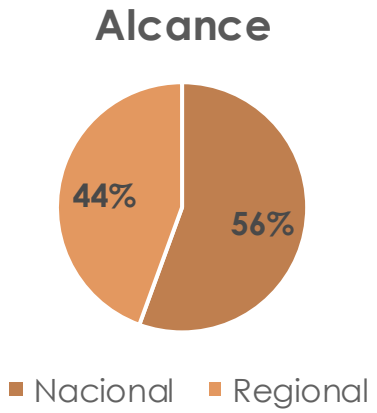
Categorización tipo de contenidos:

Contenidos de oportunidad:
Notas gestionadas por Serna&Saffon Consultores a través de comunicados de prensa.

*El valor publicitario no representa ni el valor editorial ni el impacto de las publicaciones alcanzadas ya que este es mucho mayor y no puede cuantificarse.







20/10/2024



En el programa El Lado B del Deporte, en el marco de El Giro de Rigo edición "La Despedida" se resaltó una entrevista a Luisa Polo, gerente de marca Manzana Postobón, sobre el patrocinio de Manzana Postobón en este evento. Así mismo, se destaca como acción inicial el vagón rosa del Metro de Medellín.

Valor publicitario: $38.495.357
Audiencia: 160.200
Escuchar nota

21/10/2024



La emisora Antena 2 replicó la entrevista a Luisa Polo, gerente de marca Manzana Postobón, sobre el patrocinio de Manzana Postobón en El Giro de Rigo edición "La Despedida".

Valor publicitario: $10.676.080
Audiencia: 58.400
Escuchar nota

LA REPÚBLICA

11/10/2024

CONTENIDO DE OPORTUNIDAD

DEPORTES

En noviembre iniciará el Giro de Rigo en Antioquia



Postobón

El 3 de noviembre iniciará El Giro de Rigo que se realizará en Medellín y algunos municipios de Antioquia. Mientras tanto, *Postobón*, patrocinador de la carrera, hará este viernes el lanzamiento del vagón rosa de Manzana Postobón en donde el ciclista **Rigoberto Urán** estará haciendo su primer recorrido. El Giro de Rigo congregará cerca de 30.000 asistentes, entre ellos más de 10.000 ciclistas profesionales. (AG)

Valor publicitario: $4.409.592
Audiencia: 88.201

SERNA & SAFFON CONSULTORES | 10 AÑOS | Postobón

EL TIEMPO
12/10/2024

El ‘tren de Rigo’ comenzó a rodar en el Metro

Fotonoticia

Uno de los 80 trenes del Metro de Medellín comenzó a rodar por la línea A (Niquía - La Estrella) rindiendo homenaje al ciclista antioqueño Rigoberto Urán quien este año se retira de la élite del deporte. El ‘Toro de Urrao’ acompañará el viaje de miles de personas recordando que la ciudad será la sede del ‘Giro de Rigo’, edición la despedida.



Valor publicitario: $26.197.162
Audiencia: 1.137.483

SERNA & SAFFON CONSULTORES | 10 AÑOS | Postobón

11/10/2024

CONTENIDO DE OPORTUNIDAD



En la franja informativa de RCN Radio Medellín se resaltó que Manzana Postobón vistió de color rosa un vagón del Metro de Medellín como antesala de El Giro de Rigo edición "La Despedida". Así mismo, se destaca que este evento iniciará el próximo 3 de noviembre.

Valor publicitario: $4.021.138
Audiencia: 84.800
Escuchar nota

11/10/2024



Campaña de El Giro de Rigo edición “La Despedida” en el Metro de Medellín.

Valor publicitario: $3.000.913
Audiencia: 229.700
Ver nota

LA REPÚBLICA

11/10/2024

CONTENIDO DE OPORTUNIDAD



DEPORTES

Hoy es el lanzamiento del vagón rosa Manzana Postobón, antesala del Giro de Rigo

viernes, 11 de octubre de 2024

GUARDAR

> Unas de las acciones dentro de esta iniciativa será hoy en el Metro, en donde uno de sus vagones se vestirá de color rosa y realizarán distintas actividades

CARLOS ARTURO DUQUE PULIDO

termota
www.termotasajero.com.c

El 3 de noviembre iniciará El Giro de Rigo que se realizará en Medellín y algunos municipios de Antioquia. Mientras tanto, Postobón, patrocinador de la carrera, **hará este viernes el lanzamiento del vagón rosa de Manzana Postobón en donde el ciclista Rigoberto Urán estará haciendo su primer recorrido. También, distintas vallas y paraderos de buses estarán de rosa apoyando esta gran carrera.**

El Giro de Rigo congregará **cerca de 30.000 asistentes, entre ellos más de 10.000 ciclistas profesionales.**

"El Giro de Rigo es un gran acontecimiento para Medellín, Antioquia y el país porque además de las satisfacciones y alegrías que nos da el deporte, tiene un gran significado de integración, bienestar y en especial optimismo. E**ste es el mensaje que queremos dar al vestir de rosa nuestra ciudad, siendo el Metro, la primera etapa de esta iniciativa", manifestó Lina María Ocampo Jaramillo, vicepresidente de Generación de la Demanda de Postobón.**

En el recorrido que hará el vagón rosa vestido por Manzana Postobón, **el ciclista de Urrao estará haciendo fotografías y otras acciones en la sede administrativa del Metro y la estación Bello. En adelante**, los usuarios del Metro estarán escuchando distintos mensajes de Rigo en este vagón, además de ver distintas piezas publicitarias alusivas al Giro de Rigo.

Valor publicitario: $17.898.762
Audiencia: 377.610
Ver nota

NOTICIAS

Manzana Postobón tiñe de rosa la ciudad para el Giro de Rigo

El Giro de Rigo 2024 promete ser un evento masivo, con la participación de más de 10 mil ciclistas profesionales y alrededor de 30 mil asistentes.



Como preludio al esperado Giro de Rigo, **que se celebrará el próximo 3 de noviembre**, Manzana Postobón da inicio a la fiesta deportiva con un vagón rosa en el Metro de Medellín. El ciclista Rigoberto Urán será el encargado de inaugurar esta acción, recorriendo la ciudad y compartiendo con los usuarios del sistema de transporte.

Rigoberto Urán no solo participará en el recorrido del vagón rosa, sino que además estará presente en la estación Bello y en la sede administrativa del Metro, realizando actividades y compartiendo con los fanáticos. Los pasajeros podrán escuchar mensajes del ciclista antioqueño durante su trayecto.

El lanzamiento del vagón rosa es parte de una serie de actividades que visten a Medellín de rosa, incluyendo vallas y paraderos, como símbolo de integración y optimismo. Según Lina María Ocampo Jaramillo, vicepresidenta de Generación de la Demanda de Postobón, el objetivo es que el Giro de Rigo inspire a la ciudad a través del deporte.

Valor publicitario: $320.154
Audiencia: 13.030
Ver nota

areacucuta.com

10/10/2024

Manzana Postobón Viste De Rosa La Ciudad Para Dar Inicio Al Giro De Rigo, Incluyendo El Metro De Medellín



Manzana Postobón, viste de rosa la ciudad como antesala al Giro de Rigo, carrera que se realizará el próximo 3 de noviembre en Medellín y algunos municipios de Antioquia. Unas de las acciones dentro de esta iniciativa será este viernes 11 de octubre en el Metro, en donde uno de sus vagones será color rosa y Rigoberto Urán estará realizando distintas actividades con motivo de esta campaña. También, distintas vallas y paraderos de buses estarán de rosa apoyando esta gran carrera.

"El Giro de Rigo es un gran acontecimiento para Medellín, Antioquia y el país porque además de las satisfacciones y alegrías que nos da el deporte, tiene un gran significado de integración, bienestar y en especial optimismo. Este es el mensaje que queremos dar al vestir de rosa nuestra ciudad, siendo el Metro, la primera etapa de esta iniciativa", manifestó Lina María Ocampo Jaramillo, vicepresidente de Generación de la Demanda de Postobón.

En el recorrido que hará el vagón rosa vestido por Manzana Postobón, el ciclista de Urrao estará haciendo fotografías y otras acciones en la sede administrativa del Metro y la estación Bello. En adelante los usuarios del Metro estarán escuchando distintos mensajes de Rigo en este vagón, además de ver distintas piezas publicitarias alusivas al Giro de Rigo.

Cabe recordar que en su versión de 2024, el Giro de Rigo congregará cerca de 30.000 asistentes, entre ellos más de 10 mil ciclistas profesionales, constituyendo una participación récord que incluirá la presencia de deportistas nacionales e internacionales de primer nivel, entre los que destacarán ganadores de grandes vueltas y las figuras del pelotón nacional.

La participación de Manzana Postobón como patrocinador le da continuidad al apoyo que esta marca le ha brindado al ciclismo Colombia, siendo Postobón una de las empresas colombianas más comprometidas con la actividad deportiva. Basta con recordar el equipo de ciclismo Manzana Postobón, que le dieron tantas glorias a Colombia.

De igual manera el Giro de Rigo se suma a otras actividades que realiza Manzana Postobón dentro de su plataforma de ciclismo denominada "Ser ciclista es otra cosa", que busca motivar a niños, jóvenes y miles de colombianos para mostrar también un estilo de vida que refleja toda la disciplina y tenacidad alrededor de la cultura del pedal.

Valor publicitario: $320.154
Audiencia: 6.951
Ver nota



SERNA&SAFFON.com

SERNA&
SAFFON
CONSULTORES

www.sernaysaffon.com

Informe de gestión de medios

Reto Urrao Manzana Postobón y Go Rigo Go!

2023

SERNA & SAFFON CONSULTORES | Postobón

Registro en medios

SERNA& SAFFON CONSULTORES

Postobón

Balance de publicaciones por medios

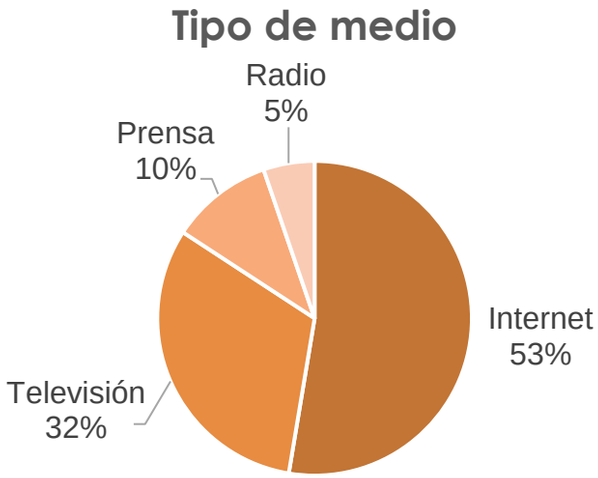
Por tipo de medio	Número de publicaciones	Valor publicitario	Audiencia
Internet	10	176.652.626	4.171.748
Televisión	6	223.732.386	7.076.113
Prensa	2	213.568.554	411.306
Radio	1	1.242.199	58.400
Total*	**19**	**615.195.765**	**11.717.567**

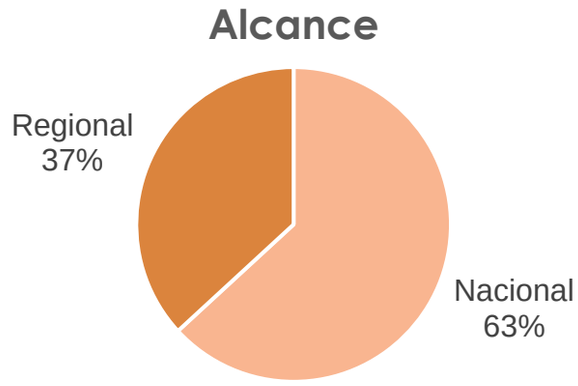
Tipo de contenido	# notas según tipo de contenido	Valor publicitario	Audiencia
Contenidos de valor	**13**	407.979.072	1.635.807
Contenidos de oportunidad	**3**	960.462	429
Contenido orgánico	**3**	545.841.799	10.081.331
Total*	**19**	**615.195.765**	**11.717.567**

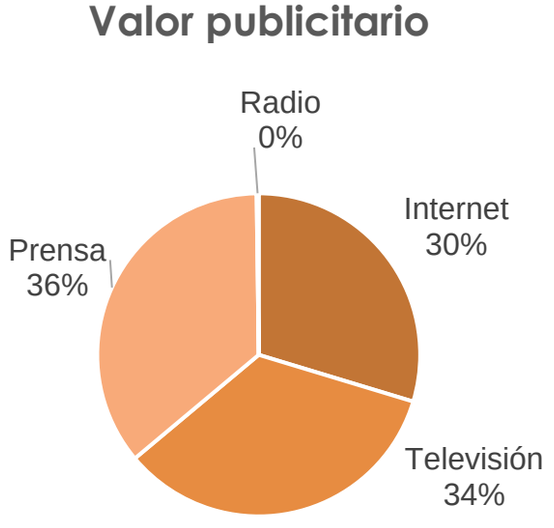
Categorización tipo de contenidos:

Contenidos de valor: Gestión de publicaciones como entrevistas, columnas de opinión, reportajes. Amplia vocería de Postobón.
Contenidos de oportunidad: Notas gestionadas por Serna&Saffon Consultores a través de comunicados de prensa.

