DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL

CORPORATIVA DE REVISTA



PROMOVEMOS TALENTO

VÍCTOR JOSÉ & SEBASTIÁN OLIVA

PARA LA PROMOCIÓN DE LOS TALENTOS

INDEPENDIENTES EN EL SECTOR CREATIVO DE RD


REDUCED TO
$ 9.99
CREATE
THE
YOU
WISH
FOR ARTIST TO ARTIST
DELETE THEIR NUMBER
ONLY WENT ON ONE DATE
WHAT WAS I THINKING?!
WE'RE COOL BUT NOT FRIENDS
WHAT IF??

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA - UNIBE

Facultad de Ciencias Humanas
Escuela de Artes
Escuela de Comunicación
Mención Publicidad

"Desarrollo de Identidad Visual Corporativa de una Revista Para La Promoción de Los Talentos Independientes en El Sector Creativo"

Sustentante(s):

Víctor José Pujols (22-0695)
Sebastián Oliva Díaz (20-0987)

Proyecto Final de Grado para optar por el título de
Licenciado(a) en Comunicación, Mención Publicidad

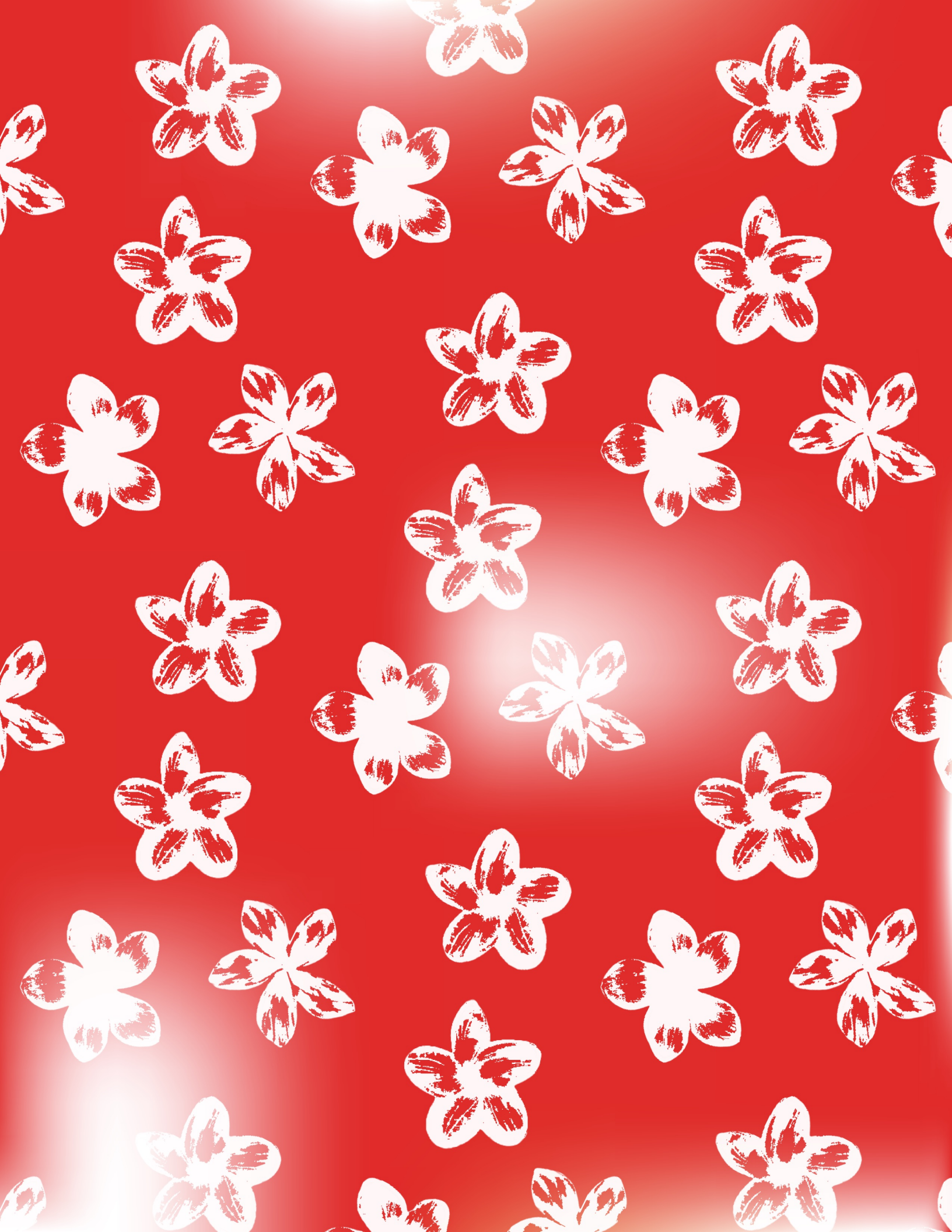
Nombre asesor(a/es):

Laura Mena Peguero
Moises Santana

Santo Domingo, D.N.
República Dominicana
21/06/2024

Los conceptos expuestos en el presente trabajo son de la exclusiva responsabilidad del/la (los) sustentante(s) del mismo.

Firma asesor titular:_____ Calificación:_____ Fecha:_____



Índice de contenido

1. Introducción 12
Resumen Ejecutivo 12-13
Descripción del Proyecto 14-15

2. Marco Teórico 16
Antecedentes 16-20
Línea de tiempo 22-23
Glosario de terminos 24-25
Justificación 27-28

3. Metodología 29
Objetivos de la investigación 30-31
Descripción 32
Fases de la investgación y cronograma 32
Población y muestra 33-34
Método de investigación 35
Instrumento 36

4. Resultados del Estudio (Según objetivos) 37

5. Conclusiones y recomendaciones. 51-53

6. Pensamiento estratégico 54-55

7. Análisis del Entorno 56
FODA 57
PEST 58

8. Segmentación 59
Estimación de mercado 59-60
Perfiles de consumidor 62-64

9. Objetivos de la Propuesta 65-66

10. Plan de mercadeo 67

11. Propuesta 77-141
Identidad visual 86

12. Costos y Presupuesto 143-146

13. Estatus Legal 147-148

14. Bibliografía 149

15. Webgrafía 150

Índice de anexos

16. Anexos 151
Aprobación de problemática 152
Aprobación de comité de ética 153
Aprobación de tema 154
Instrumento 155
17. Cotizaciones 160-175
Cotización 1 160
Cotización 2 161
Cotiazción 3 162
Cotización 4 163
Cotización 5 164
Cotización 6 165
Cotización 7 166
Cotización 8 167
Cotización 9 168
Cotización 10 169
Cotización 12 170
Cotización 13 171
Cotización 14 172
Cotización 15 173
Cotización 16 174
Cotización 17 175

Dedi

FAMILIARES

catoria

Y AMIGOS

De VICTOR PARA USTEDES...

Gracias a Vilma Pujols , mi madre, aquella que hizo posible todo esto, la que me dio la oportunidad de cursar esta carrera que tanto me apasiona, sin su apoyo incondicional y sus reproches maternales no hubiera llegado a la recta final con tanto orgullo. Le doy las gracias por ser mi soporte en todo este camino, gracias por invertir en mi futuro, por creer en mí y en todo mi potencial, gracias por siempre mostrar interés en cada proyecto que hacía sin reproches ni desdén, gracias por el sacrificio que haces cada día por asegurar mi futuro en la sociedad en la que vivimos, gracias mamá.

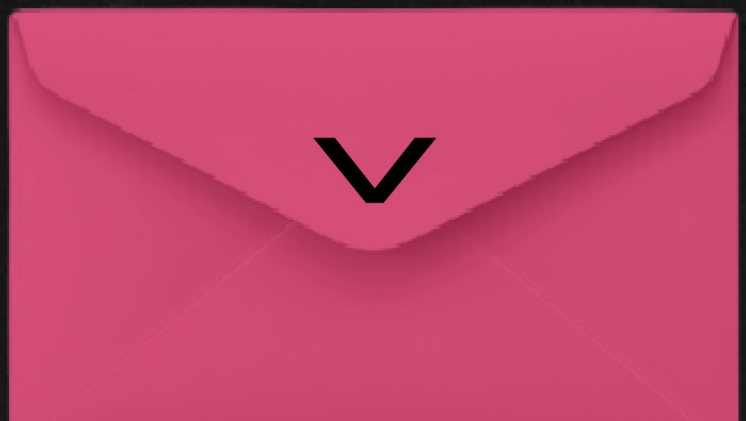
Gracias a Ruth Pujols Mi segunda madre, mi tía preferida que siempre ha estado para mí en lo que necesite, por ser un gran apoyo para mi madre, hacerme reír en los momentos que más lo necesitaba viviendo esta experiencia universitaria, acompañándome junto a otros en este camino académico, gracias por verme crecer guiandome cada vez que podías, sobretodo enseñandome a ser paciente con ciertas personas. Gracias tía por tus ocurrencias y consejos.

Gracias a Frank Abel Castillo una persona muy especial que ha estado conmigo en estos últimos meses de trabajo arduo, apoyándome cuando más lo necesitaba, brindándome palabras de aliento cada vez que me veía afectado por el estrés, le doy las gracias por aportar con su intelecto, sus preguntas y sus expresiones de agrado cuando le mostraba cada pequeño progreso que tenía con este libro. Sin él hubiera disfrutado un poco menos este proceso lleno de altas y bajas, gracias por preocuparte por mi bienestar.

Gracias a mis amigas que nunca pararon de creer en mí siempre dandome alientos y motivandome a nunca rendirme, su apoyo incondicional me ayudó a superar obstaculos que nunca creía que iba sobrepasar, gracias chicas, En especial a Ámbar Durán por tener un visión compartida de este proyecto, ayudandome a tener más de dos ojos y generando ideas en las veces que las necesitaba.

Gracias a mis abuelos, Leonarda Pujols y Félix Pujols por apoyarme en todo lo que podían en este trayecto, la sabiduría que me aportaron y por todos sus buenos consejos, les agradezco por estar junto a mí en las buenas y en las malas ayudando a formarme como una buena persona y un buen profesional, gracias abuela y Papá Félix.

Gracias a mis compañeros de trabajo por siempre ser empáticos y darme apoyo con este proyecto, dandome sabios consejos en momentos donde más los necesitaba, también doy las gracias a mis supervisores por la flexibilidad que me han brindado al igual que su entendimiento.



De SEBASTIÁN PARA USTEDES...

