



**AKAKOR**



# AKAKOR

**TÍTULO DEL REALITY:** “Desafío Akakor”

**TEMPORADA:** Dividida en dos ediciones: Edición “Camino de los dioses” | Edición “La ruta del Mono”

**CONDUCCIÓN:** 1 conductor principal + 1 co - conductor

**PARTICIPANTES:** 9 deportistas de alto rendimiento (5 mujeres + 4 hombres)

**TIEMPO:** 11 días

**HORAS:** 14 horas de transmisión

**KILÓMETROS:** 300 km por cada edición

**PANELISTAS:** Referentes deportivos, influencers y especialistas de categorías específicas.

**TRANSMISIÓN:** En vivo (Tiktok, YouTube y Twitch). Plataforma META para compartir los highlights.



# DESAFÍO AKAKOR



# “DESAFIO AKAKOR”

El "Desafío Akakor" es un reality show de aventura que se llevará a cabo en múltiples ediciones, cada una con un tema y una ruta específica inspirada en la riqueza cultural y geográfica del Perú. El reality retará a los participantes a enfrentar desafíos extremos mientras recorren rutas históricas y naturales, destacando tanto la resiliencia humana como la magnificencia del paisaje peruano.



AKAKOR



# REALITY SHOW



# ¿QUÉ ES EL PROGRAMA?

"Desafío AKAKOR" no es solo una competencia de resistencia, es un tributo a la majestuosidad del Perú y su geografía, y una demostración del poder de la tecnología en la era moderna.

Esta fusión entre la naturaleza indómita y la tecnología avanzada posicionará a "Desafío AKAKOR" como un reality show de alto impacto, al lograr la primera transmisión en tiempo real para multiplataformas en Perú. Así "Desafío AKAKOR" se convertirá en un hito en la producción audiovisual del país, estableciendo nuevos estándares para futuros proyectos y consolidando a Perú como un destino clave para el turismo de aventura y la producción de contenidos de alta calidad.

Con este enfoque, "Desafío AKAKOR" no solo desafiará a sus participantes, sino que también inspirará a su audiencia, demostrando que con coraje, ingenio y la tecnología adecuada, los límites pueden ser superados.



AKAKOR



# OBJETIVOS



# OBJETIVOS PRINCIPALES:

## INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Utilizar el ecosistema tecnológico de Apple y la conectividad satelital de Starlink para lograr la primera transmisión en vivo multiplataformas en Perú (Youtube, Twitch) Shorts (TikTok, Instagram, Facebook)

## IMPACTO SOCIAL Y CULTURAL

Resaltar la herencia cultural peruana, promover el turismo sostenible y generar un alto impacto positivo en las comunidades implementando una estructura de internet, conectividad gratuita durante y después de la competencia.

## POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL

Mostrar a Perú como un destino de aventura de clase mundial a través de una producción audiovisual de alta calidad, estableciendo un hito en la transmisión a más de 5,700msnm.

**AKAKOR**



# RESPONSABILIDAD SOCIAL



# IMPACTO EN EL DESARROLLO LOCAL

✦ **BENEFICIO PARA LAS COMUNIDADES:** La infraestructura tecnológica instalada para AKAKOR puede beneficiar a comunidades locales a largo plazo, mejorando su acceso a la información y la comunicación. AKAKOR hará entrega de la infraestructura a la comunidades, escuelas rurales y postas medicas que aún no disponen de accesibilidad.

Con una planificación estratégica y una ejecución efectiva, se espera promover el desarrollo económico local y generar un impacto duradero en las comunidades involucradas.

- ✦ Mayor conocimiento y valoración de las rutas incas y la cultura peruana.
- ✦ Incremento en el turismo cultural hacia las zonas involucradas.
- ✦ Generación de ingresos significativos para las comunidades locales.

Creación de empleos temporales y permanentes relacionados con el evento.



AKAKOR



EDICIÓN  
“EL CAMINO DE LOS DIOSES”



# RUTA Y DESAFÍOS



## INICIO

La travesía comienza en el Departamento de Junín, un lugar cargado de historia y cultura.