*El valor publicitario no representa ni el valor editorial ni el impacto de las publicaciones alcanzadas ya que este es mucho mayor y no puede cuantificarse.
*En el valor total se incluye las notas orgánicas de Semana y Pulzo por tener mención corporativa.







www.sernaysaffon.com



El medio de comunicación resaltó el inicio y parte del recorrido del Reto Urrao de Manzana Postobón y Go Rigo Go!. Rigoberto Urán destacó su felicidad de volver a su pueblo natal y el acompañamiento de la marca rosa.



El espacio informativo destacó el gran recibimiento que tuvo Rigoberto Urán al llegar a Urrao en bicicleta. Asimismo, se resaltó que las calles principales se vistieron de rosa para recibir al ciclista profesional.

elCOLOMBIANO
28/08/2023

www.sernaysaffon.com



SERNA & SAFFON CONSULTORES | Postobón

Parte I
Valor publicitario: $174.304.826

elCOLOMBIANO
28/08/2023

www.sernaysaffon.com

“El mejor ciclista colombiano de la historia es Egan Bernal”: Rigo

El pedalista antioqueño habló sin pelos en la lengua sobre su futuro en Europa, se refirió a la situación de Nairo y Supermán, y señaló quiénes son para él los deportistas más importantes en la historia del país.

VIENE DE LA 40 ›

Por JOHAN ALEXIS GARCÍA BLANDÓN

Rigoberto Urán volvió a su natal Urrao este fin de semana. Montado en su bicicleta recorrió, relajado y sin estrés de la alta competencia, durante un poco más de 9 horas los 165 kilómetros que comprenden desde su café, ubicado en El Poblado, hasta el municipio del suroeste antioqueño, donde estuvo desde el viernes y el domingo regresó a Medellín. En el camino hizo varias paradas para compartir con los habitantes de los municipios aledaños, que se entusiasmaron con su presencia.

El subcampeón del Giro de Italia (2013 y 2014) y el Tour de Francia (2017) dialogó con EL COLOMBIANO durante su estadía en el suroeste antioqueño y habló sobre sus percepciones respecto a los cafeteros que están en la Vuelta a España, así como de la realidad que vive el pedalismo nacional en Europa.

¿Qué tal el recorrido, has recordado años atrás cuando no corrías en Europa y te venías de Medellín en cicla?

"Claro que sí, en Bolombolo siempre parábamos para comprar la tortica de pescado. Un calor ni el hijueputa. Realmente me trae muchos recuerdos. Yo hice muchas veces este recorrido, de Medellín a Urrao. Viví un tiempo en Jardín cuando corría para el Orgullo Paisa, entonces es muy bueno volver a pasar por esos lugares".



Rigoberto Urán se encuentra de vacaciones en Colombia. En dos semanas retornará al Viejo Continente para correr varias clásicas en Italia y así finalizará su temporada. FOTO CORTESÍA MANZANA POSTOBÓN

los Olímpicos, ya después pensamos qué hacer".

¿Le gustaría volver a correr en

2016

Y, ¿qué opinas de lo que está sucediendo con Nairo y Supermán López?

"Bueno, digamos que uno des-

EN UN MINUTO

RIGO DIO SU FAVORITO PARA LA VUELTA ESPAÑA

Rigo, a propósito del inicio de la Vuelta a España, ¿tiene algún favorito?

"Creo que es muy evidente que el Jumbo-Visma es el equipo más fuerte con Vingegaard y Roglic. Luego está Remco, Aleksandr Vlásov y Geráint Tomas, este año hay mucho corredor bueno".

¿Cómo ves el nivel de los colombianos para esta competencia?

"Muy bien, todos están en buenos equipos y con posibilidad de llevarse varias etapas. En la clasificación general va a ser muy complicado verlos en las primeras posiciones, pero sí pueden ganar algunas carreras".

¿A cuál crees que le irá mejor?

"Espero que a todos, ojalá puedan ganar etapas como el año pasado que yo me llevé una. Este muchacho Sebastián Molano, ojalá pueda ganarse una. Sergio Higuita también llega bien".

uno, como padre, no tiene que obligarlos a hacer un deporte porque esté de moda. Simplemente apoyarlos en lo que escojan y ya, que sean felices".

SERNA& SAFFON CONSULTORES | Postobón

Parte II
Valor publicitario: $174.304.826

elCOLOMBIANO
28/08/2023

www.sernaysaffon.com

Vivi un tiempo en Jardín cuando corría para el Orgullo Paisa, entonces es muy bueno volver a pasar por esos lugares".

¿Qué hay que hacer para que Colombia vuelva a tener otra generación dorada como la que usted protagonizó?
"Hay que seguir trabajando, tener paciencia. Yo creo que a veces queremos ver los resultados muy rápido y la verdad es que esto se demora. Por más que uno trabaje, todo eso demora".

¿Usted cree que el dominio que han tenido eslovenos y belgas es transitorio o verdaderamente el ciclismo ya cambió?
"Todo eso es transitorio. No hay un dominio que dure para toda la vida. Hubo una época de los italianos, nosotros tuvimos un pasaje bueno, esperamos pronto tener más corredores en la alta competencia".

Rigo, te queda un año en el EF Education, ¿después de cumplirlo sigues en Europa o te vienes a correr a Colombia?
"No tengo ni idea guevón, esperemos a que llegue el momento y ahí miramos qué vamos a hacer. A nivel internacional me queda otro Tour y los Olímpicos, ya después pensamos qué hacer".

¿Le gustaría volver a correr en Colombia?
"Es una pregunta que me hago y me hacen mucho. Es algo que no se descarta. Son decisiones que se toman en familia. Ya a estas alturas uno no decide nada solo, hay que consultar con mi señora y mis hijos. También esto debe estar acompañado de las ganas de seguir compitiendo".

Semanas atrás Juan Pablo Montoya dio su ranquin en el que ubicó a los mejores deportistas en la historia de Colombia, allí escogió a Egan Bernal por ganar el Tour y el Giro, Mariana Pajón, triple medallista olímpica, y a él mismo por su gran palmarés en la F-1 ¿qué opinas de su elección?
"Puede ser... Es que es muy difícil uno dar un ranquin, porque digamos en el fútbol está James Rodríguez y Falcao. Años atrás lo que hizo El Pibe Valderrama, El Tino. Obviamente, en el BMX Mariana Pajón es una campeona. En el ciclismo, Nairo Quintana y Egan Bernal, que han ganado un montón de carreras. Lucho Herrera y

2016

año en que Rigoberto Urán inició su ciclo en el EF Education. El año entrante finaliza su contrato.

Santiago Botero cuando ganó el Mundial. En salto está Caterine Ibargüen. En lo personal, dar un ranquin es discriminar, hay muchos deportistas. Juan Pablo es un piloto que ha sido el único colombiano en la Fórmula 1 y ganando cosas importantes, por eso está bien que se incluya".

Pero, si le tocara dar un top-3 de ciclistas colombianos en la historia de Colombia, ¿cuál sería?
"¿En la historia? Para mí el corredor más importante se llama Egan Bernal, porque ganó el Tour de Francia que es la competencia más importante. Nairo Quintana es otro de los destacados porque tiene un montón de carreras ganadas en las Grandes Vueltas y Lucho Herrera es otro que ha significado mucho para el país".

Y, ¿qué opinas de lo que está sucediendo con Nairo y Supermán López?
"Bueno, digamos que uno desconoce realmente lo que ha pasado, lo cierto es que son ciclistas que hacen mucha falta en Europa y ojalá puedan solucionar sus líos para que vuelvan a correr".

¿Qué significa volver a la tierra donde se crió y dio sus primeros pedalazos al lado de su padre?
"Significa mucha felicidad, nostalgia. Urrao me ha dado muchas cosas lindas, mucha felicidad, pero también muchas tristezas. La muerte de mi papá ha sido uno de las cosas que uno más recuerda y la violencia que hubo, los momentos complicados, pero es la tierra en la que a mí todo el mundo me ayudaba. Volver es muy lindo".

Usted tiene dos hijos, ¿le gustaría que alguno de ellos compitiera en el ciclismo de élite?
"Sí. Lo que pasa es que Matías, el mayor, compitió hasta los 6 años y ya se retiró (risas), se dedicó ahora al fútbol y la chiquita le gusta solo montar a caballo de momento. Uno solamente los apoya en lo que ellos quieran hacer, yo creo que porque esté de moda. Simplemente apoyarlos en lo que escojan y ya, que sean felices".

¿Ya terminó su temporada o le falta otra carrera este año?
"No, aún tengo varias clásicas en Italia y ya con eso termino la temporada".

Causó debate lo que usted dijo frente a que no había un relevo generacional en el ciclismo colombiano, ¿la gente lo interpretó mal o en realidad estamos huérfanos de una nueva generación?
"No, es lo que uno dice. Hace rato no tenemos a un ciclista en el podio en una de las grandes vueltas. El último fue Egan en 2019. Y la verdad, es muy berraco porque tuvo un accidente grave. Antes muy berraco porque se volvió a parar. Estuvo en el Tour y ahora está en la Vuelta a España. Vi como estuvo durante el accidente y verlo compitiendo ahora obviamente da mucha la alegría. En estos últimos años a los pelados les ha faltado. Uno quisiera volver a la época donde eran protagonistas los colombianos. Yo compartí un Giro de Italia con Nairo y ganamos como 3 o 4 etapas y uno quiere que vuelva a pasar eso".

elCOLOMBIANO
26/08/2023

www.sernaysaffon.com

Urrao recibió a su hijo Rigo como todo un rockstar

Cientos de urraeños llenaron el parque principal para recibir a su ídolo, quien llegó a puro pedal evocando viejas épocas.

Por JOHAN ALEXIS GARCÍA BLANDÓN

A eso de las 6:20 a.m. arribó al Café de Rigo, ubicado en El Poblado, su anfitrión. Pese a la fría mañana, tras el aguacero que duró toda la noche en la capital antioqueña, la calidez humana del Toro de Urrao contagió a todos los presentes.

Con una sonrisa de oreja a oreja hizo notar desde un inicio su emoción por volver a su tierra en bicicleta, evocando sus inicios en el pedalismo.

Luego de unos breves estiramientos arrancó su trayecto a su natal Urrao, en compañía de 20 ciclistas del Team Postobón Cycling Club Go-Rigo-Go, cuyo recorrido comprendía 165 kilómetros y 3.200 metros de desnivel.



Rigoberto Urán realizó el Reto Urrao, con 20 ciclistas del Team Postobón Cycling Club Go-Rigo-Go, con el fin de promocionar el ciclismo y turismo en su pueblo natal. FOTO JOHAN GARCÍA

Después de tomar la Autopista Sur para coger la vía hacia el Suroeste, varios antioqueños que se encontraron a Rigo enloquecieron con su sorpresiva presencia.

"Feliz de hacer esta rodada que es muy especial. Hace muchos años no voy a Urrao en bicicleta. Y van a conocer lo bonito que es por allá; la idea es fomentar el ciclismo en Colombia", expresó Rigo en diálogo con EL COLOMBIANO.

En el recorrido hubo cuatro paradas para esperar a los corredores que se iban quedando rezagados.

Al llegar al municipio de Concordia, adultos mayores que se encontraban en el parque principal exclamaron con emoción y asombro:¡¿Ese es Rigo?! No podían creer tener un referente del pedalismo nacional tan cerca.

Llegada a casa

Minutos previos al arribo de Rigoberto, el parque principal se colmó de cientos de personas, donde destacaban los niños, emocionados por ver al referente que hace unas semanas estuvo batallando junto a los más grandes del mundo en el Tour de Francia.

"Feliz de estar acá compartiendo. Lo que queremos es que vengan a visitar el pueblo. Llevo 20 años, me hace mucha falta todo, el Rio Penderisco, subir al Peseta. Muchas gracias por ese recibimiento", expresó el corredor de 36 años, cuando ya el reloj marcaba las 3:40 p.m..