Dionisia Virginia Díaz Cordero a mi madre, por sus sacrificios incondicionales y su apoyo constante, no solo en lo académico, sino en todas las facetas de mi vida. Su esfuerzo y dedicación me han permitido alcanzar mis metas, y su amor ha sido mi mayor fuente de inspiración. Gracias por ser la guía que me ha forjado en el hombre que soy hoy, esperando siempre ser digno del orgullo que anhelo en su mirada.

Shantal Mary Jiménez López, A mi pareja, quien con su paciencia, amor y constante aliento, me ha mantenido firme en los momentos más difíciles. Su apoyo incansable me ha brindado la fortaleza para perseverar, y su amor ha iluminado mi vida de formas que nunca creí posibles. Gracias por ser mi motor, mi inspiración, y por darme la confianza de que todo es posible con esfuerzo y dedicación.

Montserrat del Carmen Taveras Mauad y Alicia María Ortiz Alba, quienes, con su amistad y apoyo incondicional, siempre estuvieron a mi lado en los momentos en que más lo necesité. Su solidaridad y compañía me han impulsado a seguir adelante.

Anika Maree O'Connell Temple mi querida amiga, quien, a pesar de sus propios desafíos, siempre me abrió las puertas de su hogar y su corazón. Gracias por tu generosidad y por estar dispuesta a ayudarme en cada paso de este camino.

Finalmente, seres queridos a todos mis seres queridos y amigos, quienes siempre mostraron interés y preocupación por mi progreso. Su constante ánimo fue una de las principales razones por las que logré culminar esta etapa, y gracias a ustedes estoy listo para emprender los nuevos desafíos que me esperan.













Resumen Ejecutivo









La falta de visibilidad de los talentos emergentes e independientes dominicanos en disciplinas creativas como el diseño, la fotografía, la publicidad, las artes visuales y el cine dentro del Distrito Nacional es un obstáculo significativo que impide que estos talentos se destaquen en un mercado competitivo y limita su desarrollo profesional y oportunidades laborales. El proyecto tiene como objetivo identificar los factores que afectan la visibilidad de estos talentos, los medios que pueden favorecer su reconocimiento y las estrategias efectivas para mejorar su visibilidad dentro de la industria creativa.

El estudio revela que, aunque existe un reconocimiento creciente de la creatividad como un valor profesional, las barreras para la visibilidad de los talentos emergentes continúan siendo una preocupación. Si no se toman medidas para abordar estas barreras, el sector creativo de la República Dominicana podría enfrentar un estancamiento en su crecimiento y desarrollo. Por lo tanto, se proponen recomendaciones prácticas para mejorar el reconocimiento de estos talentos, lo que contribuiría al dinamismo y crecimiento del sector creativo en el país.

Creativity is contagious. pass it on...

Descripción del Proyecto

La investigación se centra en la visibilidad que se les otorga a los talentos emergentes dominicanos en diversas disciplinas creativas como el diseño, la fotografía, la publicidad, las artes visuales, la arquitectura y el cine, dentro del Distrito Nacional. Esta situación ha hecho que muchos de estos nuevos talentos luchen por obtener el reconocimiento necesario para destacarse en un mercado competitivo o no logrado establecerse en la misma. A pesar del creciente reconocimiento de la creatividad como un valor profesional, la falta de visibilidad sigue siendo un obstáculo significativo.

De continuar esta situación, es importante comprender y abordar las barreras que limitan la visibilidad de estos talentos emergentes. Sin una intervención adecuada, la falta de visibilidad obstaculiza el desarrollo profesional, limita sus oportunidades laborales y restringe el crecimiento del sector creativo en la República Dominicana. El proyecto identifica cuáles son los factores que afectan la visibilidad de los talentos emergentes, cuáles medios favorece a los talentos a lograr obtener la visibilidad necesaria y cómo se pueden diseñar estrategias efectivas para mejorar su reconocimiento dentro de la industria creativa.

Esto ha hecho que se realice un análisis profundo de la visibilidad de los talentos emergentes que identifican sus necesidades y desafíos específicos, desarrollando un proyecto acorde a la conceptualización de una solución **gráfico-creativa** que aborde el tema en cuestión.

De creativos para creativos

De continuar esta situación sin cambios, se corre el riesgo de que muchos talentos potenciales no logren desarrollarse plenamente, lo que perjudica tanto a los individuos como al sector creativo en general. Por lo tanto, en este proyecto se desarrollan recomendaciones prácticas para mejorar la visibilidad y el reconocimiento de estos talentos, contribuyendo así al dinamismo y crecimiento del sector creativo en la República Dominicana.

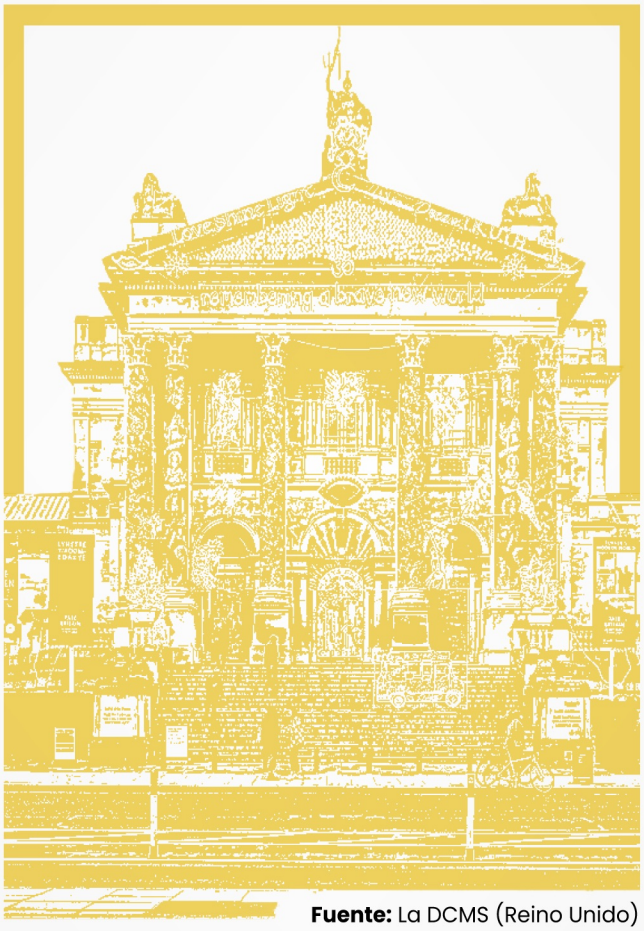
Se propone la creación de una plataforma que sea acorde para todos los individuos que forman parte de la industria creativa, con el objetivo de incentivar a marcas, instituciones y a la sociedad dominicana a reconocer y valorar el potencial de cada talento emergente en el sector. Este medio especializado proporcionará una plataforma centralizada y profesional, diseñada para promover y visibilizar el trabajo de los nuevos talentos, facilitando su integración y reconocimiento en el mercado competitivo. Con esta iniciativa, se busca fortalecer el vínculo entre los creativos emergentes y los diversos actores del ecosistema creativo, fomentando así un entorno más dinámico y colaborativo que impulse el desarrollo y el crecimiento del sector en la República Dominicana.



Antecedentes

El término **"industrias creativas"** comenzó a ganar prominencia en la década de 1990, aunque el sector haya estado en movimiento desde el siglo XIX. Estas industrias se han convertido en un motor importante de la economía global, generando empleo, riqueza e impacto cultural. En 1997, el Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS) del Reino Unido definió las industrias creativas como aquellas que tienen su origen en la creatividad, habilidad y talento individuales, y que tienen un potencial para la creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de propiedad intelectual. Esta definición incluye una amplia gama de sectores como la publicidad, el diseño, la moda, la música, las artes escénicas, la televisión y el cine, entre otros **(Department for Digital, Culture, Media and Sport [DCMS], 1998).**

En esta década, la República Dominicana se encontraba en un proceso de transición hacia una economía más abierta y diversificada. Existía una creciente conciencia de la necesidad de diversificar la base productiva del país. El desarrollo del sector creativo ha estado estrechamente ligado a la evolución tecnológica y a los cambios en el consumo cultural y de medios. En las primeras etapas, la creación y distribución de productos creativos se centraba en formas tradicionales como las artes visuales, la literatura y la música. Sin embargo, con la llegada de la era digital, la capacidad de crear, distribuir y consumir contenido en el país se transformó radicalmente **(UNCTAD, 2018)**. Finalizando el siglo XX, en el año 2000, se creó la Dirección



Fuente: La DCMS (Reino Unido)

General de Cine (DGCINE) con el objetivo de impulsar el desarrollo de la industria cinematográfica dominicana. Esta iniciativa marcó un hito fundamental para el sector audiovisual, atrayendo inversiones y promoviendo la producción local de películas. La creación de la DGCINE tuvo un impacto significativo en el sector cinematográfico dominicano. Se incrementó la producción de películas nacionales, se generaron nuevos empleos y se impulsó la exportación de películas dominicanas a mercados externos, evolucionando el sector creativo e incentivando a una nueva generación a ser parte de esta **(Dirección General de Cine [DGCINE], 2000).**

En la primera década del siglo XXI, las tecnologías digitales y las plataformas en línea revolucionaron las industrias creativas. La música digital, el cine y la televisión en streaming, y las redes sociales han cambiado cómo los productos creativos son consumidos y comercializados. Este período también vio un incremento significativo en la globalización de los mercados creativos, permitiendo a los creadores acceder a audiencias globales más fácilmente (Ravensbourne University London, 2020).

Además, los gobiernos de todo el mundo comenzaron a reconocer el valor económico de las industrias creativas. Políticas y programas fueron implementados para apoyar a estos sectores, destacando su contribución no solo a la economía sino también a la identidad cultural y la cohesión social. A raíz de los cambios que estaba teniendo el mundo con la industria, reconociendo la creatividad y todo lo que conlleva en el ámbito laboral como parte esencial de la sociedad.

La Ley General de Cultura marcó un hito al reconocer el valor económico, social y cultural de las industrias creativas en la República Dominicana. Esta ley establece principios fundamentales para su fomento y desarrollo, abriendo un camino prometedor para este sector. Sin embargo, la implementación de la ley no estuvo exenta de desafíos. La falta de recursos financieros suficientes para apoyar las iniciativas y programas establecidos en la ley representó un obstáculo significativo. A esto se sumaba la falta de coordinación entre las diferentes instituciones gubernamentales y entidades privadas involucradas en el sector creativo, lo que dificulta la ejecución efectiva de las políticas públicas (World Economic Forum, 2021).

