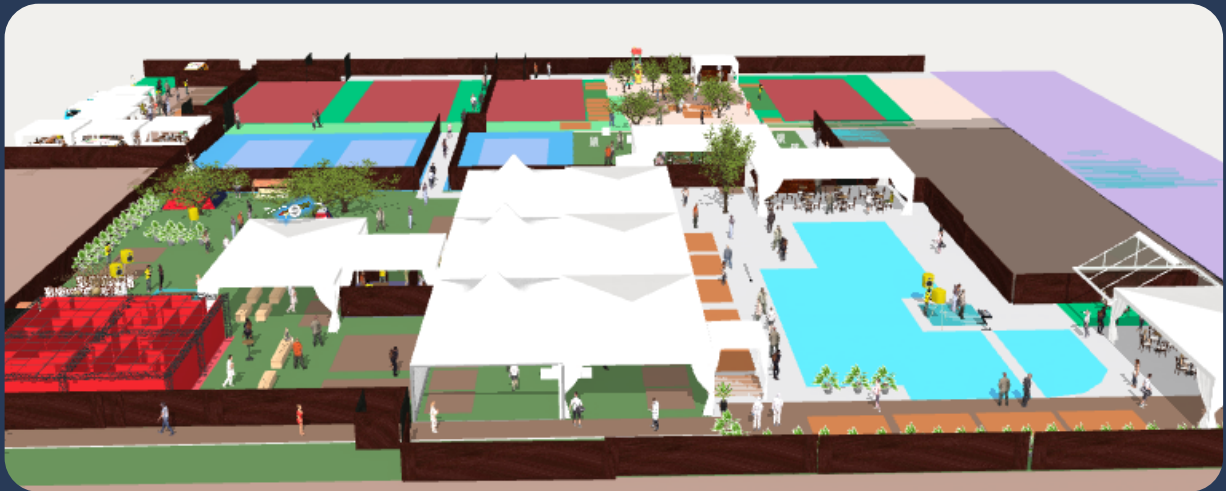




MODELO DE INTEGRACIÓN COMERCIAL PARQUE TEMÁTICO-INMERSIVO

Hotel Manantial Valencia



**CRONOVERSO
VALENCIA
MARZO
2027**

El Legado del Rancho Yupi Hee Haw: Una Alianza para la Historia.



No construimos un evento; estamos dando vida a un universo. El Rancho Yupi Hee Haw es un destino de experiencias donde las familias crean recuerdos que duran toda la vida. Hoy, abrimos las puertas a un grupo selecto de empresas que no buscan solo visibilidad, sino pertenencia. No les ofrecemos un espacio publicitario; les ofrecemos un lugar en nuestra mesa, la oportunidad de ser, junto a nosotros, los arquitectos de una tradición que marcará a las próximas generaciones."Bienvenido al CRONOVERSO...



PROPUESTA DE PARTICIPACIÓN COMERCIAL – CRONOVERSO

"Hemos diseñado una estructura donde la participación se mide por el compromiso con nuestra visión. No creemos en paquetes rígidos; creemos en el valor de la identidad."

1- Presentador Oficial (👑): "La voz y el alma del Rancho. Es el único aliado que nos acompaña en la comunicación institucional durante toda la temporada.

- Ostenta la exclusividad de sector dentro de todo el recinto. Esta posición garantiza un entorno libre de competencia directa, asegurando que la marca sea el único referente para el consumidor en su categoría.
- Su logo mantiene presencia en todo el "Ecosistema de Comunicación Omnicanal".
- Nuestro diario oficial coloca a su marca como anuncio publicitario.

2- Aliados Fundadores (★): Toda gran historia comienza con alguien que cree en ella. Son los visionarios que estuvieron desde el primer día. Son solo 10 empresas que ocupan un lugar permanente en nuestra historia.