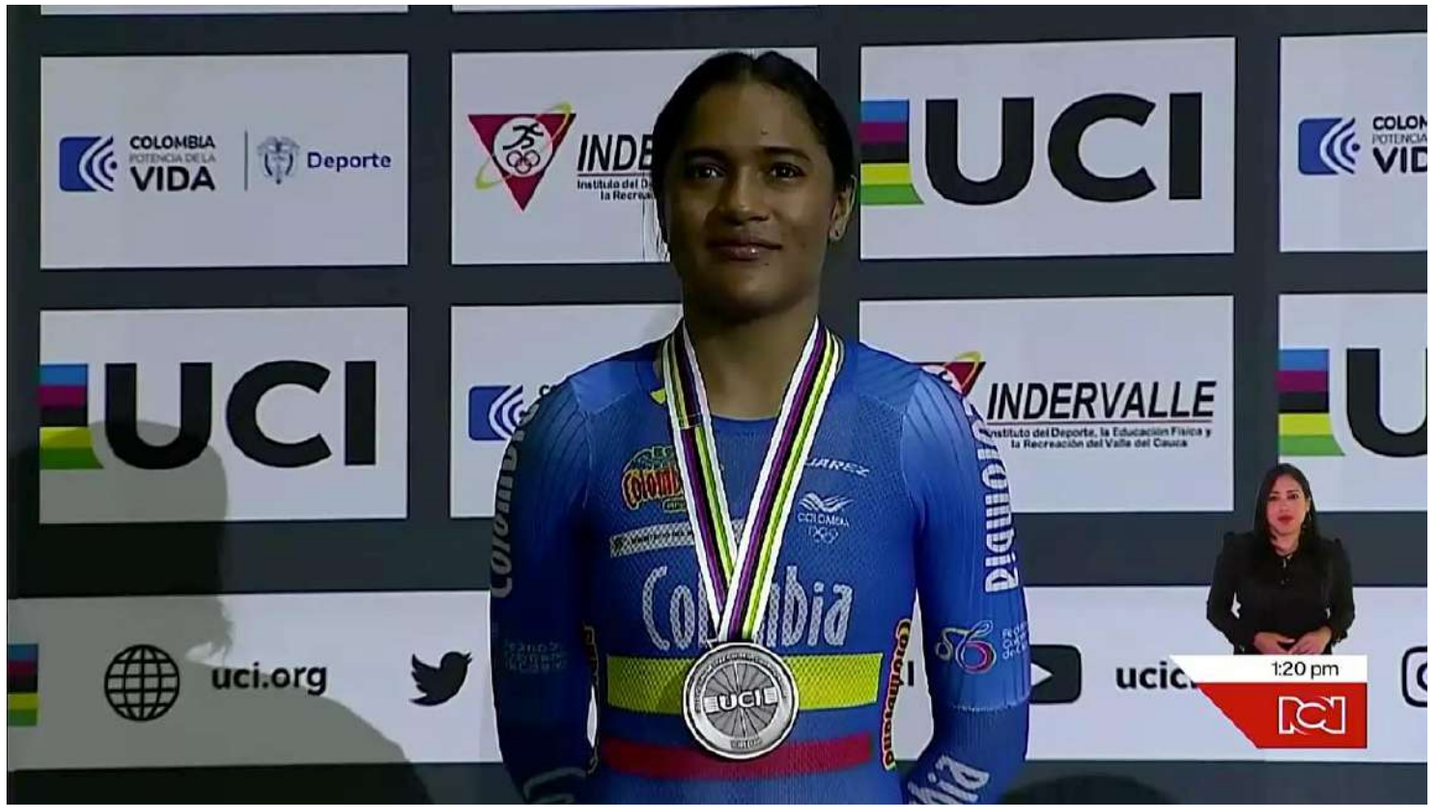
Rigo subió a la tarima aclamado por la multitud, mientras era abrazado por el alcalde Osvaldo Sepúlveda, quien le dio una placa por sus años de trayectoria.

"Fue un recorrido muy largo, casi 10 horas, pero estábamos disfrutando, ojalá este fuera el ritmo que le imponen a uno en Europa", apuntó Rigo entre Risas, feliz de retornar a su cuna.

SERNA& SAFFON CONSULTORES | Postobón

Valor publicitario: $39.263.728

26/08/2023



El medio de comunicación transmitió en vivo desde Urrao una entrevista al ciclista colombiano Rigoberto Urán, tras su llegada en bicicleta a su pueblo natal. Adicionalmente, el deportista destacó las competencias que vienen en su carrera profesional.

26/08/2023

www.sernaysaffon.com



El espacio informativo afirma que el ciclismo es un deporte que ha venido creciendo gracias a las victorias internacionales de los ciclistas profesionales colombianos. Es por esto que reconoce al Team Manzana Postobón y Go Rigo Go!, como un ejemplo que impulsa a todos los colombianos a subirse en la bicicleta.

27/08/2023

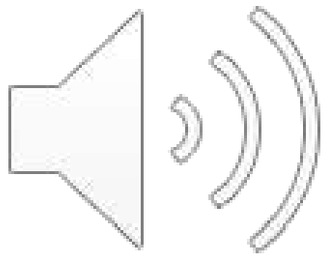
www.sernaysaffon.com



En la nota de la emisión de medio día de Noticias RCN se reconoció a Rigoberto Urán como un orgullo del municipio de Urrao. Asimismo, varios habitantes que lo conocieron desde pequeño, cuentan sus anécdotas.

28/08/2023

www.sernaysaffon.com



En el programa Antena 2 de RCN Radio, durante la transmisión de la Vuelta a España, se resaltó el Reto Urrao de Manzana Postobón y Go Rigo Go!. Así mismo, destacó que este recorrido contó con la participación del ciclista Rigoberto Urán junto a 20 ciclistas aficionados del Cycling Club.

elCOLOMBIANO
25/08/2023

www.sernaysaffon.com

Antioqueños enloquecieron con la rodada que Rigo inició este viernes en la Autopista Sur y que lo llevará hasta Urrao

El corredor antioqueño arrancó a las 6:40 a.m. El Reto Urrao, acompañado de 20 ciclistas. En las calles de la Autopista Sur la gente lo saludó y registró el momento.



A eso de los 6:20 de la mañana, **Rigoberto Urán arribó a su café en el barrio El Poblado. Célebre, sonriente y con su calidez característica**, se tomó el tiempo de saludar a todos los presentes y hacer unos calentamientos previos para los 165 kilómetros que los esperaban este viernes para llegar a su natal Urrao, con una llegada estimada a las 3:00 p.m.

Acompañado por una caravana de 20 ciclistas del cycling club- Manzana Postobón-Go Rigo Go, **Urán arrancó el Reto Urrao, una carrera recreativa, que tiene por fin incentivar la disciplina de las bielas** en el territorio nacional.

A eso de las 6:40 de la mañana, **la Autopista Sur enloqueció tras ver que el antioqueño estaba recorriendo las calles del área metropolitana**. Acompañado por dos vehículos y un par de motos que registran su recorrido.

Entre los uniformes rosas de los corredores **resalta en la delantera el del escarabajo del EFE Education, quien se mostró contento saludando a las personas** que transitaban en ese momento las calles del sur del Valle de Aburrá.

"Feliz de hacer esta rodada que es muy especial. **Hace muchos años no voy a Urrao en bicicleta. Y van a conocer lo bonito que es por allá y la idea es fomentar el ciclismo** en Colombia", expresó Rigo en diálogo con EL COLOMBIANO.





Y agregó: "**Da mucha felicidad saludar en la gente en la autopista, no siempre se tiene la oportunidad de compartir con la gente** y lo miran a uno como 'este si será o no será'".

Durante el trayecto **habrá cuatro paradas y se espera que en su llegada a su pueblo natal sea homenajeado** por el alcalde de Urrao, Osvaldo Sepúlveda Higuita.

elCOLOMBIANO
25/08/2023

www.sernaysaffon.com

Video: así fue el recibimiento a Rigo en su natal Urrao tras recorrer 165 kilómetros desde Medellín

Cientos de urraeños llenaron el parque principal para recibir a su ídolo, quien llegó a puro pedal evocando viejas épocas.



Eran las 6:20 a.m. cuando arribó al **Café de Rigo**, ubicado en El Poblado, su anfitrión. Pese a la fría mañana de viernes, tras el aguacero que duró toda la noche en la capital antioqueña, la calidez humana del Toro de Urrao contagió a todos los presentes.

Con una sonrisa de oreja a oreja hizo notar desde un inicio su emoción por volver a su tierra en bicicleta, evocando sus inicios en el pedalismo.



Luego de unos breves estiramientos arrancó su trayecto a su natal Urrao, en compañía de 20 ciclistas del **Team Postobón Cycling Club Go-Rigo-Go, cuyo recorrido comprendía 165 kilómetros y 3.200 metros de desnivel.**

Después de tomar la Autopista Sur para coger la vía hacía el Suroeste, varios antioqueños que se encontraron a Rigo enloquecieron con su sorpresiva presencia.

"Feliz de hacer esta rodada que es muy especial. Hace muchos años no voy a Urrao en bicicleta. Y van a conocer lo bonito que es por allá; la idea es fomentar el ciclismo en Colombia", expresó Rigo en diálogo con EL COLOMBIANO.

En el recorrido hubo cuatro paradas para esperar a los corredores que se iban quedando rezagados.

Al llegar al municipio de Concordia, adultos mayores que se encontraban en el parque principal exclamaron con emoción y asombro:¡¿Ese es Rigo?! No podían creer tener un referente del pedalismo nacional tan cerca.

Llegada a casa

Minutos previos al arribo de Rigoberto, el parque principal se colmó de cientos de personas, donde destacaban los niños, emocionados por ver al referente que hace unas semanas estuvo batallando junto a los más grandes del mundo en el Tour de Francia.

"Feliz de estar acá compartiendo. Lo que queremos es que vengan a visitar el pueblo. Llevo 20 años, me hace mucha falta todo, el Río Penderisco, subir al Peseta. Muchas gracias por ese recibimiento", expresó el corredor de 36 años, cuando ya el reloj marcaba las 3:40 p.m.

Rigo subió a la tarima aclamado por la multitud, mientras era abrazado por el alcalde Osvaldo Sepúlveda, quien le dio una placa por sus años de trayectoria.

"Fue un recorrido muy largo, casi 10 horas, pero estábamos disfrutando, ojalá este fuera el ritmo que le imponen a uno en Europa", apuntó Rigo entre Risas, feliz de retornar a su cuna.

SERNA & SAFFON CONSULTORES | Postobón

Enlace nota

Valor publicitario: $26.824.665

elCOLOMBIANO
27/08/2023

www.sernaysaffon.com

¿El sucesor? Niño le siguió el paso a Rigoberto Urán en su llegada a Urrao y se robó las miradas de los presentes

Simón Bermúdez conoció a su ídolo Rigo, quien volvió a su natal Urrao pedaleando desde Medellín, en la llegada el pequeño demostró que tiene condiciones para ser el sucesor.



Como un héroe fue recibido **Rigoberto Urán** tras su llegada a **Urrao** este viernes a eso de las 3:40 p.m. tras recorrer 165 kilómetros desde Medellín. Con cientos de personas y hasta tarima incluida, el alcalde Osvaldo Sepúlveda Pérez le realizó un homenaje al pedalista antioqueño.

Pero quien se robó las miradas en la llegada de Rigo a su natal Urrao fue Simón Bermúdez, un niño de cuatro años, quien sueña con ser ciclista "como su ídolo Rigoberto".

Y es que Urán es un ejemplo a seguir para las personas de este municipio, los niños lo emulan en su bici y sueñan con conquistar las carreteras europeas tal y como lo ha hecho él.

"El niño estaba esperando desde hace rato a Rigo porque no lo conocía en persona, salimos hasta el Parque de los Chorritos y apenas lo vio se le tiró, Me dijo 'mami yo no me voy a dejar ganar de él", expresó Natalia Restrepo, madre del menor, a EL COLOMBIANO.

Allí les siguió el paso al corredor de 36 años y a los otros 20 ciclistas del Manzana Postobon Cycling Club, mientras su madre los perseguía corriendo por la acera.

Ante el inesperado, pero emotivo momento, los urraeños animaban al pequeño. **"Vamos, vamos. Despacio, frene. Coja la curva".**

"Feliz de estar acá compartiendo. Lo que queremos es que vengan a visitar el pueblo. Llevo 20 años, me hace mucha falta todo, el Río Penderisco, subir al Peseta. Muchas gracias por ese recibimiento", señaló El Toro urraeño tras su llegada.

Al día siguiente, **Simón tuvo su reencuentro con su referente, Rigoberto Urán, con quien se tomó una foto, que de seguro le servirá al niño para motivarse y ser un gran deportista.**

Un ganador

Simón corre desde los dos años, su mamá lo ha llevado a competir a **Betania, Antioquia,** también estuvo en **el Open MTB de Caldas** y siempre ocupa las primeras posiciones.

"Yo quiero entrenar bicicleta porque yo no quería correr detrás de un balón", señaló Simón.

"Para nosotros los urraeños Rigoberto Urán tiene un significado muy importante porque es una persona reconocida, es un ejemplo para los niños, porque lo quieren imitar" dijo la madre de Simón.

Urán, quien se encuentra en unas breves vacaciones tras un receso de temporada en el Viejo Continente, regresó este domingo a Medellín en las horas de tarde y en 15 días se reintegrará al EF Education para correr en varias clásicas italianas y finalizar su temporada.

SERNA& SAFFON CONSULTORES | Postobón

Enlace nota

Valor publicitario: $26.824.665

elCOLOMBIANO
27/08/2023

www.sernaysaffon.com

Rigo evocó la nostalgia y habló de todo tras su regreso a Urrao, ¿qué dijo?

El pedalista antioqueño habló sin pelos en la lengua sobre su futuro en Europa, se refirió a la situación de Nairo y Supermán, y señaló quiénes son para él los deportistas más importantes en la historia del país.



Rigoberto Urán volvió a su natal **Urrao** este fin de semana. Montado en su bicicleta recorrió, relajado y sin estrés de la alta competencia junto a ciclistas del **Team Manzana Postobon Cycling Club Go-Rigo-Go**, durante un poco más de 9 horas los **165 kilómetros que comprenden desde su café, ubicado en El Poblado, hasta el municipio del suoreste antioqueño**, donde estuvo desde el viernes y el domingo regresó a Medellín. En el camino hizo varias paradas para compartir con los habitantes de los municipios aledaños, que se entusiasmaron con su presencia.