Al igual que en el panorama global, las industrias creativas en la República Dominicana han experimentado un crecimiento notable en los últimos años, convirtiéndose en un sector dinámico y fundamental para la economía nacional. Diversos indicadores señalan un avance significativo en este sector. No obstante, a pesar del crecimiento, el sector enfrenta desafíos significativos. Uno de los más destacados es la brecha de habilidades. Informes gubernamentales sucesivos han identificado la necesidad de mejorar las competencias y habilidades dentro del sector para mantener su crecimiento y competitividad. La rápida evolución de la tecnología y la aparición de nuevas herramientas como la inteligencia artificial están cambiando las demandas de habilidades en el sector, creando incertidumbre sobre el futuro de algunos trabajos creativos tradicionales **(Ravensbourne University London, 2020).**

Además, los gobiernos de todo el mundo comenzaron a reconocer el valor económico de las industrias creativas. Políticas y programas fueron implementados para apoyar a estos sectores, destacando su contribución no solo a la economía sino también a la identidad cultural y la cohesión social. A raíz de los cambios que estaba teniendo el mundo con la industria, reconociendo la creatividad y todo lo que conlleva en el ámbito laboral como parte esencial de la sociedad en el 2006, se promulgó la Ley General de Cultura, estableciendo el marco legal para el desarrollo y promoción de la cultura en el país, incluyendo las industrias creativas. Esta ley sentó las bases para la creación de políticas públicas específicas para el sector **(Ministerio de Cultura de la República Dominicana, 2006).**

necesidad de mejorar las competencias y habilidades dentro del sector para mantener su crecimiento y competitividad. La rápida evolución de la tecnología y la aparición de nuevas herramientas como la inteligencia artificial están cambiando las demandas de habilidades en el sector, creando incertidumbre sobre el futuro de algunos trabajos creativos tradicionales (Ravensbourne University London, 2020).

Además, los gobiernos de todo el mundo comenzaron a reconocer el valor económico de las industrias creativas. Políticas y programas fueron implementados para apoyar a estos sectores, destacando su contribución no solo a la economía sino también a la identidad cultural y la cohesión social. A raíz de los cambios que estaba teniendo el mundo con la industria, reconociendo la creatividad y todo lo que conlleva en el ámbito laboral como parte esencial de la sociedad en el 2006, se promulgó la Ley General de Cultura, estableciendo el marco legal para el desarrollo y promoción de la cultura en el país, incluyendo las industrias creativas. Esta ley sentó las bases para la creación de políticas públicas específicas para el sector **(Ministerio de Cultura de la República Dominicana, 2006).**



Fuente: Ministerio de Cultura



La Ley General de Cultura marcó un hito al reconocer el valor económico, social y cultural de las industrias creativas en la República Dominicana. Esta ley establece principios fundamentales para su fomento y desarrollo, abriendo un camino prometedor para este sector. Sin embargo, la implementación de la ley no estuvo exenta de desafíos. La falta de recursos financieros suficientes para apoyar las iniciativas y programas establecidos en la ley representó un obstáculo significativo. A esto se sumaba la falta de coordinación entre las diferentes instituciones gubernamentales y entidades privadas involucradas en el sector creativo, lo que dificulta la ejecución efectiva de las políticas públicas

(World Economic Forum, 2021).

Fuente: Linkedin

Los gobiernos de todo el mundo comenzaron a reconocer el valor económico de las industrias creativas. Políticas y programas fueron implementados para apoyar a estos sectores, destacando su contribución no solo a la economía sino también a la identidad cultural y la cohesión social. A raíz de los cambios que estaba teniendo el mundo con la industria, reconociendo la creatividad y todo lo que conlleva en el ámbito laboral como parte esencial de la sociedad en el 2006, se promulgó la Ley General de Cultura, estableciendo el marco legal para el desarrollo y promoción de la cultura en el país, incluyendo las industrias creativas. Esta ley sentó las bases para la creación de políticas públicas específicas para el sector **(Ministerio de Cultura de la República Dominicana, 2006).**

Al igual que en el panorama global, las industrias creativas en la República Dominicana han experimentado un crecimiento notable en los últimos años, convirtiéndose en un sector dinámico y fundamental para la economía nacional. Diversos indicadores señalan un avance significativo en este sector.

No obstante, a pesar del crecimiento, el sector enfrenta desafíos significativos. Uno de los más destacados es la brecha de habilidades. Informes gubernamentales sucesivos han identificado la necesidad de mejorar las competencias y habilidades dentro del sector para mantener su crecimiento y competitividad. La rápida evolución de la tecnología y la aparición de nuevas herramientas como la inteligencia artificial están cambiando las demandas de habilidades en el sector, creando incertidumbre sobre el futuro de algunos trabajos creativos tradicionales **(Ravensbourne University London, 2020).**

Otro desafío importante es la falta de claridad en las trayectorias profesionales para los jóvenes interesados en las industrias creativas. Estudios, como el de Ravensbourne University London (2020), revelan que muchos jóvenes no reciben suficiente orientación sobre cómo ingresar al sector, lo que podría limitar la entrada de nuevo talento.

Además, la pandemia de COVID-19 tuvo un impacto severo en muchas áreas del sector creativo, especialmente en las artes escénicas y los eventos en vivo, resaltando la vulnerabilidad de estos sectores ante crisis globales. Sin embargo, también aceleró la adopción de tecnologías digitales y nuevas formas de consumo de contenido creativo **(World Economic Forum, 2021).**

Sucede en consecuencia, que debido a los avances que se han surgido al mismo tiempo se han creado distintas barreras, tres cuartas partes de los jóvenes adultos desean trabajar en las industrias creativas, pero las trayectorias profesionales no son claras, según un estudio de 1,000 jóvenes adultos encargado por Ravensbourne University London. En la última década, la fuerza laboral de las industrias creativas ha crecido a casi cinco veces la tasa del resto de la economía, lo que ha llevado a importantes brechas de

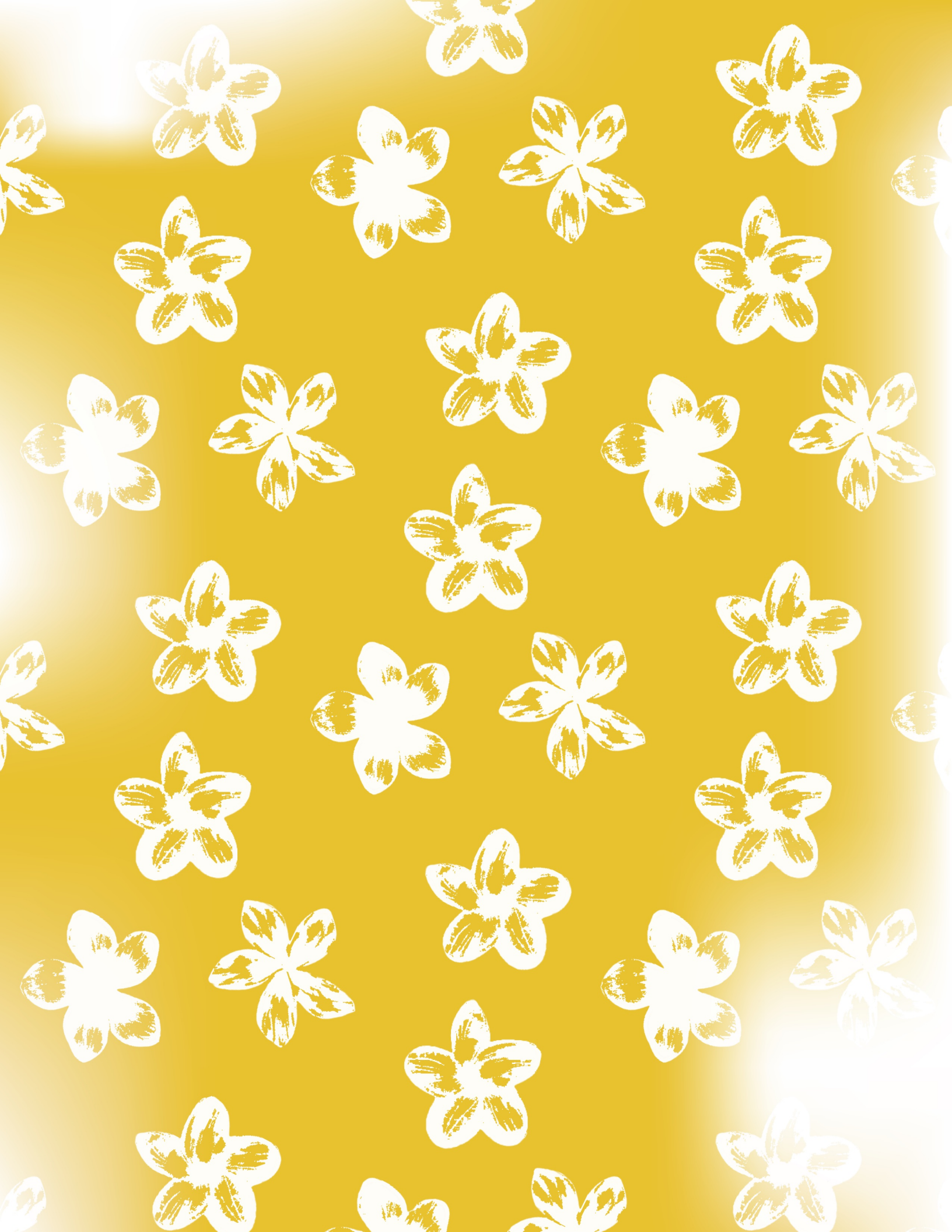
habilidades identificadas por sucesivos informes del gobierno. Sin embargo, los jóvenes adultos no son conscientes de las oportunidades disponibles para ellos, dice Ravensbourne University London (2020).

Menos del 25% de los jóvenes adultos en el estudio de Ravensbourne fueron recomendados para esta carrera por la escuela, o recibieron alguna orientación de la escuela, el colegio o la universidad sobre cómo ingresar al sector. Andy Cook, vicerrector de Ravensbourne University London, dijo: "La Visión del Sector Creativo del gobierno establece un objetivo para 2030 de trayectorias profesionales y habilidades más sólidas, pero nuestras industrias creativas necesitan talento ahora. Es importante informar a los egresados de la escuela que hay oportunidades disponibles en estos sectores y trabajar con empresas creativas para aprovechar su talento" (Cook, 2020).