**AKAKOR**



## RECORRIDO

Los participantes cruzarán el majestuoso Apu Pariacaca, enfrentándose a desafíos que pondrán a prueba su resistencia física y mental, desde la escalada en roca hasta la navegación en ríos.

AKAKOR



## FINAL

La travesía concluye en Lunahuaná, donde se celebrará la gran final en un evento que coronará al ganador del "Desafío Akakor" con premio en efectivo y obsequios de nuestros patrocinadores.

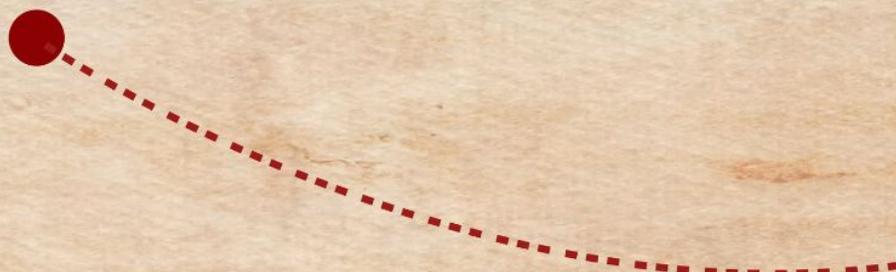
AKAKOR



EDICIÓN  
“LA RUTA DEL MONO”



# RUTA Y DESAFÍOS



## INICIO

La aventura comienza en el Nevado del Huascarán, el pico más alto de Perú, conocido por sus cumbres nevadas y su rol icónico en la cordillera blanca.

**AKAKOR**



## RECORRIDO

Los participantes se enfrentarán a desafiantes circuitos que incluirán escalada, trekking en alta montaña y orientación en condiciones extremas mientras avanzan hacia la selva alta.

AKAKOR



## FINAL

La edición culmina en una mágica microcuenca en Huánuco, un lugar de singular belleza natural que simboliza la conexión entre los Andes y la Amazonía.

**AKAKOR**



PROD.NO.

SCENE

TAKE

ROLL

DATE

PROD.CO.

SOUND

DIRE

CASTING



# TALENTOS

\* PRE CASTING - CONDUCTORES



01

**CRISTIAN  
RIVERO**

@1.3 M  
seguidores  
♪ 389.3 K  
seguidores

02

**JESÚS  
ALZAMORA**

@1,1 M  
seguidores  
♪ 410K  
seguidores

03

**TALIA  
AZCARATE**

@95,4 mil  
seguidores  
♪ 14K  
seguidores

04

**ANTONELLA  
ASERVI**

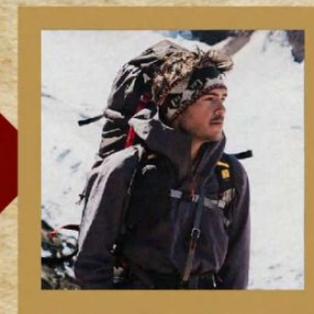
@250 mil  
seguidores  
♪ 219.9K  
seguidores

**AKAKOR**



# TALENTOS

\*PRE CASTING



01

CRISTIAN RIVERO

@ 1.3 mil seguidores  
♣ 365.6 k seguidores

02

EDUARDO ROMAY

@ 202 mil seguidores  
♣ 1.3 M seguidores

03

CARLA RUEDA (COTITO)