El subcampeón del **Giro de Italia** (2013 y 2014) y el **Tour de Francia** (2017) diálogo con EL COLOMBIANO durante su estadía en el suroeste antioqueño y habló sobre sus percepciones respecto a los cafeteros que están en la **Vuelta a España**, así como de la realidad que vive el pedalismo nacional en Europa.

¿Qué tal el recorrido, has recordado años atrás cuando no corrías en Europa y se venía de Medellín en cicla?

"Claro que sí, en Bolombolo siempre parábamos para comprar la tortica de pescado. Un calor ni el hijueputa. Realmente me trae muchos recuerdos. Yo hice muchas veces este recorrido, de Medellín a Urrao. Viví un tiempo en Jardín cuando corría para el Orgullo Paisa, entonces es muy bueno volver a pasar por esos lugares".

¿Qué hay que hacer para que Colombia vuelva a tener otra generación dorada como la que usted protagonizó?

"Hay que seguir trabajando, tener paciencia. Yo creo que a veces queremos ver los resultados muy rápido y la verdad es que esto se demora. Por más que uno trabaje, todo eso demora".

¿Usted cree que el dominio que han tenido eslovenos y belgas es transitorio o verdaderamente el ciclismo ya cambió?

"Todo eso es transitorio. No hay un dominio que dure para toda la vida. Hubo una época de los italianos, nosotros tuvimos un pasaje bueno, esperamos pronto tener más corredores en la alta competencia".

Rigo, le queda un año en el EF Education, ¿después de cumplirlo sigues en Europa o viene a correr a Colombia?

"No tengo ni idea guevón, esperemos a que llegue el momento y ahí miramos qué vamos a hacer. A nivel internacional me queda otro Tour y los Olímpicos, ya después pensamos qué hacer".

¿Le gustaría volver a correr en Colombia?

"Es una pregunta que me hago y me hacen mucho. Es algo que no se descarta. Son decisiones que se toman en familia. Ya a estas alturas uno no decide nada solo, hay que consultar con mi señora y mis hijos. También esto debe estar acompañado de las ganas de seguir compitiendo".

Semanas atrás Juan Pablo Montoya dio su ranquin en el que ubicó a los mejores deportistas en la historia de Colombia, allí escogió a Egan Bernal por ganar el Tour y el Giro, Mariana Pajón, triple medallista olímpica, y a él mismo por su gran palmarés en la F-1 ¿qué opina de su elección?

"Puede ser... Es que es muy difícil uno dar un ranquin, porque digamos en el fútbol está James Rodríguez y Falcao. Años atrás lo que hizo El Pibe Valderrama, El Tino. Obviamente, en el BMX Mariana Pajón es una campeona. En el ciclismo, Nairo Quintana y Egan Bernal, que han ganado un montón de carreras. Lucho Herrera y Santiago Botero cuando ganó el Mundial. En salto está Katherine Ibargüen. En lo personal, dar un ranquin es discriminar, hay muchos deportistas. Juan Pablo es un piloto que ha sido el único colombiano en la Fórmula 1 y ganando cosas importantes, por eso está bien que se incluya".

Pero, si le tocara dar un top-3 de ciclistas colombianos en la historia de Colombia, ¿cuál sería?

"¿En la historia? Para mí el corredor más importante se llama Egan Bernal, porque ganó el Tour de Francia que es la competencia más importante. Nairo Quintana es otro de los destacados porque tiene un montón de carreras ganadas en las Grandes Vueltas y Lucho Herrera es otro que ha significado mucho para el país".

Y, ¿qué opina de lo que está sucediendo con Nairo y Supermán López?

"Bueno, digamos que uno desconoce realmente lo que ha pasado, lo cierto es que son ciclistas que hacen mucha falta en Europa y ojalá puedan solucionar sus líos para que vuelvan a correr".

¿Qué significa volver a la tierra donde se crió y dio sus primeros pedalazos al lado de su padre?

"Significa mucha felicidad, nostalgia. Urrao me ha dado muchas cosas lindas, mucha felicidad, pero también muchas tristezas. La muerte de mi papá ha sido uno de las cosas que uno más recuerda y la violencia que hubo, los momentos complicados, pero es la tierra en la que a mí todo el mundo me ayudaba. Volver es muy lindo".

Usted tiene dos hijos, ¿le gustaría que alguno de ellos compitiera en el ciclismo de élite?

"Sí. Lo que pasa es que Matías, el mayor, compitió hasta los 6 años y ya se retiró (risas), se dedicó ahora al fútbol y la chiquita le gusta solo montar a caballo de momento. Uno solamente los apoya en lo que ellos quieran hacer, yo creo que uno, como padre, no tiene que obligarlos a hacer un deporte porque esté de moda. Simplemente apoyarlos en lo que escojan y ya, que sean felices".

¿Ya terminó su temporada o le falta otra carrera este año?

"No, aún tengo varias clásicas en Italia y ya con eso termino la temporada".

Causó debate lo que usted dijo frente a que no había un relevo generacional en el ciclismo colombiano, ¿la gente lo interpretó mal o en realidad estamos huérfanos de una nueva generación?

"No, es lo que uno dice. Hace rato no tenemos a un ciclista en el podio en una de las grandes vueltas. El último fue Egan en 2019. Y la verdad, es muy berraco porque tuvo un accidente grave. Antes muy berraco porque se volvió a parar. Estuvo en el Tour y ahora está en la Vuelta a España. Vi como estuvo durante el accidente y verlo compitiendo ahora obviamente da mucha la alegría. En estos últimos años a los pelados les ha faltado. Uno quisiera volver a la época donde eran protagonistas los colombianos. Yo compartí un Giro de Italia con Nairo y ganamos como 3 o 4 etapas y uno quiere que vuelva a pasar eso".

Rigo, a propósito del inicio de la Vuelta a España, ¿tiene algún favorito?

"Creo que es muy evidente que el Jumbo-Visma es el equipo más fuerte con Vingegaard y Roglic. Luego está Remco, Aleksandr Vlásov y Geraint Tomas, este año hay mucho corredor bueno".

¿Cómo ves el nivel de los colombianos para esta competencia?

"Muy bien, todos están en buenos equipos y con posibilidad de llevarse varias etapas. En la clasificación general va a ser muy complicado verlos en las primeras posiciones, pero sí pueden ganar algunas carreras".

¿A cuál crees que le irá mejor?

"Espero que a todos, ojalá puedan ganar etapas como el año pasado que yo me llevé una. Este muchacho Sebastián Molano, ojalá pueda ganarse una. Sergio Higuita también llega bien".

www.sernaysaffon.com

27/08/2023



El medio de comunicación destacó que en Urrao se vivió una fiesta tras la llegada del ciclista colombiano Rigoberto Urán. Así mismo, el deportista mencionó que este recorrido lo hizo en compañía del Team Manzana Postobón y Go Rigo Go!

*Canal municipal

Semana
27/08/2023

www.sernaysaffon.com

Ciclismo/Deporte

Viral: niño de Urrao en bicicleta sin pedales se atreve a rodar al lado Rigoberto Urán

El ciclista del EF volvió al pueblo en el que nació.



Desde el barrio El Poblado en Medellín y hasta Urrao, pedaleó Rigoberto Urán, como lo hacía en sus inicios del ciclismo. Al menos 20 ciclistas del Team Postobón Cycling Club Go-Rigo-Go acompañaron al pedalista del EF Education-EasyPost.

Juntos, recorrieron 165 kilómetros y 3.200 metros de desnivel, demorando cerca de 10 horas para llegar al 'paraíso escondido', en el suroeste antioqueño.

"Feliz de hacer este entrenamiento y rodada. Hace muchos años no voy a Urrao en bicicleta. Y van a conocer lo bonito que es por allá; la idea es fomentar el ciclismo en Colombia", dijo a Noticias RCN antes de salir.

En el recorrido, Rigo fue ovacionado por toda la troncal del café, como es conocida la carretera de esa subregión paisa.

Cuando llegó a su pueblo natal, una gran cantidad de urraeños lo esperaban. Rigo se subió a la tarima y expresó la felicidad de volver a donde nació y dio sus primeros pedalazos.

"Lo que queremos es que vengan a visitar el pueblo. Llevo 20 años, me hace mucha falta todo, el Río Penderisco, subir al Peseta. Muchas gracias por ese recibimiento", expresó.

Sin embargo, un video se hizo viral en redes sociales. Al llegar a Urrao, un pequeño de tres años se unió al pelotón. En una bicicleta sin pedales color naranja y con uniforme azul, su casco y acompañado de sus padres, el niño rodó al lado de Rigo y sus amigos. **Lo hizo con gran personalidad y velocidad.**



El pequeño recibió el ánimo de quien lo grababa, mientras su mamá lo perseguía corriendo por la acera.

"Vamos, vamos. Despacio, frene. Coja la curva. Vamos, pequeño", le gritaban.

Inmediatamente, Rigo bajó la marcha y se ubicó al lado del niño. Junto a él terminó de recorrer las calles de Urrao. El video enterneció las redes sociales y llenaron de elogios al escarabajo de 36 años, que tiene como objetivo promover el ciclismo colombiano por el que ha mostrado constante preocupación.

"No, no es que me preocupa. A mí me preguntan cada ratico que qué pasa con el ciclismo colombiano y pasan muchas cosas. En Europa, obviamente, hay formas diferentes, hay un poquito más de billete, la gente está mejor, esa es la realidad, no se aguanta tanta hambre como en Colombia. Nosotros aquí en Colombia tenemos muchos niños que realmente no reciben las tres comidas al día. Es muy difícil exigirle a un niño con hambre. Hoy en día en Europa las técnicas de entrenar han evolucionado mucho, los entrenadores, las bicicletas, los medidores de potencia, las vitaminas, la recuperación que se hace, pues eso tiene un costo muy elevado y, obviamente, pues uno no puede decirle a un niño que tenga todas estas cosas cuando en su casa no hay para comer. Imagine: a mí en el año 2001 me decían que había que suplementar. Yo suplementaba con fríjoles, arroz y chicharrón, no tenía, no había para otras cosas. Hoy en día vemos los nutricionistas, los dietistas de los niños. Allá en Europa a los 18 años ya están listos para ganar el Tour de Francia", indicó en entrevista con SEMANA.

SERNA & SAFFON CONSULTORES | Postobón

Enlace nota

Valor publicitario: $30.828.728



Eran las 6:20 a.m. cuando arribó al '**Café de Rigo'**, ubicado en El Poblado (**Medellín**), su anfitrión. Pese a la fría mañana de viernes, tras el aguacero que duró toda la noche en la capital antioqueña, la calidez humana del Toro de Urrao contagió a todos los presentes.

(Le puede interesar: Confirman dorsales para todos los colombianos en Vuelta a España 2023)

Con una sonrisa de oreja a oreja hizo notar desde un inicio su emoción por volver a su tierra en bicicleta, evocando sus inicios en el pedalismo.

Luego de unos breves estiramientos arrancó su trayecto a su natal Urrao, en compañía de 20 ciclistas del **Team Postobón Cycling Club Go-Rigo-Go, cuyo recorrido comprendía 165 kilómetros y 3.200 metros de desnivel.**

Después de tomar la Autopista Sur para coger la vía hacía el Suroeste, varios antioqueños que se encontraron a Rigo enloquecieron con su sorpresiva presencia.

"Feliz de hacer esta rodada que es muy especial. Hace muchos años no voy a Urrao en bicicleta. Y van a conocer lo bonito que es por allá; la idea es fomentar el ciclismo en Colombia", expresó Rigo en diálogo con EL COLOMBIANO.

En el recorrido hubo cuatro paradas para esperar a los corredores que se iban quedando rezagados.

Al llegar al municipio de Concordia, adultos mayores que se encontraban en el parque principal exclamaron con emoción y asombro:¡¿Ese es Rigo?! No podían creer tener un referente del pedalismo nacional tan cerca.

Minutos previos al arribo de **Rigoberto**, el parque principal se colmó de cientos de personas, donde destacaban los niños, emocionados por ver al referente que hace unas semanas estuvo batallando junto a los más grandes del mundo en el Tour de Francia.

"Lo que queremos es que vengan a visitar el pueblo. Llevo 20 años, me hace mucha falta todo, el Río Penderisco, subir al Peseta. Muchas gracias por ese recibimiento", expresó el corredor de 36 años, cuando ya el reloj marcaba las 3:40 p.m.

Rigo subió a la tarima aclamado por la multitud, mientras era abrazado por el alcalde Osvaldo Sepúlveda, quien le dio una placa por sus años de trayectoria.

"Fue un recorrido muy largo, casi 10 horas, pero estábamos disfrutando, ojalá este fuera el ritmo que le imponen a uno en Europa", apuntó Rigo entre Risas, feliz de retornar a su cuna.



Como un héroe fue recibido **Rigoberto Urán** tras su llegada a **Urrao** este viernes a eso de las 3:40 p. m. tras recorrer 165 kilómetros desde Medellín. Con cientos de personas y tarima incluida **el alcalde Osvaldo Sepúlveda Pérez le realizó un homenaje al pedalista antioqueño.**

(Lea también: Rigoberto Urán sorprendió a todos; podría dejar Europa para correr con equipo colombiano)

Pero quien se robó las miradas **en la llegada de Rigo a su natal Urrao fue Simón Bermúdez, un niño de cuatro años, quien "sueña con ser ciclista como Rigo".**

"El niño estaba esperando desde hace rato a Rigo porque no lo conocía en persona, salimos hasta el Parque de los Chorritos y apenas lo vio se le tiró, Me dijo 'mami yo no me voy a dejar ganar de él", expresó la madre del menor a EL COLOMBIANO.