Casi la mitad (42%) no consideraría una carrera creativa debido a la percepción de que es demasiado difícil ingresar a la industria, y más de un tercio (37%) está preocupado de que no habrá muchos trabajos creativos en el futuro, debido a la inteligencia artificial (Ravensbourne University London, 2020).



Fuente: Gebrüder Schneider, The Facade Company





Línea de tiempo

1990

1997

El Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS) del Reino Unido define las industrias creativas como aquellas que tienen su origen en la creatividad, habilidad y talento individuales, y que tienen un potencial para la creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de propiedad intelectual.

2000

1999

Transición en República Dominicana hacia una economía más abierta y diversificada. El sector creativo evoluciona drasticamente debido a los distintos cambios que ocurrian en la sociedad dominicana y el inicio de la era digital.

2000

Se establece la DGCINE en República Dominicana para impulsar el desarrollo de la industria cinematográfica. Esta iniciativa marca un hito en el sector audiovisual, atrayendo inversiones y promoviendo la producción local de películas (DGCINE, 2000).

2009-2001

Las tecnologías digitales y las plataformas en línea comienzan a revolucionar las industrias creativas. La música digital, el cine y la televisión en streaming, y las redes sociales transforman la forma en que los productos creativos son consumidos y comercializados.

2006

Se promulga la Ley General de Cultura, estableciendo el marco legal para el desarrollo y promoción de la cultura en el país, incluyendo las industrias creativas (Ministerio de Cultura de la República Dominicana, 2006).

2010

Incremento significativo en la globalización de los mercados creativos, permitiendo a los creadores acceder a audiencias globales más fácilmente.

2010

2010-2019

El sector experimenta un notable crecimiento, convirtiéndose en fundamental para la economía nacional.

2020

2020

La pandemia de COVID-19 impacta severamente en muchas áreas del sector creativo, especialmente en las artes escénicas y los eventos en vivo, resaltando la vulnerabilidad de estos sectores ante crisis globales.

2022-2021

Aceleración en la adopción de tecnologías digitales y nuevas formas de consumo de contenido creativo.

2023

El sector creativo enfrenta desafíos significativos como la brecha de habilidades y la falta de claridad en las trayectorias profesionales para los jóvenes. Ravensbourne University London destaca la necesidad de mejorar la orientación profesional en este sector.

2024

Enfoque gubernamental en mejorar las trayectorias profesionales y habilidades en el sector creativo para alcanzar objetivos sólidos.



(…)



Glo/



/S.



/Sa.



ri/.



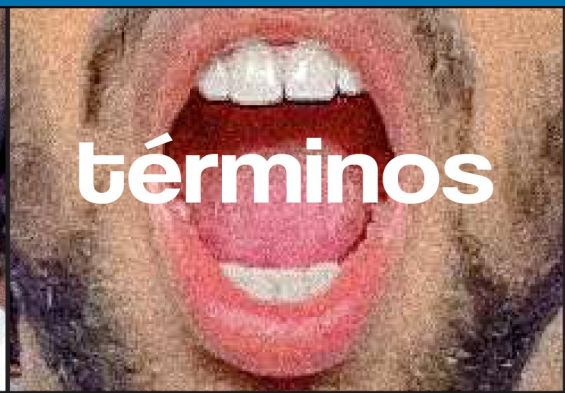
o-



/d.



/de.



- **Artes visuales:** Abarcan formas de arte como la pintura, el dibujo, la impresión, la escultura, la cerámica, la fotografía, el video, la cinematografía, los cómics, el diseño, las artesanías y la arquitectura.
- **Awareness:** Se refiere al nivel de conocimiento y reconocimiento que una persona, grupo o comunidad tiene sobre un tema específico, producto, servicio o situación.
- **Barreras para el talento:** Factores que dificultan a las personas ingresar a las industrias creativas, como la falta de claridad en las trayectorias profesionales, la percepción de que es difícil ingresar a la industria y la preocupación por la automatización.
- **Brecha de habilidades:** La diferencia entre las habilidades que tienen los trabajadores y las habilidades que necesitan los empleadores.
  Creatividad: La capacidad de generar ideas nuevas y originales.
  Desarrollo de capacidades: El proceso de crear o mejorar las habilidades y el conocimiento de las personas.
- **Economía creativa:** Un sector de la economía que produce bienes y servicios que tienen un valor cultural o artístico.
  Educación creativa: La educación que se enfoca en desarrollar las habilidades y el conocimiento necesarios para trabajar en las industrias creativas.
- **Emprendimiento creativo:** La creación y gestión de nuevos negocios en las industrias creativas.
- **Financiamiento creativo:** La obtención de capital para apoyar negocios y proyectos creativos.
  Gestión cultural: La gestión de organizaciones, instituciones y proyectos culturales.
- **Industrias creativas:** Un conjunto amplio de sectores que producen bienes y servicios que tienen un valor cultural o artístico, como la publicidad, la arquitectura, el diseño, la moda, la música, las artes escénicas y la televisión y el cine.
- **Innovación social:** El uso de nuevas ideas y enfoques para resolver problemas sociales.
- **Medios de comunicación:** Los canales a través de los cuales se difunde información, como la televisión, la radio, los periódicos y el internet.
- **Patrimonio cultural:** Los bienes y recursos culturales que se consideran importantes para una sociedad o grupo de personas.
- **Propiedad intelectual:** Los derechos legales sobre las creaciones creativas, como invenciones, obras literarias y artísticas, y diseños.
- **Valor cultural:** El valor que se le da a algo debido a su significado cultural o artístico.

Justificación

En la investigación realizada acerca de la visibilidad que se les otorga a los talentos emergentes dominicanos en el ámbito creativo, influyen distintos factores que involucran la perspectiva y visión tanto de estudiantes, egresados y profesionales dentro de la industria en el Distrito Nacional. Se busca entender qué tanto se da a conocer el tema presente y cómo afecta a la nueva generación de creativos, incluyendo diseñadores, fotógrafos, publicistas, artistas visuales, arquitectos, cineastas, etc. En la actualidad, la creatividad se convierte en un valor altamente reconocido, siendo capaz de expandir el sector. Teniendo en cuenta cómo la sociedad ha evolucionado a una era donde lo digital es un camino más hacia el éxito, la creatividad se posiciona como una carrera tan válida como cualquier otra.



Este estudio analiza e identifica si hay o no la suficiente visibilidad hacia aquellos individuos que están emergiendo en el área creativa dentro del mundo laboral. También examinará cómo estos nuevos talentos destacan en un mercado tan amplio y, a veces, como algunos individuos carecen de información suficiente para reconocer a estos nuevos talentos y los distintos roles que desempeñan en la industria/sector mencionado. Considerando esto, los medios podrán ayudar al desarrollo de una mejoría, si es necesario, para crear 'awareness' sobre los nuevos talentos dominicanos.

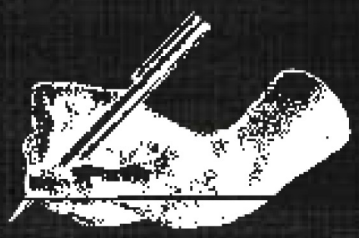
La siguiente investigación ofrece una perspectiva más clara sobre el futuro de la creciente población de creativos y cómo estos destacarán como profesionales en sus diferentes carreras en el campo de la creatividad, ya sean jóvenes recién comenzando o expertos que aún no están completamente establecidos. Identificando los medios más favorables para destacar su presencia, es fundamental diseñar una estrategia adecuada para la mejora o desarrollo de la visibilidad de estos talentos emergentes en el sector creativo. Esta investigación también ayudará a muchos profesionales a dar a conocer sus habilidades y talentos para el crecimiento de la industria, conectando con otros individuos y fomentando una mejor integración al mercado.

WHERE IDEAS COME TO LIFE

La visibilidad de los talentos emergentes en el sector creativo de la República Dominicana tiene un impacto significativo en el ámbito social. Al promover y reconocer a estos nuevos creativos, se fomenta la inclusión y la diversidad cultural, fortaleciendo el sentido de identidad y pertenencia dentro de la comunidad. La investigación ayudará a identificar las barreras que enfrentan estos talentos, proporcionando herramientas para superar desigualdades y facilitando su acceso a oportunidades laborales. Esto no solo beneficia a los individuos, sino que también enriquece la vida cultural y social del país, promoviendo un entorno más dinámico, inclusivo y vibrante donde la creatividad y la innovación puedan florecer, contribuyendo al desarrollo social y económico de la nación.

Al realizar la presente investigación, se proporciona información esencial para el desarrollo de estrategias efectivas que apoyen a estos nuevos profesionales. La investigación permitirá identificar los obstáculos y oportunidades específicos que enfrentan los creativos en su camino hacia el reconocimiento y el éxito. Al comprender mejor estos desafíos, se podrán diseñar intervenciones prácticas que mejoren su visibilidad y acceso a oportunidades laborales. Esto no solo beneficiará a los talentos emergentes al facilitar su integración en el mercado laboral, sino que también enriquecerá el sector creativo en general, impulsando la innovación y el crecimiento económico. Además, las instituciones educativas y organizaciones de la industria podrán utilizar los hallazgos para adaptar sus programas y servicios, garantizando un apoyo más efectivo a los nuevos profesionales.





Metodología
De la investigación

Objetivo General

Analizar la visibilidad de los talentos emergentes dominicanos en el sector creativo.

Objeti

Objetivos Específicos

- ★ **Identificar** las oportunidades para la visibilidad de los nuevos talentos.
- ★ **Describir** los desafíos para la visibilidad de los nuevos talentos.
- ★ **Determinar** los medios más favorables para que se destaque la presencia de los nuevos creativos.

tivos

Tipo de investigación

El tipo de investigación será **no experimental** porque no se manipularon variables de forma controlada ni se establecerán condiciones específicas para observar sus efectos directos sobre otros factores. En lugar de ello, se observarán y analizarán las variables tal como existen en el entorno natural. Este enfoque es adecuado para el estudio de la visibilidad de los talentos emergentes dominicanos en el ámbito creativo del Distrito Nacional por varias razones.

Permitirá descubrir qué factores influyen más en la visibilidad de los talentos independientes y cómo interactúan estos factores entre sí, también **ayudará a identificar las variables clave y las posibles relaciones entre ellas.**

Para el estudio el corte sería **un diseño transversal** ya que permite recopilar datos en un momento específico del tiempo, ofreciendo una instantánea de la situación actual de los talentos emergentes en la industria creativa. Esto es crucial para capturar las percepciones, experiencias y niveles de visibilidad de los participantes en un momento dado, sin necesidad de seguimientos a largo plazo.