- Su identidad corporativa es la imagen oficial en una de las diez denominaciones de nuestra moneda de circulación interna. (El Yupi).
- El aliado posee el derecho de Primera Oferta en todas las licitaciones de infraestructura, insumos y servicios. Antes de cualquier búsqueda externa.
- Su logo mantiene presencia en todo el "Ecosistema de Comunicación Omnicanal".
- Nuestro diario oficial dedica un reportaje estratégico a cada Fundador. La narrativa destaca cómo la excelencia de su producto ha sido fundamental para la historia del Rancho, posicionando a la empresa como un referente indiscutible ante nuestra audiencia.



3-Aliados del portal (🌐): "El alma de nuestros mundos. Desde la aventura del Nexo hasta el misterio de Arcania, estas empresas son los guardianes de la identidad de cada rincón del cronoverso"

- El Aliado del portal no publicita; opera. Es la marca que provee el estándar de calidad dentro de un sector específico (ej. Mississippi Club, Sonoria).
- Su producto es el único disponible en su área, funcionando como un componente integral de la narrativa de la zona.
- Su logo aparece exclusivamente cada vez que se nombre el portal donde está presente su marca y en el rancho en todo el "Ecosistema de Comunicación Omnicanal".
- Concepto: Integración de marca en la cadena de valor (No publicidad). No colocamos carteles. La marca se integra en la operación del territorio, si una marca de café es "Aliado del portal" en Arcania, no hay un letrero, hay una "Estación de Café Oficial" donde su producto es el único servido en esa zona, integrado en el mobiliario y la experiencia de servicio. El visitante no "ve" una marca, "consume" una marca como parte natural del entorno.

¿Qué es nuestro Ecosistema de Comunicación Omnicanal?

"El Ecosistema de Comunicación Omnicanal es la columna vertebral de nuestra estrategia de difusión. A diferencia de la publicidad tradicional, que lanza mensajes aislados, nuestro ecosistema conecta todos los puntos de contacto del Rancho –desde redes sociales, radio y televisión, hasta nuestros medios impresos y señalética física– en una sola narrativa coherente.

¿Qué significa esto para nuestros aliados? Que su marca no solo aparece, sino que vive y se integra en cada plataforma donde nuestra audiencia interactúa. Garantizamos que el mensaje de su empresa viaje de forma fluida entre lo digital y lo físico, asegurando una presencia constante, profesional y de alto impacto que refuerza la confianza del consumidor en todos los canales donde toma sus decisiones de compra."

4-Aliados Especializados (🏆): Son el motor del Rancho. Su producto se convierte en el "estándar oficial" del parque. Ejemplo: La marca de telefonía es la única que provee los puntos de conexión, o la marca de seguridad es la única que equipa al personal. Su marca se valida ante el público porque "es la tecnología que permite que el parque funcione, son los servicios que hacen que la experiencia sea perfecta."

- Socio estratégico de infraestructura. Son marcas que proveen la tecnología, seguridad, logística o insumos críticos que hacen posible la operatividad del cronoverso (ej. conectividad, seguridad, equipos, transporte, salud). Su propuesta de valor se basa en la validación técnica: cuando el parque funciona, es porque la tecnología del Aliado de Operación oficial del Rancho lo hace posible. Es la forma más alta de branding: la confianza operativa. "Es la tecnología que permite que el parque funcione, son los servicios que hacen que la experiencia sea perfecta."
- Su producto se convierte en el "estándar oficial" del parque.



"Donde tu marca se convierte en parte de la experiencia"



5-Aliados de Experiencia (🧑🤝🧑): "Especialistas en emociones. Estas marcas hacen posible la magia de nuestros festivales, la intensidad de nuestros espectáculos. Esta es una alianza basada en el intercambio de valor profesional, un acuerdo de colaboración mutua donde tu talento aporta la narrativa y el Rancho Yupi Hee Haw aporta la infraestructura, la vitrina y la plataforma para que tu trabajo sea el centro de una experiencia de alto nivel.