Allí les siguió el paso al corredor de 36 años y a los otros 20 **ciclistas** del Manzana Postobon Cycling Club, **mientras su madre los perseguía corriendo por la acera.**

Ante el inesperado, pero emotivo momento, los urraeños animaban al pequeño. **"Vamos, vamos. Despacio, frene. Coja la curva".**

"Feliz de estar acá compartiendo. Lo que queremos es que vengan a visitar el pueblo. Llevo 20 años, me hace mucha falta todo, el Río Penderisco, subir al Peseta. Muchas gracias por ese recibimiento", señaló El Toro urraeño tras su llegada.

Al día siguiente, **Simón tuvo su reencuentro con su referente, Rigoberto Urán, con quien se tomó una foto,** que de seguro le servirá al niño para motivarse y ser un gran deportista.

Un ganador

Simón corre desde los dos años porque su mamá lo ha llevado a correr en **Betania, Antioquia,** también en e**l Open MTB de Caldas** y siempre ocupa las primeras pociones

"Yo quiero entrenar bicicleta porque yo no quería correr detrás de un balón", señaló Simón.

"Para nosotros los urraeños Rigoberto Urán tiene un significado muy importante porque es una persona reconocida, es un ejemplo para los niños, porque lo quieren imitar" dijo su madre.

Urán, quien se encuentra en unas breves vacaciones tras un receso de temporada en el Viejo Continente, regresó este domingo a Medellín en las horas de tarde y en 15 días se reintegrará al EF Education para correr en varias clásicas italianas y finalizar su temporada.

25/08/2023

Video: así fue el recibimiento a Rigo en su natal Urrao tras recorrer 165 kilómetros desde Medellín



Eran las 6:20 a.m. cuando arribó al **Café de Rigo**, ubicado en El Poblado, su anfitrión. Pese a la fría mañana de viernes, tras el aguacero que duró toda la noche en la capital antioqueña, la calidez humana del Toro de Urrao contagió a todos los presentes.

Con una sonrisa de oreja a oreja hizo notar desde un inicio su emoción por volver a su tierra en bicicleta, evocando sus inicios en el pedalismo.

Luego de unos breves estiramientos arrancó su trayecto a su natal Urrao, en compañía de 20 ciclistas del **Team Postobón Cycling Club Go-Rigo-Go, cuyo recorrido comprendía 165 kilómetros y 3.200 metros de desnivel.**

Después de tomar la Autopista Sur para coger la vía hacía el Suroeste, varios antioqueños que se encontraron a Rigo enloquecieron con su sorpresiva presencia.

"Feliz de hacer esta rodada que es muy especial. Hace muchos años no voy a Urrao en bicicleta. Y van a conocer lo bonito que es por allá; la idea es fomentar el ciclismo en Colombia", expresó Rigo en diálogo con EL COLOMBIANO.

En el recorrido hubo cuatro paradas para esperar a los corredores que se iban quedando rezagados.

Al llegar al municipio de Concordia, adultos mayores que se encontraban en el parque principal exclamaron con emoción y asombro:¡¿Ese es Rigo?! No podían creer tener un referente del pedalismo nacional tan cerca.

Llegada a casa

Minutos previos al arribo de Rigoberto, el parque principal se colmó de cientos de personas, donde destacaban los niños, emocionados por ver al referente que hace unas semanas estuvo batallando junto a los más grandes del mundo en el Tour de Francia.

"Feliz de estar acá compartiendo. Lo que queremos es que vengan a visitar el pueblo. Llevo 20 años, me hace mucha falta todo, el Río Penderisco, subir al Peseta. Muchas gracias por ese recibimiento", expresó el corredor de 36 años, cuando ya el reloj marcaba las 3:40 p.m.

Rigo subió a la tarima aclamado por la multitud, mientras era abrazado por el alcalde Osvaldo Sepúlveda, quien le dio una placa por sus años de trayectoria.

"Fue un recorrido muy largo, casi 10 horas, pero estábamos disfrutando, ojalá este fuera el ritmo que le imponen a uno en Europa", apuntó Rigo entre Risas, feliz de retornar a su cuna.

Antioqueños enloquecieron con la rodada que Rigo inició este viernes en la Autopista Sur y que lo llevará hasta Urrao



A eso de los 6:20 de la mañana, Rigoberto Urán **arribó a su café en el barrio El Poblado. Célebre, sonriente y con su calidez característica**, se tomó el tiempo de saludar a todos los presentes y hacer unos calentamientos previos para los 165 kilómetros que los esperaban este viernes para llegar a su natal Urrao, con una llegada estimada a las 3:00 p.m.

Acompañado por una caravana de 20 ciclistas del cycling club- Manzana Postobón-Go Rigo Go, **Urán arrancó el Reto Urrao, una carrera recreativa, que tiene por fin incentivar la disciplina de las bielas** en el territorio nacional.

A eso de las 6:40 de la mañana, **la Autopista Sur enloqueció tras ver que el antioqueño estaba recorriendo las calles del área metropolitana**. Acompañado por dos vehículos y un par de motos que registran su recorrido.

Entre los uniformes rosas de los corredores **resalta en la delantera el del escarabajo del EFE Education, quien se mostró contento saludando a las personas** que transitaban en ese momento las calles del sur del Valle de Aburrá.

"Feliz de hacer esta rodada que es muy especial. **Hace muchos años no voy a Urrao en bicicleta. Y van a conocer lo bonito que es por allá y la idea es fomentar el ciclismo** en Colombia", expresó Rigo en diálogo con EL COLOMBIANO.

Y agregó: "**Da mucha felicidad saludar en la gente en la autopista, no siempre se tiene la oportunidad de compartir con la gente** y lo miran a uno como 'este si será o no será'".

Durante el trayecto **habrá cuatro paradas y se espera que en su llegada a su pueblo natal sea homenajeado** por el alcalde de Urrao, Osvaldo Sepúlveda Higuita.

27/08/2023

¿El sucesor? Niño le siguió el paso a Rigoberto Urán en su llegada a Urrao y se robó las miradas de los presentes





Como un héroe fue recibido Rigoberto Urán tras su llegada a Urrao este viernes a eso de las 3:40 p.m. tras recorrer 165 kilómetros desde Medellín. Con cientos de personas y hasta tarima incluida, el alcalde Osvaldo Sepúlveda Pérez le realizó un homenaje al pedalista antioqueño.

Pero quien se robó las miradas en la llegada de Rigo a su natal Urrao fue Simón Bermúdez, un niño de cuatro años, quien sueña con ser ciclista "como su ídolo Rigoberto".

Y es que Urán es un ejemplo a seguir para las personas de este municipio, los niños lo emulan en su bici y sueñan con conquistar las carreteras europeas tal y como lo ha hecho él.

"El niño estaba esperando desde hace rato a Rigo porque no lo conocía en persona, salimos hasta el Parque de los Chorritos y apenas lo vio se le tiró, Me dijo 'mami yo no me voy a dejar ganar de él", expresó Natalia Restrepo, madre del menor, a EL COLOMBIANO.

Allí les siguió el paso al corredor de 36 años y a los otros 20 ciclistas del Manzana Postobon Cycling Club, mientras su madre los perseguía corriendo por la acera.

Ante el inesperado, pero emotivo momento, los urraeños animaban al pequeño. **"Vamos, vamos. Despacio, frene. Coja la curva".**

"Feliz de estar acá compartiendo. Lo que queremos es que vengan a visitar el pueblo. Llevo 20 años, me hace mucha falta todo, el Río Penderisco, subir al Peseta. Muchas gracias por ese recibimiento", señaló El Toro urraeño tras su llegada.

Al día siguiente, **Simón tuvo su reencuentro con su referente, Rigoberto Urán, con quien se tomó una foto, que de seguro le servirá al niño para motivarse y ser un gran deportista.**

Un ganador

Simón corre desde los dos años, su mamá lo ha llevado a competir a **Betania, Antioquia**, también estuvo en **el Open MTB de Caldas** y siempre ocupa las primeras posiciones.

"Yo quiero entrenar bicicleta porque yo no quería correr detrás de un balón", señaló Simón.

"Para nosotros los urraeños Rigoberto Urán tiene un significado muy importante porque es una persona reconocida, es un ejemplo para los niños, porque lo quieren imitar" dijo la madre de Simón.

Urán, quien se encuentra en unas breves vacaciones tras un receso de temporada en el Viejo Continente, regresó este domingo a Medellín en las horas de tarde y en 15 días se reintegrará al EF Education para correr en varias clásicas italianas y finalizar su temporada.