El alcance sería exploratorio debido a la naturaleza aún poco estudiada del tema en el contexto específico de la visibilidad de los talentos emergentes dominicanos en el ámbito creativo del Distrito Nacional. Un enfoque exploratorio es adecuado porque actualmente existe una limitada cantidad de estudios detallados que aborden este tema específico. La investigación exploratoria permitirá abrir camino en un área donde la información es escasa, proporcionando una base sólida para futuros estudios.

Por último, el enfoque de este trabajo sería cuantitativo porque utilizamos una encusta para calcular el resultado de esta investigación. Este tipo de investigación se centra en la calidad y profundidad de la información recopilada, más que en la cantidad de datos cuantificables, lo cual es crucial para abordar fenómenos complejos y multifacéticos como la visibilidad en el sector creativo.

Fases de la investigación

1. Creación de hipótesis o la formulación del problema.
2. Identificación de las principales teorías relacionadas con el tema.
3. Recopilación de información.
4. Comprobación de las hipótesis.
5. Desarrollo de las hipótesis.
6. Replanteamiento de teorías.
7. Establecimiento de conclusiones.

cronograma de trabajo

Del 16 al 29 de mayo de 2024
Creación de las hipótesis o la formulación del problema.

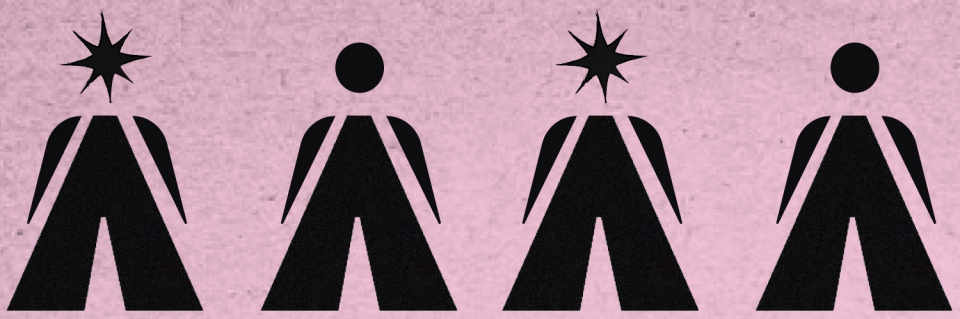
Del 30 de mayo al 3 de julio de 2024
Identificación de las principales teorías relacionadas con el tema.

Del 4 al 24 de julio de 2024
- Recopilación de información.
- Comprobación de las hipótesis.
- Desarrollo de las hipótesis.
- Replanteamientode teorías

25 de julio de 2024
Establecimiento de conclusiones.



En el estudio presente se analiza la población del Distrito Nacional en República Dominicana, la cual asciende a **612,396 habitantes**, enfocándose en relevancia en un rango de edad de entre **18 a 54 años** de edad de hombres y mujeres.



Población



Se utilizó una muestra de **384 personas** residentes en el **Distrito Nacional**, con edades comprendidas entre los 18 y los 54 años de edad. El tamaño de muestra se determinó mediante un método de muestreo probabilístico.

Muestra

Método de investigación

El método descriptivo permitirá recopilar información detallada sobre cómo se perciben y reconocen los talentos emergentes en la industria creativa. Esto incluye identificar quiénes son estos talentos, qué características tienen, cómo son promovidos, y qué nivel de visibilidad logran alcanzar en su entorno profesional.

Este método es adecuado porque **busca calificar aspectos específicos de la visibilidad sin intervenir ni alterar las condiciones naturales** en las que se encuentran los participantes. Se utilizarán técnicas como encuestas, cuestionarios y análisis de contenido para recolectar datos que proporcionen una visión integral de la situación.



Instrumento de investigación

Encuesta Encuesta digital por medio de un cuestionario utilizando el método descriptivo. A través de la misma, preguntamos por los aspectos de mayor importancia para nuestra investigación y alineados a los objetivos específicos detallados al principio. En el campo donde la investigación se desarrolla es el creativo, por ende algunas preguntas le da libertad a los encuestados para desarrollarse y ofrecer su opinión de la situación actual dentro de la industria. Por medio de estas, se obtendrán una perspectiva más realista del día a día de los talentos emergentes independientes dominicanos.

Sexo	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)	Carrera	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)	Edad promedio	Cantidad de carreras creativas	Nivel educativo universitario o mayor (%)
Femenino	87	58	Publicidad	38	28.7	31	9	88.7
Masculino	63	42	Diseño de interiores	7	5.4			
Total sexo	150	100	Bellas artes	8	6.2			
			Animación	1	0.8			
			Cine	11	8.5			
			Mercadeo	4	3.2			
			Diseño de modas	2	1.6			
			Fotografía	6	4.7			
			BBA	4	3.1			
			Diseño industrial	5	3.2			
			Medicina	4	3.1			
			Ingeniería	3	2.3			
			Diseño gráfico	8	6.2			
			Derecho	4	3.1			
Total Carrera	150	100						

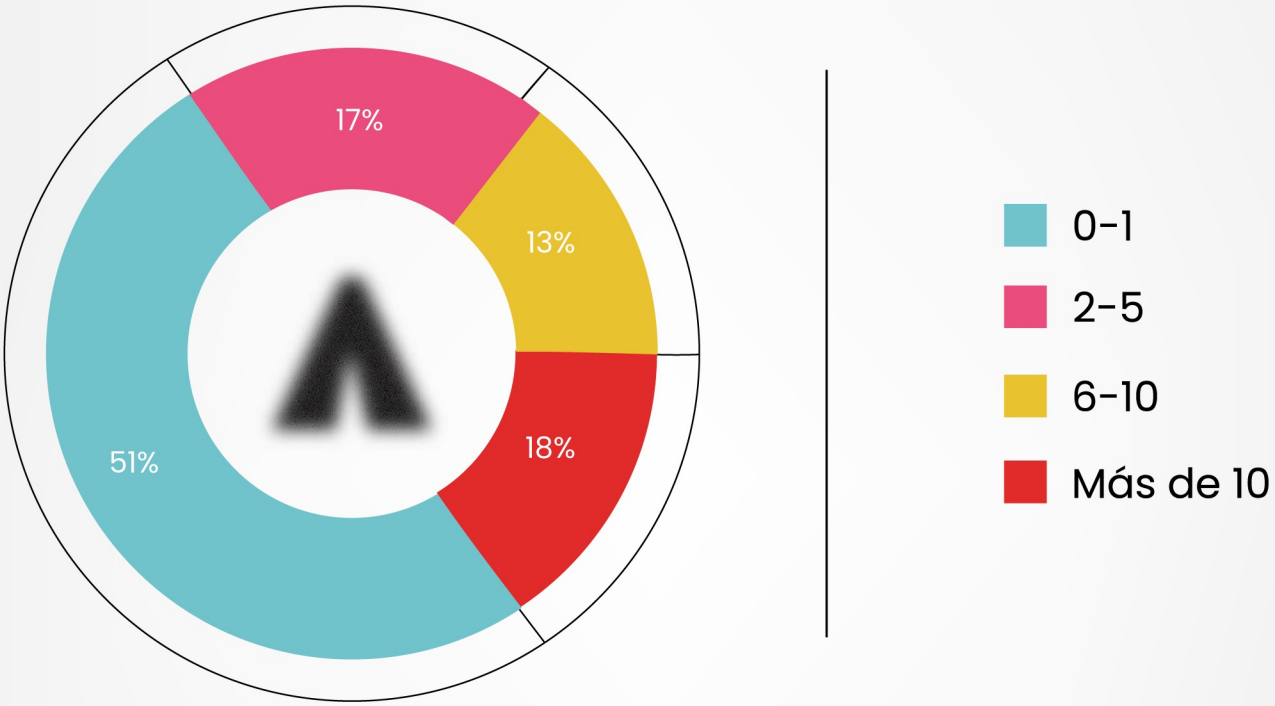
Resultados



(Basado en una encuesta de 150 respuestas)

¿Cuántos talentos emergentes conoce en las siguientes **disciplinas?**

(Diseño, Fotografía, Publicidad, Artes Visuales, Arquitectura, Cine)



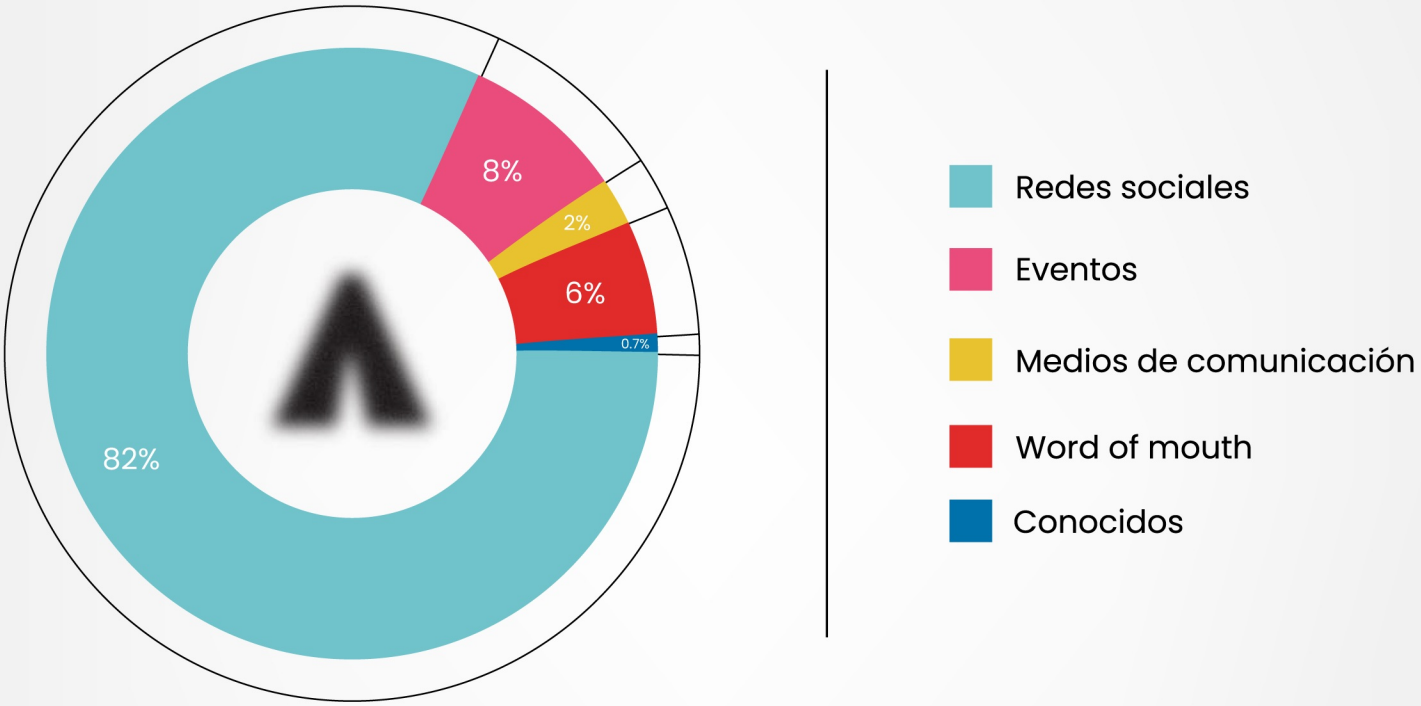
Fuente: Encuesta sobre la visibilidad de de los Talentos Emergentes Dominicanos en el Sector Creativo (elaboración propia)

Con 150 respuestas recopiladas, el gráfico muestra que más de la mitad de los encuestados **(51%) conocen entre 2 y 5 talentos emergentes**. Este hallazgo sugiere una cierta familiaridad con los nuevos talentos, aunque no es abrumadora, indicando que hay espacio para mayor visibilidad y promoción de estos talentos en las mencionadas disciplinas.