@ 61 mil seguidores  
♣ 20.3 M seguidores

04

VALERIA FIT

@ 287mil seguidores  
♣ 286.7 K seguidores

05

FLAVIA MONTES

@ 136 mil seguidores  
♣ 50.5 M seguidores

06

JOSE MOSTAJO

@ 141 mil seguidores  
♣ 4091 seguidores

AKAKOR

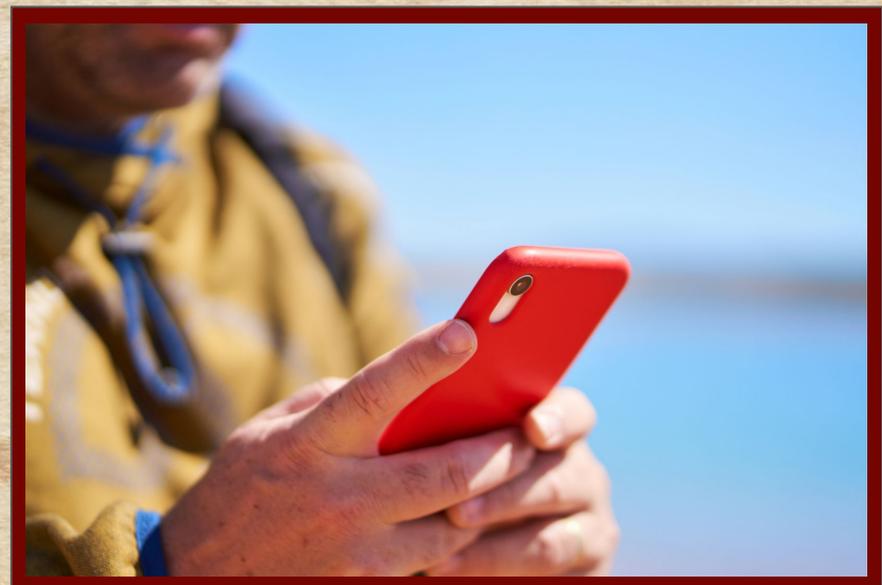


ALCANCE



# PÚBLICO OBJETIVO

- **Género: Todos**
- **Edad: 20 a 45 años**
- **NSE: A y B**
  - **Intereses:**
    - **Reality shows**
    - **Deportes:**
      - **Running**
      - **Trekking**
      - **Ciclismo de montaña**
      - **Deportes de aventura**
      - **Montañismo**
      - **Camping**
    - **Deportistas (perfiles)**
    - **Tecnología**
    - **Streaming**
    - **Redes sociales**
    - **Apple / DJI / StarLink**
    - **Eco friendly**
    - **Sustentabilidad**
    - **Viajes**
    - **Aventura**
    - **Turismo**
    - **Vida Sana**
    - **Mindfulness**





# ALCANCE

- El alcance del reality show es medible por etapas de desarrollo de las campañas de marketing en las diversas plataformas que tendrá el programa.
- El plan de marketing está dividido por etapas:
  - Campaña de intriga
  - Presentación de conductores y casting
  - Lanzamiento del programa
  - Highlights
- Cada una de estas etapas tiene un alcance esperado que se calcula en base a el engagement que tienen nuestros conductores y competidores en sus redes sociales y la pauta publicitaria en las diversas plataformas digitales.



# ALCANCE

- **Campaña de Intriga (Expectativa)**
  - **TikTok y YouTube:** Centrarse en estas plataformas permitirá captar una audiencia juvenil y dinámica. En una campaña bien optimizada, se puede esperar un CPM (Costo por Mil Impresiones) entre \$2 y \$6 en TikTok y \$4 a \$8 en YouTube, lo que da un promedio de 625,000 impresiones en TikTok y 312,500 en YouTube, sumando un alcance de 937,500 impresiones.
  - **Instagram y Facebook:** Aquí el enfoque es mantener la presencia de marca, con un CPM de entre \$5 y \$8. Se puede esperar alcanzar 150,000 impresiones adicionales.
  - **Total Esperado en la Campaña de Intriga: 1,087,500 impresiones**



# ALCANCE

- Campaña de Presentación de conductores y casting
  - **TikTok y YouTube:** En esta fase de lanzamiento, con el presupuesto de pauta incrementado y nuevos contenidos como las presentaciones del casting y la ruta, se espera mantener el mismo CPM, alcanzando alrededor de 1,250,000 impresiones en TikTok y 625,000 en YouTube, sumando un alcance de 1,875,000 impresiones.
  - **Instagram y Facebook:** Siguiendo la estrategia de presencia y fidelización, se pueden alcanzar unas 300,000 impresiones adicionales.
  - Total Esperado en la Campaña de Lanzamiento: **2,175,000 impresiones**