SERNA&SAFFON.com

REPORTE IMÁGENES MANZANA 2023

OOH
GO RIGO GO

ALTO DE PATIOS - BOGOTÁ





GROWTH Postobón

KM 18 - BARRANQUILLA





GROWTH Postobón

OOH
THE WEEKND

THE WEEKND- BOGOTA





GROWTH Postobón

OOH

MANZANA SIN AZUCAR

BOGOTÁ - OCTUBRE





GROWTH Postobón

MEDELLIN - NOVIEMBRE





GROWTH Postobón

MEDELLIN - NOVIEMBRE



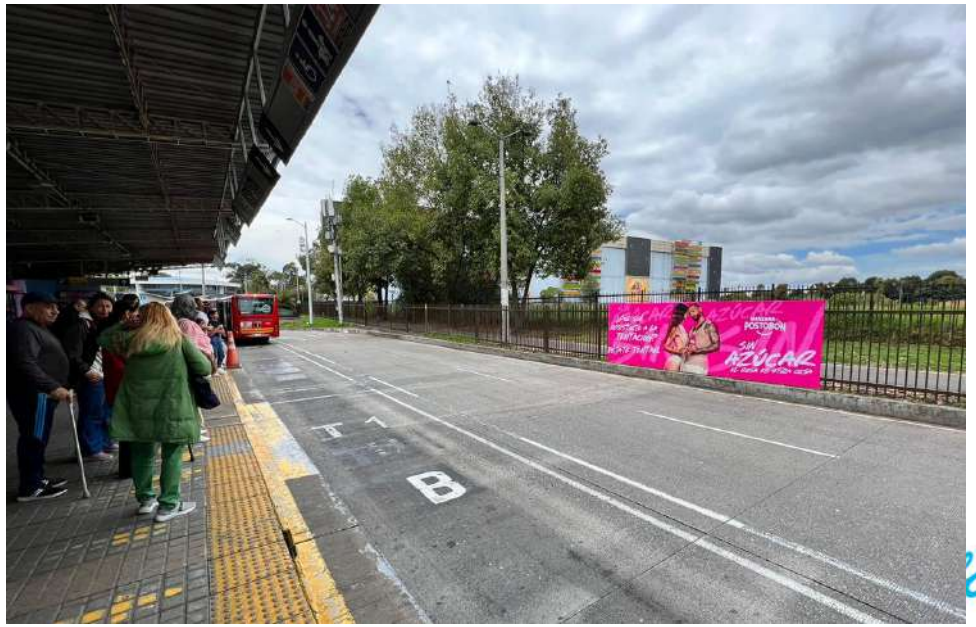


GROWTH Postobón

ESTACION PORTAL 80 – PANEL VIA 1







ESTACION PORTAL 80 – PANEL VIA 2







ESTACIÓN PORTAL AMERICAS - MURAL







ESTACIÓN PORTAL NORTE – PANEL VIA







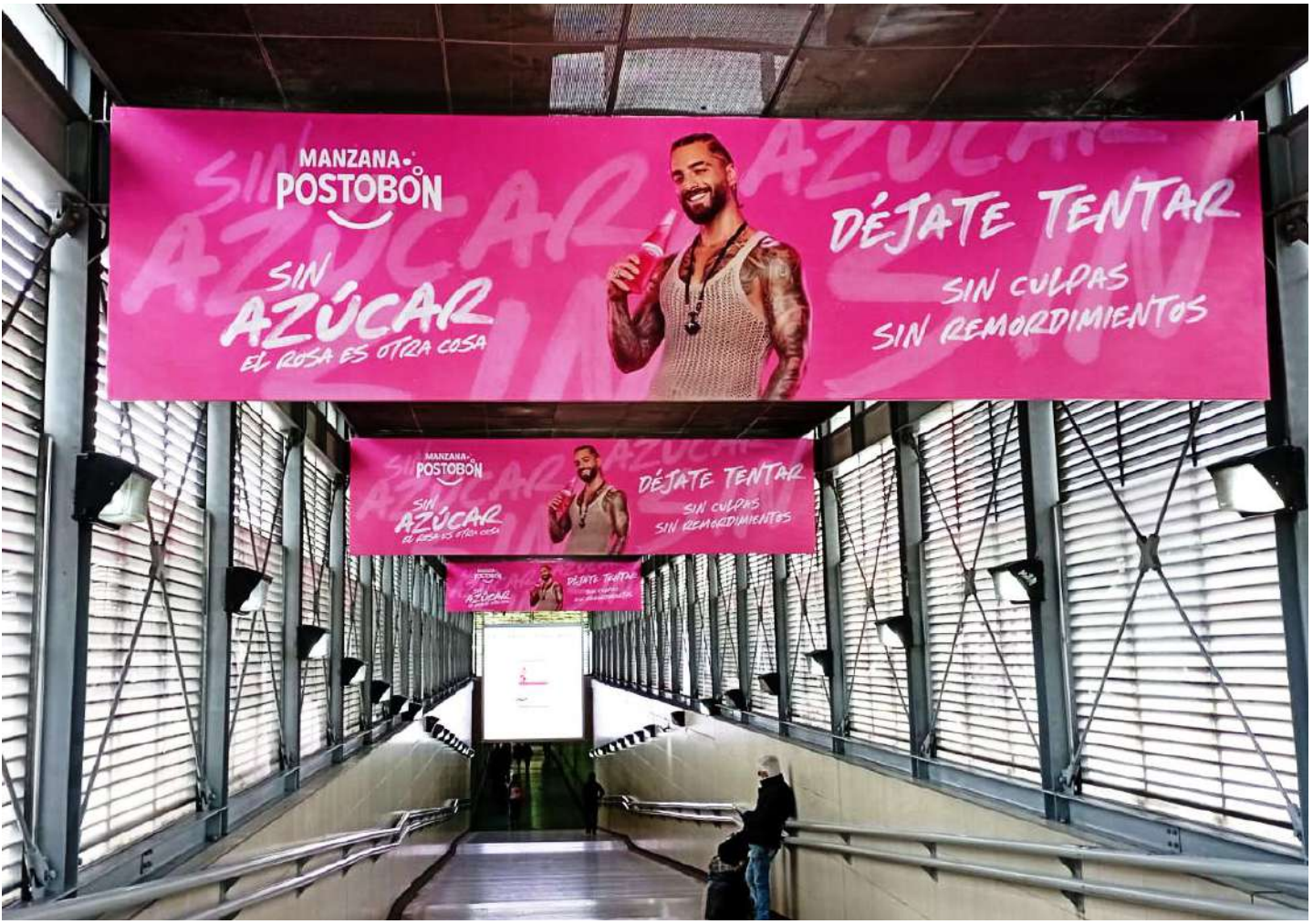
ESTACIÓN PORTAL SUBA – PANEL VIA







ESTACIÓN UNIVERSIDADES– DINTELES







ESTACIÓN ENVIGADO - DIMINACIÓN

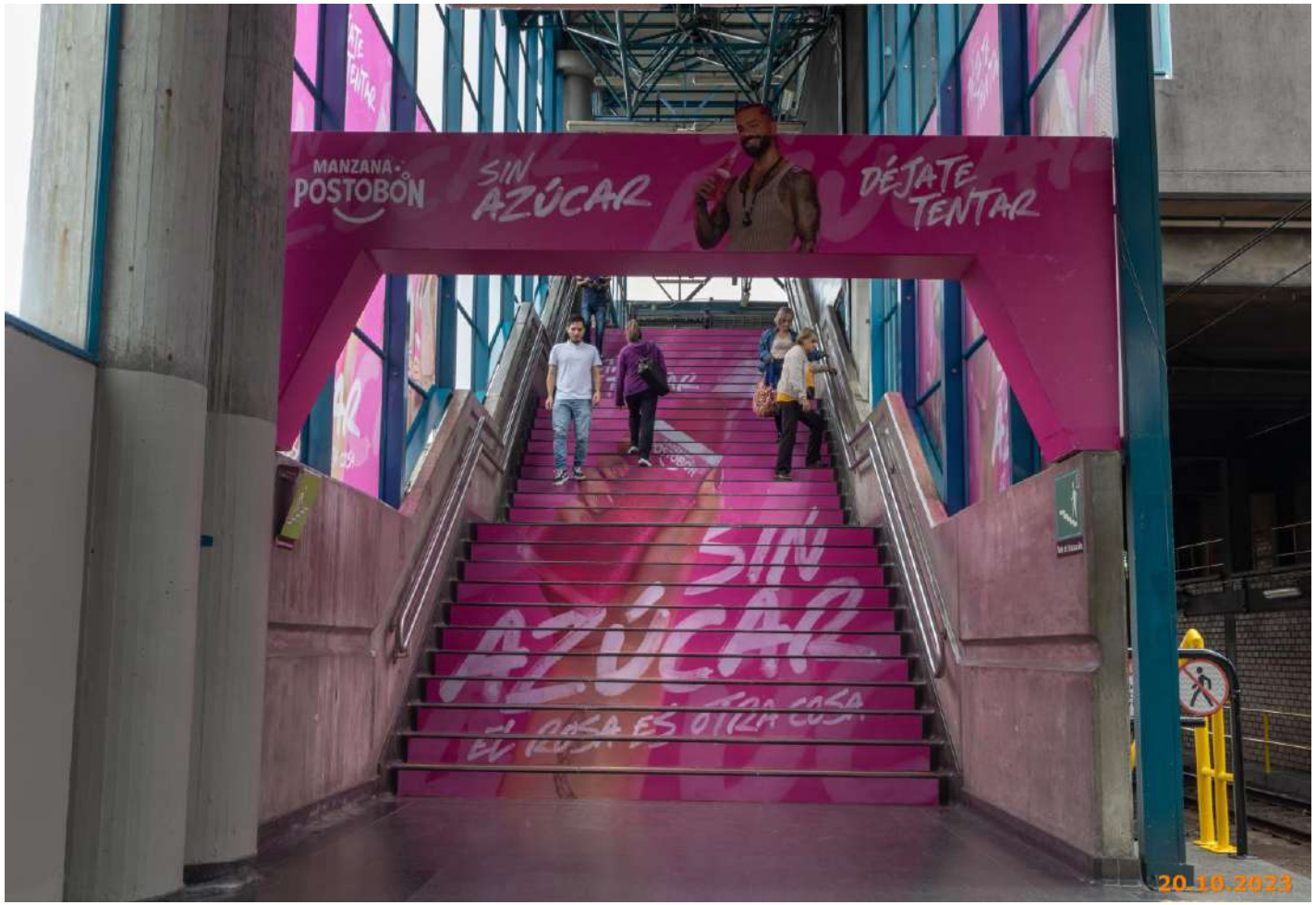






GROWTH Postobón

ESTACIÓN POBLADO- DOMINACIÓN







ESTACIÓN PARQUE BERRIO - PANEL







GROWTH Postobón

ESTACIÓN ESTADIO - MEZZANINE



GROWTH Postobón

ESTACIÓN SAN JAVIER - MEZZANINE NORTE



ESTACIÓN SAN ANTONIO - MEZZANINE ORIENTAL



BOGOTÁ PANTALLA LED – MUELLE SUR





GROWTH Postobón

BOGOTÁ PANTALLA LED
PANTALLA LED MUELLE NORTE





GROWTH Postobón

BOGOTÁ PANTALLA LED PANTALLA LED – SALA DE ESPERA





MEDELLIN – JOSE MARIA CORDOBA





BARRANQUILLA – ERNESTO CORTISSOZ

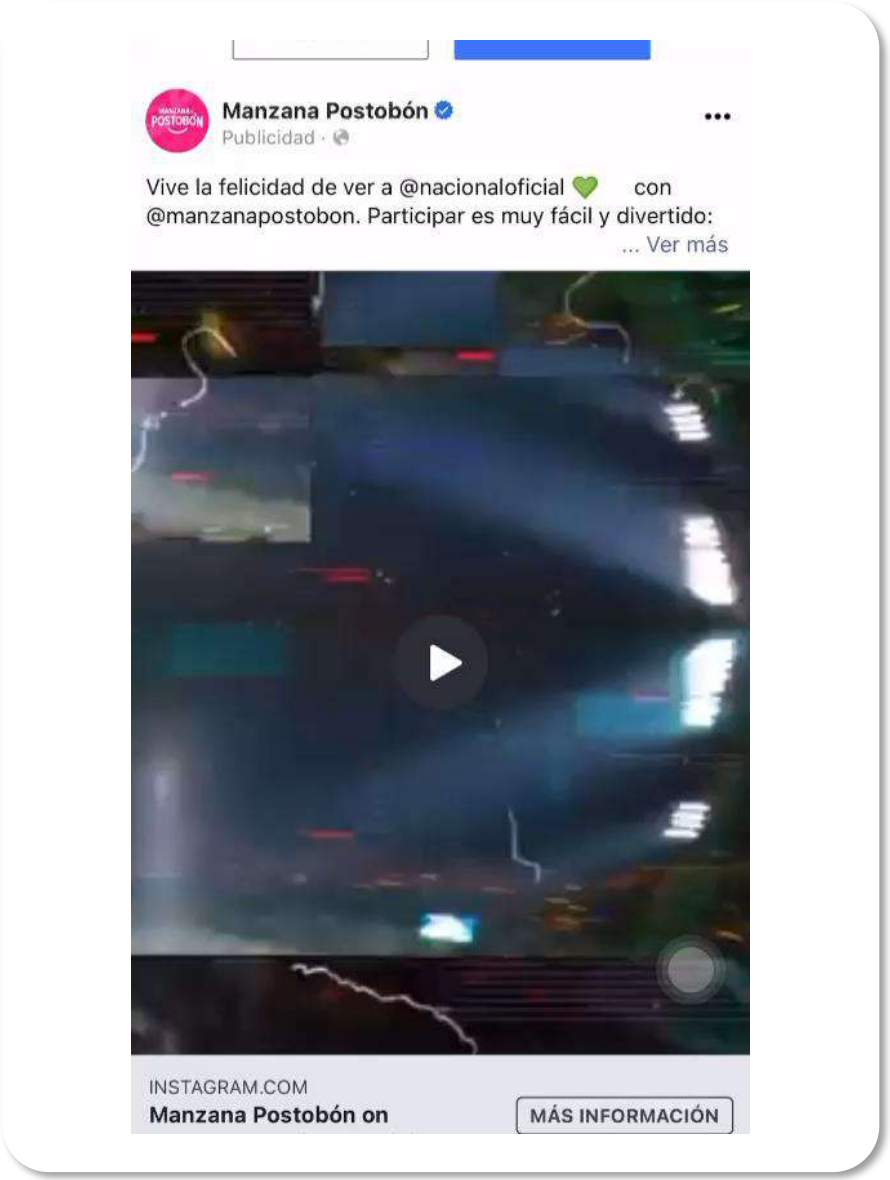




DIGITAL

GROWTH Postobón

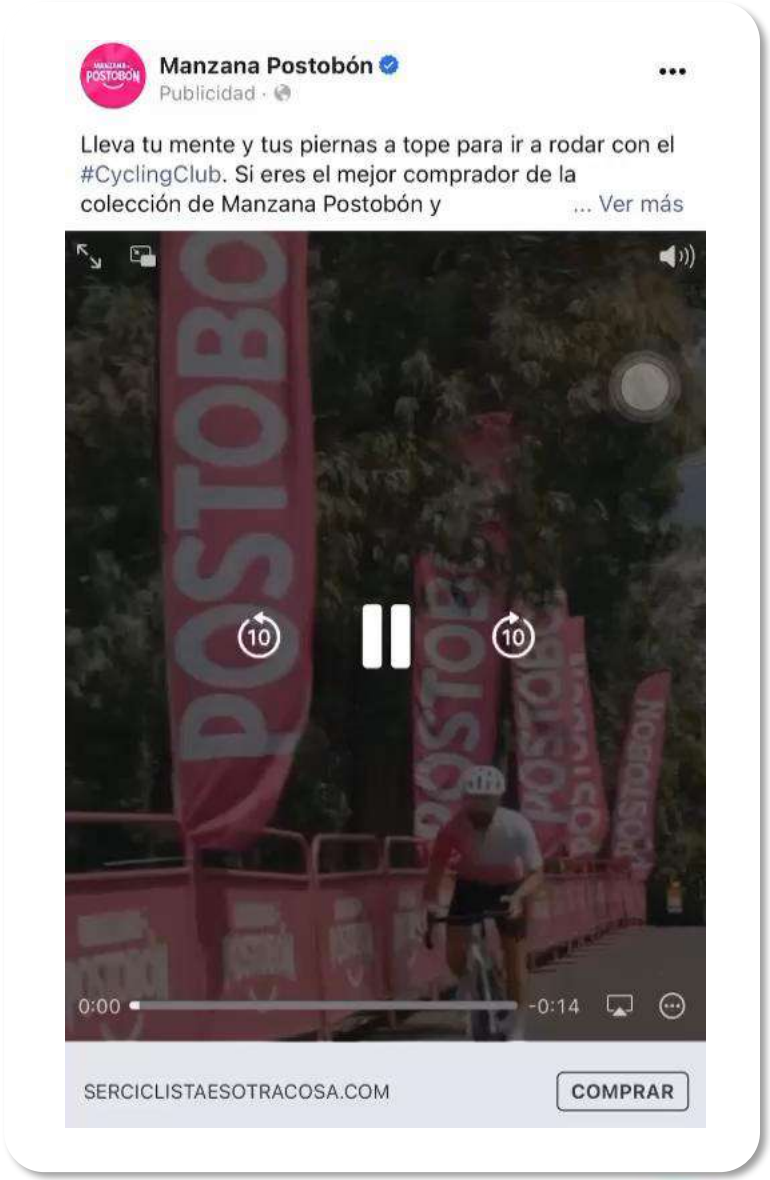
CONCURSO NACIONAL + AMÉRICA



GROWTH Postobón

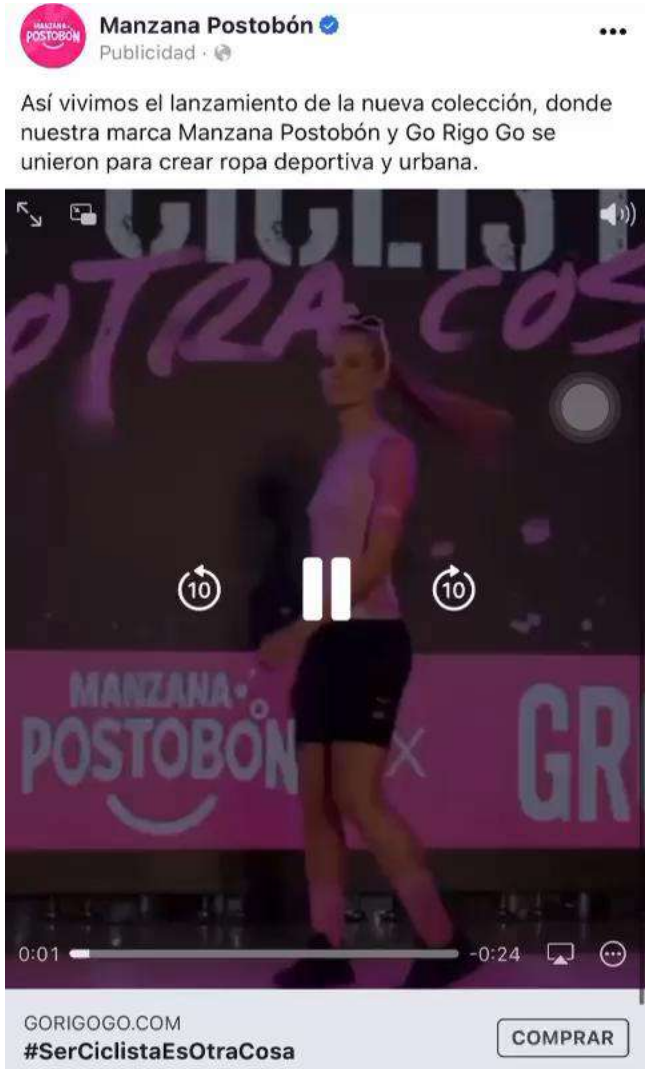
GO RIGO GO





GROWTH Postobón

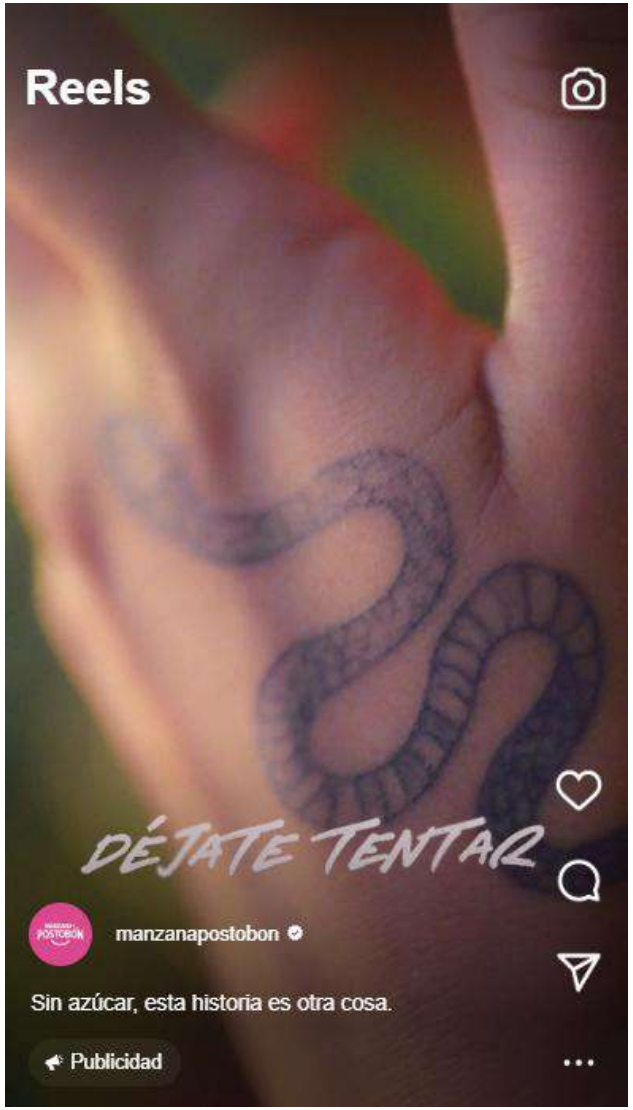
GO RIGO GO



GROWTH Postobón

MANZANA SIN AZÚCAR





GROWTH Postobón

MANZANA SIN AZÚCAR







GROWTH Postobón

MANZANA SIN AZÚCAR





GROWTH Postobón

CANCER DE MAMA