Por otro lado, un **18% de los encuestados conoce entre 0 y 1 talento emergente**, lo cual podría reflejar una desconexión o falta de interés en las nuevas tendencias y talentos en estas áreas. Asimismo, un **17% y 13% de los encuestados conocen entre 6-10 y más de 10 talentos** respectivamente.

Medios de descrubrimiento

¿A través de qué **medios** suele descubrir nuevos talentos creativos?

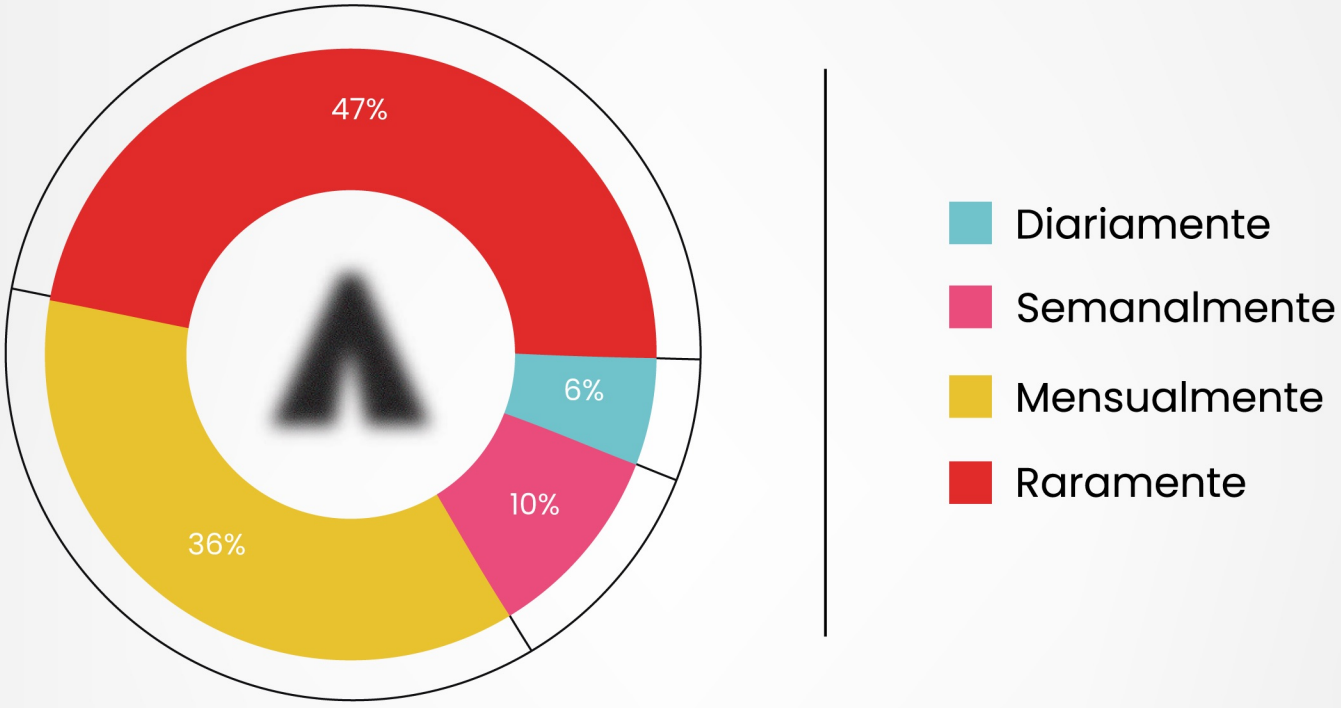


Fuente: Encuesta sobre la visibilidad de de los Talentos Emergentes Dominicanos en el Sector Creativo (elaboración propia)

El gráfico muestra que una abrumadora mayoría del **82% utiliza redes sociales.** Además, un **8% de los encuestados descubre nuevos talentos a través de eventos** como ferias y exposiciones, mientras que un **5% utiliza medios** de comunicación tradicionales como la televisión y la radio. Un **4%, y el 2% restante lo hace a través de conocidos.**

Medios de descrubrimiento

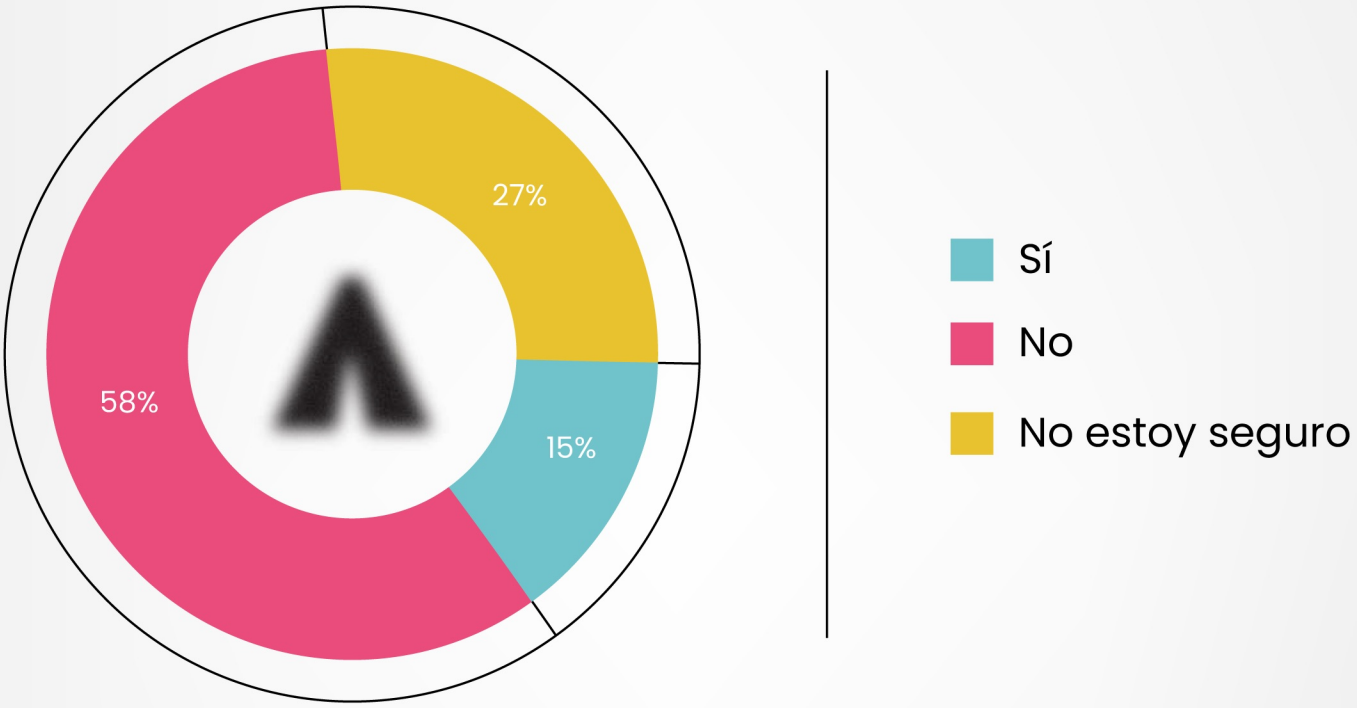
¿Con qué frecuencia descubre **nuevos talentos creativos?**



Fuente: Encuesta sobre la visibilidad de de los Talentos Emergentes Dominicanos en el Sector Creativo (elaboración propia)

El gráfico revela que una mayoría significativa **(47%) raramente descubre nuevos talentos**, seguido por un **36% que lo hace mensualmente.** En contraste, solo el 6% de los encuestados descubre nuevos talentos diariamente, y un 11% lo hace semanalmente.

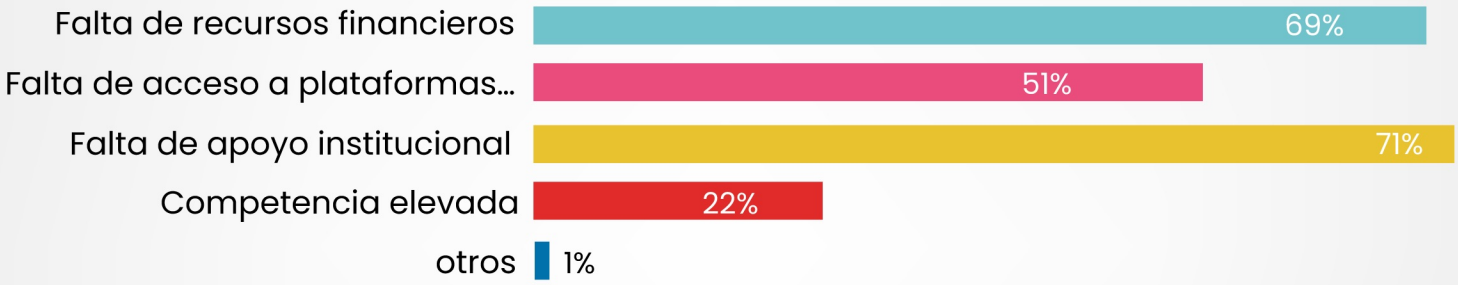
¿Considera que los talentos emergentes en el **Distrito Nacional** reciben suficiente visibilidad en los medios?