Estrategia de Desarrollo para "Aliados de Experiencia"

Para estructurar este pilar de marketing profesionalmente, debemos definir cómo se integran al "territorio" y la "historia" del Rancho:

- **Integración Narrativa (Storytelling):**
 - Los grupos (cantantes, actores, escuelas de baile) no hacen un "show" aislado. Se les asigna una "misión" o "rol" dentro del multiverso del Rancho.
 - Ejemplo: Una escuela de danza no solo baila, representa al "Gremio de Exploradores del Oeste" que recibe a los visitantes en la entrada o durante el flashmob de transición entre zonas.
- **Co-creación del Entorno:**
 - El aliado aporta su estética (vestuario, coreografía, repertorio) pero bajo el sello del Rancho.
 - Esto permite que el aliado se beneficie del tráfico y la reputación del Rancho, mientras que el Rancho gana calidad artística sin tener que producir todo desde cero.
- **Cohesión Técnica:**
 - El grupo se compromete a seguir el protocolo técnico del Rancho (gestión de pistas, músicos) y a adaptar sus piezas a la estética del portal (estética según el año del portal), manteniendo la integridad visual de la historia.

"Las grandes historias necesitan grandes aliados"



¿Qué aporta el Aliado? (Su Compromiso)

- **Gestión Comercial (Ticket de Entrada):** El aliado asume el compromiso de movilización a través de la venta de entradas. Su capacidad para atraer público es lo que garantiza su permanencia en el calendario de eventos del Rancho.
- **Ejecución de la Narrativa Flashmob (solo escuelas de baile):** El aliado debe dominar la técnica del flashmob (sorpresa, integración con el entorno y flujo de movimiento), moviendo a la audiencia desde los puntos de encuentro hacia las zonas de las tarimas principales.

¿Qué gana el Aliado? (El Valor de la Alianza)

- **Premio de Excelencia Artística en bailes Flashmob (solo escuelas de bailes):** Los grupos no solo actúan; compiten por un premio (monetario) otorgado por un Jurado Calificador experto en el concepto del Rancho. Esto eleva el prestigio de la academia que resulte ganadora.
- **Entradas de Producción (Elenco):** El grupo aliado recibe una asignación de entradas para su elenco técnico y artístico, permitiéndoles participar del "multiverso" del Rancho durante toda la jornada, viviendo la experiencia desde adentro. Recibe acceso como personal de producción, lo que garantiza su presencia y compromiso total con el cronograma de eventos.
- **Venta Directa (no aplica a las escuelas de bailes):** El aliado retiene un margen sobre la venta de entradas gestionada por ellos, convirtiendo su esfuerzo de convocatoria en una fuente directa de ingresos para su grupo, ya que la participación de todos los grupos no genera premio sino publicidad.
- **Visibilidad de Marca:** El aliado obtiene presencia en el material publicitario como "Aliado de Experiencia" oficial, asociándose con la marca Rancho Yupi Hee Haw y su infraestructura de producción profesional en el "Ecosistema de Comunicación Omnicanal".



La Evaluación del Flashmob:

- **El Rol del Jurado:** No evalúan quién hace el paso más difícil, sino quién cumplió mejor su misión. El jurado califica la capacidad de integración del grupo, su manejo del flashmob y cómo lograron que el visitante se sintiera parte del mundo que están representando.
- **El Premio de Excelencia:** Este es el incentivo para que el grupo trabaje con rigor. Al ganar este premio, la academia o grupo musical obtiene reconocimiento oficial, consolidándose como un Aliado de Experiencia de Alto Nivel dentro del ecosistema del Rancho.



“Toda gran historia comienza con alguien que cree en ella”

Hoy le extendemos una invitación para formar parte del nacimiento del Rancho Yupi Hee Haw.

No como un patrocinador.

Como un aliado que dejará su huella en una historia que apenas comienza.

La historia ya comenzó...

Esperamos escribir el próximo capítulo junto a usted.

Rancho Yupi Hee Haw

Donde las grandes marcas también forman parte de la historia.

PRODUCIDO POR



Equipo inmaginners

Rancho Yupi Hee Haw