GROWTH Postobón

CANCER DE MAMA







GROWTH Postobón

GRACIAS

USO DEL COLOR ROSADO EN LOS EQUIPOS Y EVENTOS DEPORTIVOS 2022 A 2025

2022 CLÁSICO RCN ANDINA



2023

EVENTOS NACIONALES VUELTA COLOMBIA – VUELTA A LA JUVENTUD – CLASICO RCN

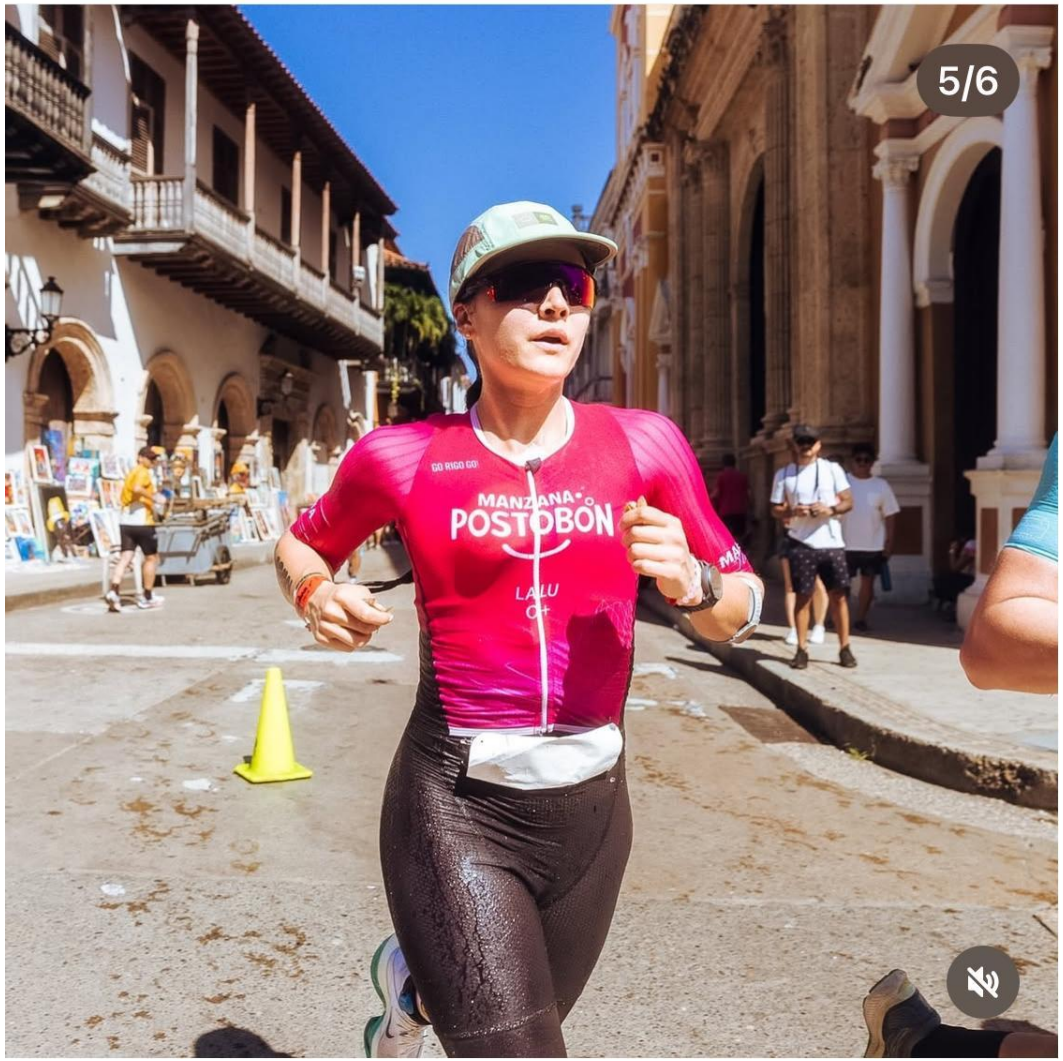






IRONMAN 2023 RUNING





2023

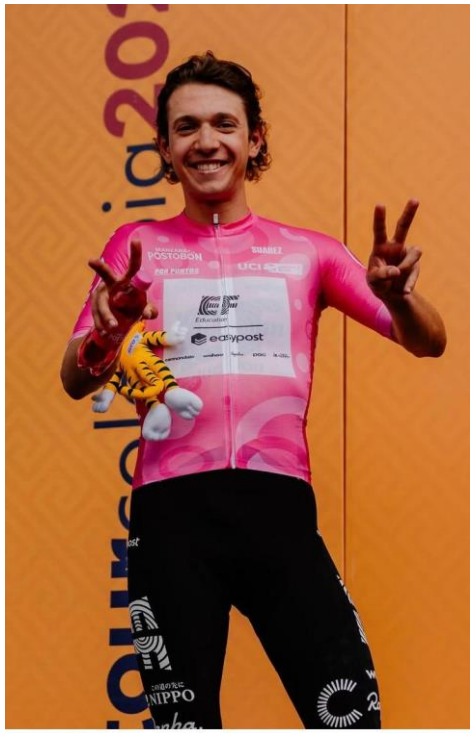
CHAQUETA ROSA DEL ATLETICO NACIONAL





2024

TOUR COLOMBIA – CAMPAÑA CON RIGO Y DIFERENTES EVENTOS











2025 VUELTA A LA JUVENTUD







2025

UNIFORMES EQUIPO LOGISTICO MANZANA POSTOBON DIFERENTES EVENTOS





Emplifi Export
Manzana Postobón 2023

Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023



Manzana Postobón

/ManzanaPostobonOficial



Manzana Postobón

/manzanapostobon

Instagram

Seguidores
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023

PROFILE LEVEL

27 195

Total community size

19 288 Previous Period

+40.99% Relative Change

Profiles: Manzan...ostobón 1

Crecimiento de seguidores
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023

PROFILE LEVEL

7 907

Growth of community size

9 054 Previous Period

-12.67% Relative Change

Profiles: Manzan...ostobón 1

Número de publicaciones
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023

POST LEVEL

973

Number of content pieces

507 Previous Period

+91.91% Relative Change

Profiles: Manzan...ostobón 3

Visitas al perfil
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023

PROFILE LEVEL

49 165

Profile views

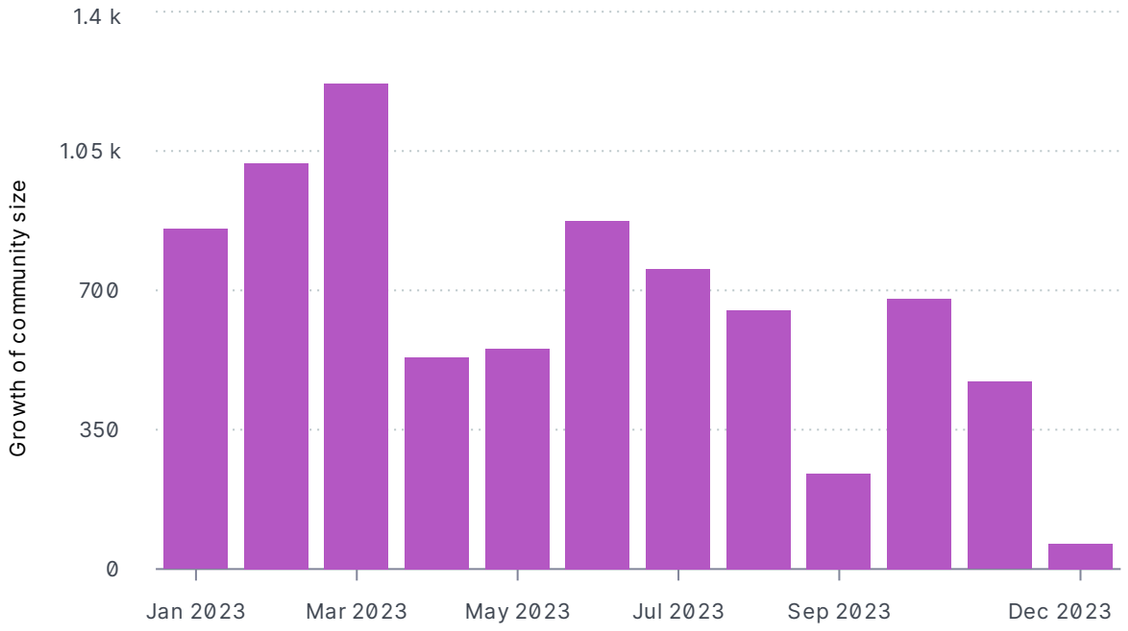
47 761 Previous Period

+2.94% Relative Change

Profiles: Manzan...ostobón 1

Crecimiento comunidad
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023 Aggregated by **Month**