Fuente: Encuesta sobre la visibilidad de de los Talentos Emergentes Dominicanos en el Sector Creativo (elaboración propia)

El gráfico muestra que la mayoría de los participantes, el **58%, creen que los talentos emergentes en el Distrito Nacional no reciben suficiente visibilidad en los medios de comunicación**. Un porcentaje significativo, el 26,7%, también indica que no está seguro de si los talentos emergentes reciben suficiente visibilidad. Solo una minoría, el 15,3%, cree que los talentos emergentes sí reciben suficiente visibilidad.

¿Cuáles cree que son las principales barreras para la visibilidad de los talentos emergentes?

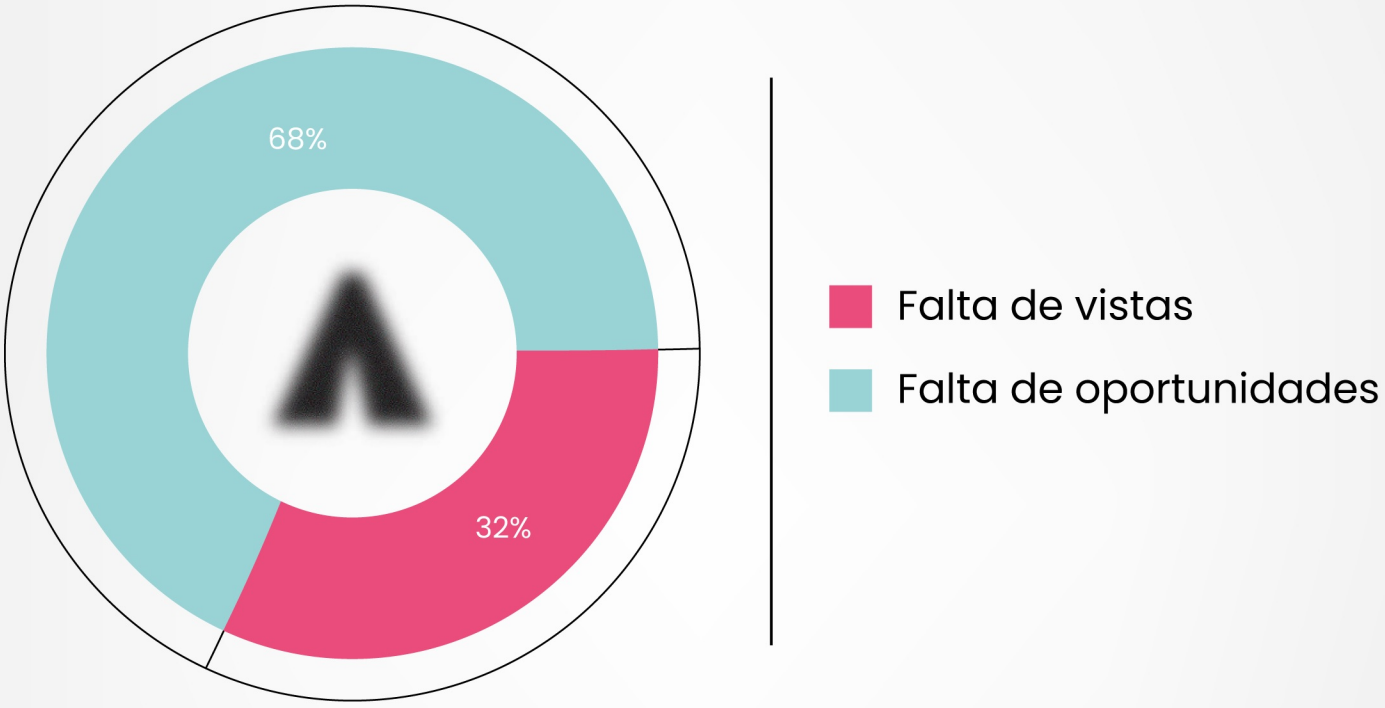


Fuente: Encuesta sobre la visibilidad de de los Talentos Emergentes Dominicanos en el Sector Creativo (elaboración propia)

El gráfico muestra que **la falta de apoyo institucional es la principal barrera**, con un **71%** de los participantes. **la falta de recursos financieros es la segunda barrera más importante para la visibilidad de los talentos emergentes, según el 69%**. La falta de acceso a plataformas y redes es la tercera barrera, con un 51,% de los participantes.

Las otras opciones, competencia elevada (22%), falta de presencia en plataformas digitales (0,5%) y otros (0,5%) fueron seleccionadas por un porcentaje menor de participantes.

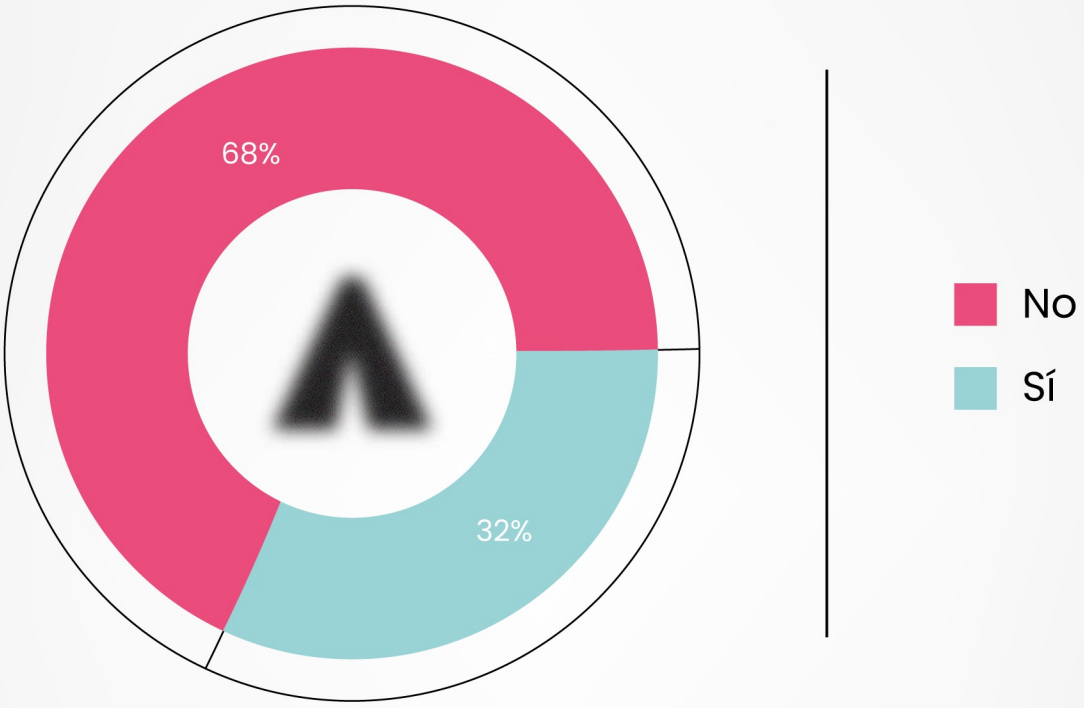
¿Cuáles han sido los mayores desafíos que ha encontrado en su búsqueda de visibilidad y reconocimiento en la industria creativa?



Fuente: Encuesta sobre la visibilidad de de los Talentos Emergentes Dominicanos en el Sector Creativo (elaboración propia)

68% de los encuestados afirman que la falta de visualizaciones en su trabajo ha sido el mayor desafío en su trayectoria mientras que el otro **32%** no reciben las oportunidades suficientes dentro de su área.

¿Considera que estos talentos reciben suficiente visibilidad en los medios?

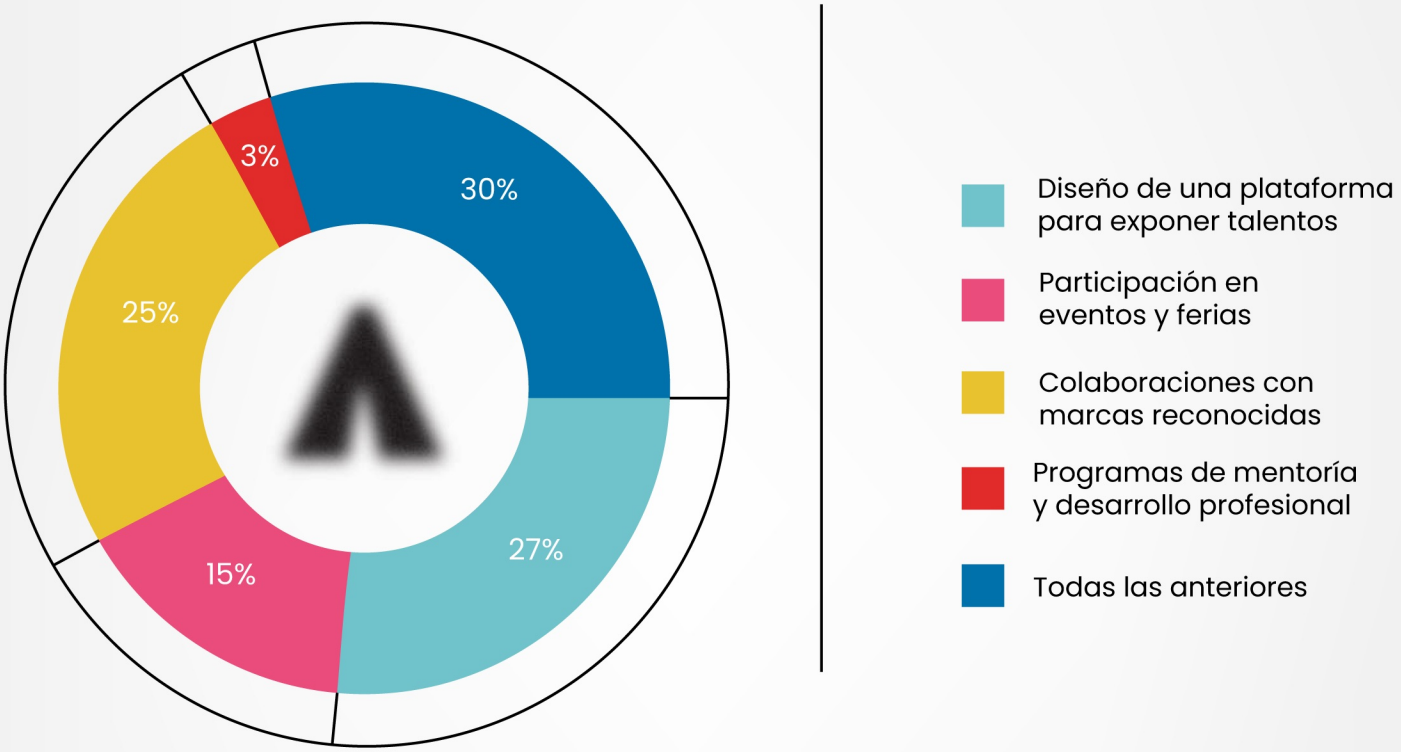


Fuente: Encuesta sobre la visibilidad de de los Talentos Emergentes Dominicanos en el Sector Creativo (elaboración propia)

68% de los encuestados afirman que los talentos emergentes no cuentan con suficiente visibilidad en los medios, mientras que el **32%** restante establece lo contrario.