## CRECIMIENTO ESTIMADO DE SEGUIDORES

Tomando en cuenta los contenidos de intriga, el nivel de interacción generado y el incremento de audiencia en la presentación de los conductores y participantes, el crecimiento de seguidores sería aproximadamente:

- **TikTok:** Se proyecta una tasa de conversión de 1% a 2% de seguidores sobre el alcance. Esto da un incremento de entre **30,000 y 65,000 seguidores para TikTok.**
- **YouTube:** Con una tasa de conversión un poco más baja (0.5% a 1%) debido a la naturaleza de contenido más largo, se espera un incremento de entre **10,000 y 20,000 suscriptores.**
- **Instagram:** Al ser una plataforma de fidelización y contenido visual breve, se estima una conversión cercana al 1%, incrementando entre **10,000 y 15,000 seguidores.**
- **Facebook:** Aquí la tasa de conversión es más conservadora, con un aumento esperado de **5,000 a 8,000 seguidores.**



# ALCANCE

## Campaña de Lanzamiento del Reality

### **Estrategia de Retención de Audiencia**

Para mantener una audiencia consistente, es fundamental enfocarnos en una experiencia de usuario inmersiva y mantener un flujo de contenido atractivo que invite a los usuarios a permanecer en la transmisión. Las siguientes estrategias están orientadas a captar y retener al público objetivo:

- **Transmisión Segmentada y Actualizaciones en Tiempo Real**  
Dividir las 24 horas de transmisión en segmentos temáticos y rotar el enfoque en diferentes actividades de los participantes: desafíos de la ruta, preparación de equipos, adaptaciones a las condiciones extremas, y momentos de interacción con el equipo de soporte.
- **Contenidos Adicionales para Crear Suspense**  
Publicar en Instagram y Facebook reels y resúmenes de los momentos de preparación, destacando desafíos físicos, el estado de ánimo de los participantes, y detalles del proceso de adaptación.
- **Incentivos de Permanencia**  
Crear momentos exclusivos para los espectadores recurrentes, como desafíos interactivos, trivias, y sorteos, donde puedan participar para ganar premios relacionados con el programa (equipos, ropa de montaña, pases para la final, cámaras exclusivas, etc.).



# ALCANCE

## Campaña de Lanzamiento del Reality

### Estimación de Seguidores por Plataforma

#### TikTok

- Objetivo de Seguidores: TikTok tiene un alto potencial de viralización, especialmente para formatos de contenido breve y emocionante.
- Expectativa: Generar entre **250,000 y 300,000 seguidores en TikTok** durante el lanzamiento, gracias a la interacción en videos de desafíos, highlights, y el impacto de influencers invitados en los co-streamings.

#### YouTube

- Objetivo de Seguidores: Dado que YouTube es la plataforma principal de transmisión continua, el contenido en vivo atraerá a una audiencia recurrente.
- Expectativa: Lograr entre **200,000 y 250,000 nuevos suscriptores en YouTube**, con la transmisión continua y los momentos destacados que invitan a seguir el canal.

#### Twitch

- Objetivo de Seguidores: Con la transmisión continua y los co-streamings de influencers, Twitch atraerá a una audiencia entusiasta de transmisiones en vivo.
- Expectativa: Lograr entre **50,000 y 75,000 seguidores en Twitch**, principalmente del segmento gamer y de fanáticos de los deportes extremos.



# ALCANCE

## Campaña de Lanzamiento del Reality

### Estimación de Seguidores por Plataforma

#### Facebook

- Objetivo de Seguidores: Aunque menos segmentado para el público joven, Facebook retendrá una audiencia más amplia a través de actualizaciones visuales y resúmenes.
- Expectativa: Captar entre **70,000 y 100,000 seguidores adicionales en Facebook.**

#### Instagram

- Objetivo de Seguidores: En Instagram, la campaña atraerá usuarios que buscan contenido visual y cercano de los participantes y paisajes.
- Expectativa: Alcanzar entre **100,000 y 150,000 nuevos seguidores**, apoyado por historias, reels y activaciones de marca.