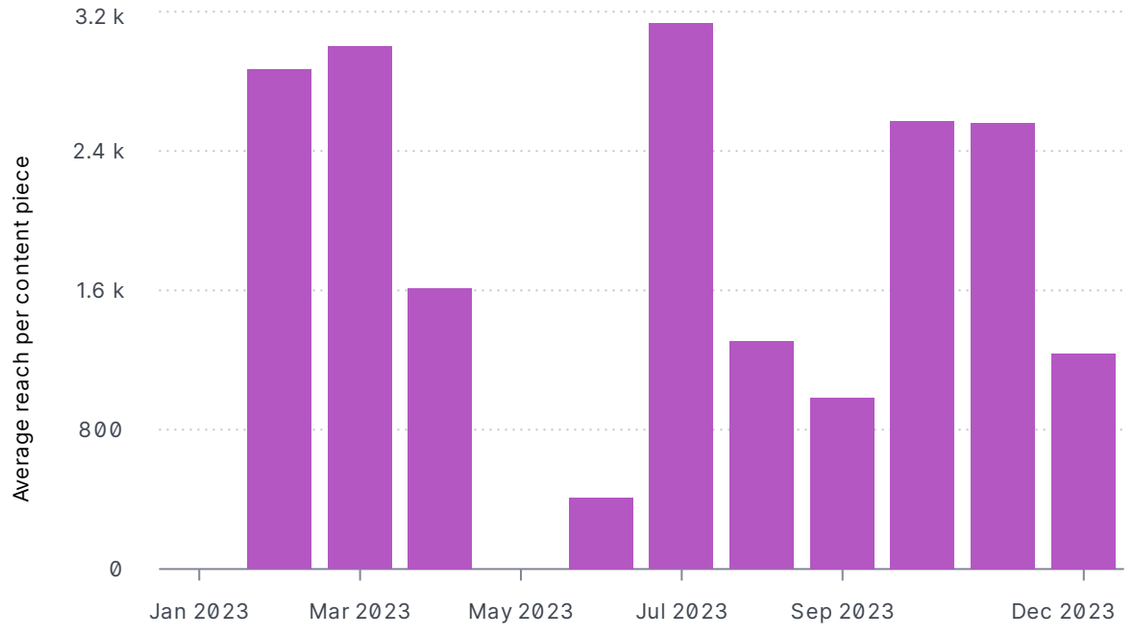
PROFILE LEVEL



Profiles: Manzana Postobón 1

Evolución alcance medio
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023 Aggregated by **Month**

POST LEVEL



Profiles: Manzana Postobón 1

---...

Impressions
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023

PROFILE LEVEL

19.6 M

Impressions

23.39 M Previous Period

-16.19% ↘ Relative Change

Profiles: Manzana Postobón

Interacciones
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023

POST LEVEL

13 883

Engagements

29 123 Previous Period

-52.33% ↘ Relative Change

Profiles: Manzan...ostobón 1

E. R % (Sin reels)
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023

POST LEVEL

0.4%

Impressions engagement rate

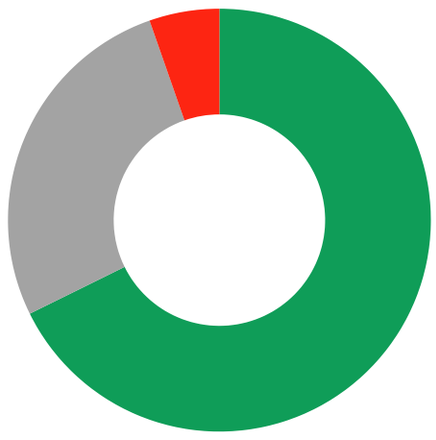
3.14% Previous Period

-87.39% ↘ Relative Change

Profiles: Manzan...ostobón 1

Sentimiento en los comentarios
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023

POST LEVEL



Sentiment of comments

Positive	**935** (67.7%)
Neutral	**372** (26.94%)
Negative	**74** (5.36%)

Profiles: Manzana Postobón 2

Rendimiento por publicaciones (Sin reels)
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023 Sort by Impressions engagement rate ↓ | 9 of 9 results

POST LEVEL

Content	Type	Date	Organic impressions	Engagements	Impressions engagement rate	Sentiment
Participar es muy fácil, solo debes seguir estos pasos: 1...		Mar 17, 2023 12:18	13 691	1 518	11.09%	POSITIVE
Sé el mejor comprador de la nueva colección de Postob...		Aug 10, 2023 10:28	516	45	8.72%	N/A
Participa por 1 de los 10 cupos para la Carrera De Las R...		Sep 14, 2023 13:35	4 632	382	8.25%	STRONGLY POSITIVE
Participa por 1 pase doble para el concierto de The We...		Sep 21, 2023 12:03	6 522	503	7.71%	STRONGLY POSITIVE
Nuestro Manzana Team nos representó por todo lo alt...		Dec 06, 2023 15:29	1 584	102	6.44%	STRONGLY POSITIVE
Celebramos con una sonrisa las 32 vueltas olímpicas d...		Feb 17, 2023 13:05	3 510	159	4.53%	N/A
¿Vamos para la Ruta Medellín? Es muy fácil, participa p...		Apr 04, 2023 18:15	6 394	289	4.52%	POSITIVE
El Cycling Club trae un nuevo reto: URRAO! El mejor com...		Aug 10, 2023 12:22	51 973	504	0.97%	POSITIVE
32 vueltas olímpicas del Rey de Copas, felicitaciones a ...		Feb 17, 2023 12:40	N/A	N/A	N/A	N/A

Profiles: Manzana Postobón 2

Facebook

Comunidad
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023

PROFILE LEVEL

331 340

Total community size

335 784 Previous Period

-1.32% Relative Change

Profiles: Manzan...ostobón 1

Número de post
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023

POST LEVEL

9

Number of content pieces

5 Previous Period

+80% Relative Change

Profiles: Manzan...ostobón 3

Impresiones orgánicas
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023

PROFILE LEVEL

149 267

Impressions

128 830 Previous Period

+15.86% Relative Change

Profiles: Manzan...ostobón 2

Interacciones totales
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023

POST LEVEL

1 747

Engagements

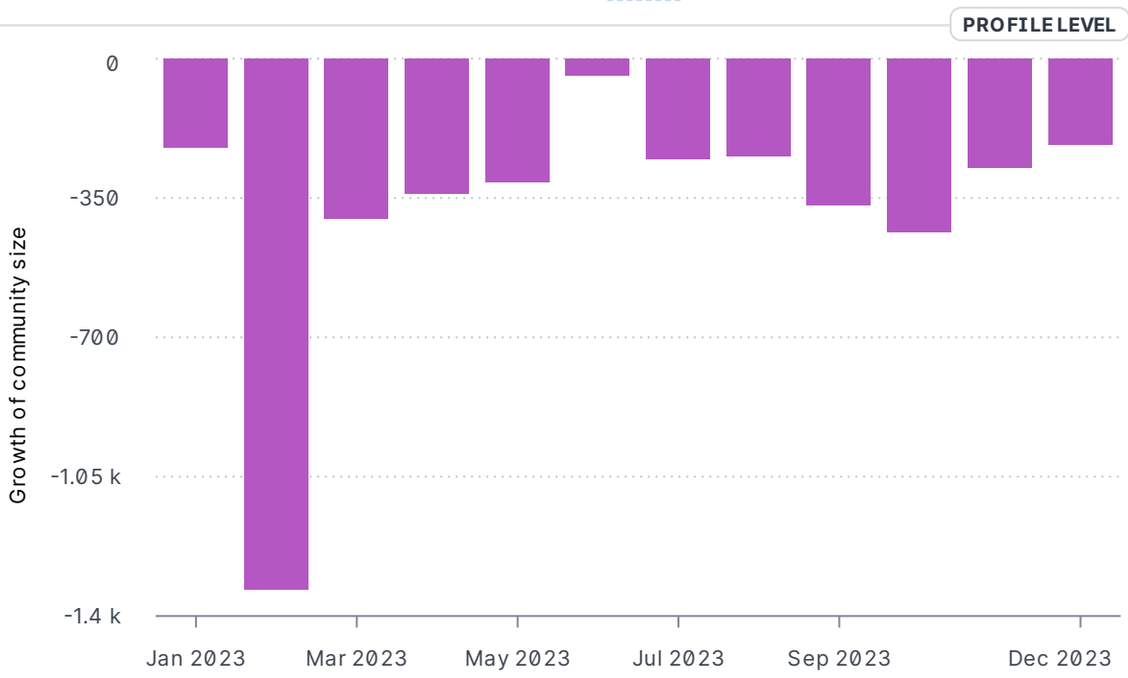
1 797 Previous Period

-2.78% Relative Change

Profiles: Manzan...ostobón 3

Crecimiento comunidad
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023 Aggregated by **Month**

PROFILE LEVEL



Profiles: Manzana Postobón 1

Sentimiento de comentarios FB
Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023

POST LEVEL



Sentiment of comments

Negative **5** (55.56%)

Neutral **3** (33.33%)

Positive **1** (11.11%)

Profiles: Manzana Postobón 3

Rendimiento por publicaciones

Jan 01, 2023 - Dec 26, 2023 Sort by Impressions engagement rate ↓ | 9 of 9 results

POST LEVEL

Content	Type	Date	Total impressions	Organic impressions	Engagements	Impressions engagement rate	Sentiment
		Oct 12, 2023 20:18	10 319	10 319	307	2.98%	NO SENTIMENT
32 vueltas olímpicas del Rey de Cop...		Feb 17, 2023 13:05	22 571	22 571	520	2.3%	NO SENTIMENT
32 vueltas olímpicas del Rey de Cop...		Feb 17, 2023 12:40	20 043	20 043	434	2.17%	NO SENTIMENT
		Oct 13, 2023 11:38	19 351	19 351	404	2.09%	NO SENTIMENT
Valentía es reír cuando puedas y ta...		Oct 20, 2023 9:43	2 266	2 266	13	0.57%	N/A
		Oct 12, 2023 20:19	5 183	5 183	29	0.56%	N/A
Valiente es quien habla de sus mied...		Oct 21, 2023 10:59	3 735	3 735	17	0.46%	N/A
		Oct 13, 2023 11:52	7 100	7 100	23	0.32%	N/A
Enfrentar la conversación más difícil...		Oct 22, 2023 11:28	26	26	0	0%	N/A

Profiles: Manzana Postobón 4

Metrics Overview

Content

The content widget provides an omnichannel overview of your content pieces – posts, stories, replies and shares.
It allows you to:
• Select from several data sources – profiles, profile labels and post labels.
• Apply different filter sets to break the content down as you wish.
• Sort the content by a variety of metrics.
• Choose between 2 types of visualizations – cards or table.
• Resize your widget – both horizontally and vertically.

Content

The content widget provides an omnichannel overview of your content pieces – posts, stories, replies and shares.
It allows you to:
• Select from several data sources – profiles, profile labels and post labels.
• Apply different filter sets to break the content down as you wish.
• Sort the content by a variety of metrics.
• Choose between 2 types of visualizations – cards or table.
• Resize your widget – both horizontally and vertically.

Engagements

Engagements inform about how many times users engaged with a post during its lifetime.

Growth of fans

Net growth of the total number of users who follow a page. For Facebook New Page Experience, followers growth is provided instead of fans growth. Data is aggregated by day.

Number of content pieces

Sum of admin posts published on selected profiles over a selected date range.

Organic post impressions

The number of times your posts were featured in a feed or timeline.

Sentiment of comments

The breakdown of sentiment for all comments published for Facebook posts for a selected time range.

Total fans

The total number of users who follow a page. For Facebook New Page Experience, followers count is provided instead of fans count. Data is aggregated by day.

Average reach per content piece

The sum of lifetime reach for every piece of content published during the selected date range divided by the number of content pieces from the same period. The set of content can be defined by profiles, content labels, or profile labels and filtered using various parameters. This metric takes into account only brand's content (Instagram user-generated content is not counted in).

Engagements

Engagements inform about how many times users engaged with a post during its lifetime.

Growth of followers

Net growth of the total number of users who follow a profile.

Impressions

The total number of times your Instagram posts and stories were viewed over a selected date range.

Impressions engagement rate

Impressions engagement rate informs about the percentage of users who engaged with a post during its lifetime given its impressions.

Number of content pieces

Sum of admin posts published on selected Instagram profiles over a selected date range.

Profile views

The number of unique accounts that have viewed your business profile

Sentiment of comments

The breakdown of sentiment for all comments published for Instagram posts for a selected time range.

Total followers

The total number of users who follow a profile.