#### Web del Programa

- Objetivo de Tráfico Regular y Suscriptores al Newsletter: Incentivar el seguimiento en redes y en el sitio web del programa.
- Expectativa: Captar entre **25,000 y 50,000 suscriptores al newsletter o seguidores en la web del programa.**



# MARCAS Y AUSPICIOS



# PERFIL DE MARCAS

El perfil adecuado para las marcas auspiciadoras del "Desafío Akakor" debería estar alineado con los valores del programa: innovación tecnológica, sostenibilidad, deporte y conexión con la naturaleza.

Tipos de marcas que pueden encajar con Akakor teniendo como puntos comunes la sostenibilidad, tecnología e innovación, deporte y turismo:

## **Deporte y Vida Saludable**

Las marcas en este rubro se enfocan en productos y servicios que promueven la actividad física y el bienestar, como ropa deportiva, bebidas hidratantes y suplementos.

## **Innovación y Tecnología**

Estas marcas se alinean con el uso de tecnologías innovadoras para la conectividad y transmisión, como Starlink y DJI, utilizados en la producción del reality.

## **Ecología y Sostenibilidad**

Las marcas en este rubro destacan por su compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad, tanto en sus productos como en sus operaciones.

## **Turismo y Aventura**

Estas marcas ofrecen servicios y productos que promueven el turismo de aventura y la exploración de la naturaleza, muy alineados con las actividades de Akakor en el Qhapaq Ñan.

**AKAKOR**



# OFERTA COMERCIAL

“El Desafío Akakor” es un reality show altamente comercial, que ofrece una gran oportunidad a las marcas de exhibir sus productos o servicios de una forma innovadora y con un alcance mucho más grande y real que en la televisión tradicional.

¿Que le ofrecemos a las Marcas?

## **24 horas de transmisión ininterrumpida multiplataforma y multiformato**

Exposición constante de productos y servicios durante la transmisión (dependiendo del paquete)

- Banners y logo durante transmisión
- Spot publicitario en pausas comerciales (no se detendrá transmisión)
- Product placement
- Arco de llegada y salida en la ruta
- Banners y banderas publicitarias en la ruta y accesos auxiliares

Interacción con las redes sociales de conductores y participantes

- Reels, historias, post, product placement, etc

Activaciones durante campaña de intriga y presentación del casting

Presencia en equipamiento de participantes (solo paquete platinum)

- Gorras, casaca (pecho y espalda), mochila, etc

Merchandising

**AKAKOR**



# PAQUETES COMERCIALES

Se han elaborado 2 tipos de paquetes comerciales: Empresarial y PyME

Los paquetes empresariales son 4 y han sido elaborados dando presencia continua a nuestras marcas aliadas, están presente no solo durante la transmisión si no desde la misma campaña de intriga.

- Platinum
- Oro
- Plata
- Bronce

Los paquetes para PyME son dos y han sido elaborados para darle visualización a las marcas mas cerca a los competidores y sus comunidades.

- Mediana empresa
- PyME

Link:

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1t\\_vC0AE6379lCb7Xbm4Vmhb9D8ipwxs2Opx-88HwsTs/edit?gid=1761681062#gid=1761681062](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1t_vC0AE6379lCb7Xbm4Vmhb9D8ipwxs2Opx-88HwsTs/edit?gid=1761681062#gid=1761681062)



# MOCKUPS



**AKAKOR**



# MOCKUPS



CONFESIONARIO

AKAKOR



# MOCKUPS



UNIDADES MÓVILES

**AKAKOR**



 923 479 384



[produccion@desafioakakor.com](mailto:produccion@desafioakakor.com)

[marketing@desafioakakor.com](mailto:marketing@desafioakakor.com)