Estrategias de visibilidad

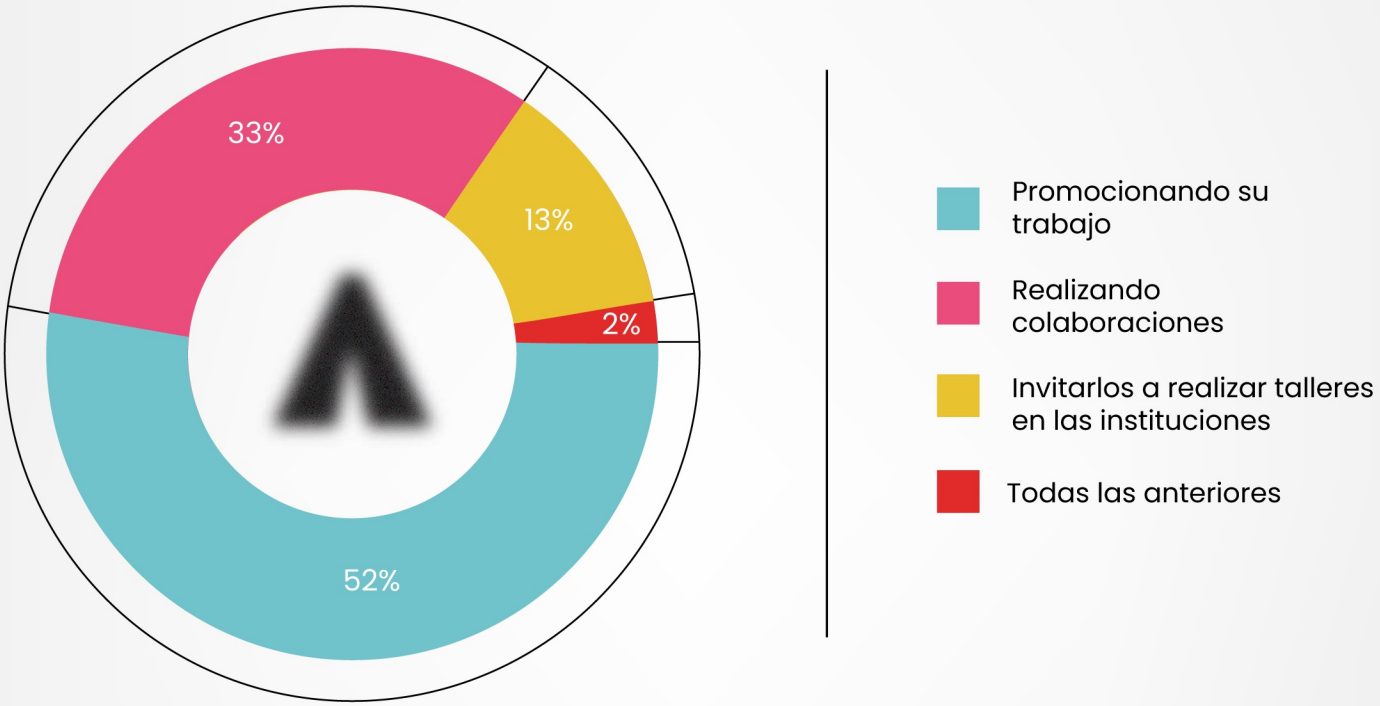
¿Qué estrategias considera efectivas para mejorar la visibilidad de los talentos emergentes?



Fuente: Encuesta sobre la visibilidad de de los Talentos Emergentes Dominicanos en el Sector Creativo (elaboración propia)

Los resultados revelan que un **30% entienden que todas las estrategias descritas anteriormente son necesarias para la visibilidad de nuestros talentos.** 27% considera que mediante campañas en redes sociales puede mejorar la visibilidad, mientras que el 25% entiende que la colaboración con marcas reconocidas es más efectiva y el 15% indican las participaciones en eventos y ferias. El 3% afirma que los programas de mentoría y desarrollo profesional serían de mayor beneficio.

¿Cómo considera que pueden o deberían mejorar su apoyo para estos personajes emergentes?



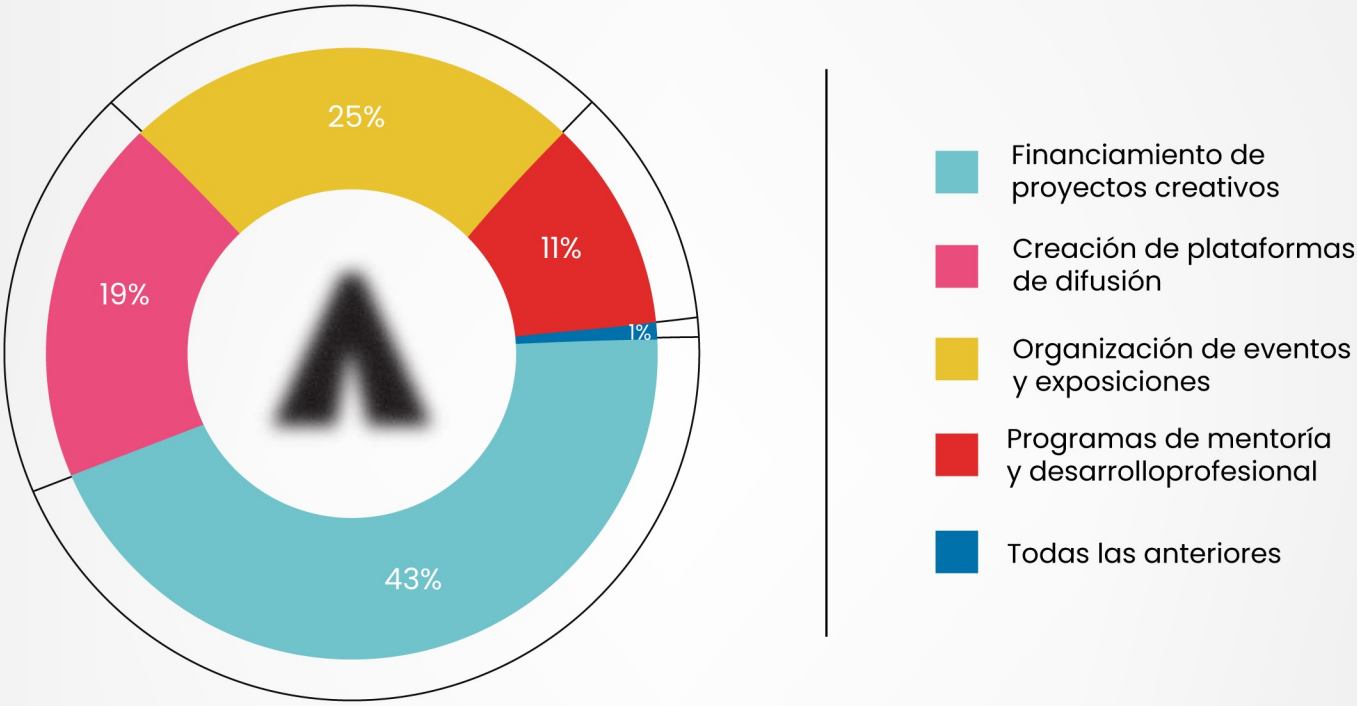
Fuente: Encuesta sobre la visibilidad de de los Talentos Emergentes Dominicanos en el Sector Creativo (elaboración propia)

El gráfico muestra que el **52% de los encuestados considera que la mejor forma de apoyar a estos talntos creativos emergentes e independientes es promocionando su trabajo,** seguido por un 33% que apuesta por las colaboraciones como vía de impulso. Un 13% sugiere invitarlos a realizar talleres en instituciones, mientras que solo un 2% cree que se debería aplicar un enfoque integral que incluya todas estas acciones.

Estos resultados reflejan que la visibilidad y las alianzas estratégicas son vistas como las herramientas más efectivas para fortalecer el desarrollo de nuevos talentos.

Rol de las Instituciones

¿Qué papel cree que deberían jugar las instituciones educativas y gubernamentales en la visibilidad de los talentos creativos?



Fuente: Encuesta sobre la visibilidad de de los Talentos Emergentes Dominicanos en el Sector Creativo (elaboración propia)

El gráfico revela que la opción más votada, con un **43%, es el "financiamiento de proyectos creativos"**, lo que sugiere que los participantes consideran crucial el apoyo de las instituciones educativas y gubernamentales para la visibilidad de los talentos, especialmente a través de programas específicos para arte y diseño. La "**organización de eventos y exposiciones**" ocupa el segundo lugar con un 25%, destacando la importancia de fomentar la visibilidad mediante actividades públicas. Aunque "creación de plataformas de difusión" (19%) y "programas de becas y ayudas económicas" (11%) recibieron menos votos, siguen siendo opciones relevantes que reflejan un apoyo diverso para promover la visibilidad en el ámbito creativo.

Resultados del estudio en Relación con los Objetivos Planteados

El estudio sobre los talentos emergentes en la República Dominicana fue diseñado con varios objetivos claros en mente. Estos objetivos buscaban identificar y analizar los obstáculos que enfrentan los nuevos artistas y creadores, así como las oportunidades que existen para mejorar su visibilidad y éxito en la industria. A través de una investigación meticulosa, hemos logrado recopilar datos valiosos que confirman la situación actual de estos talentos y proporcionan una base sólida para futuras intervenciones estratégicas.

Uno de los principales objetivos del estudio fue identificar los obstáculos más significativos que impiden el desarrollo y reconocimiento de los nuevos talentos en la República Dominicana.

Los resultados obtenidos destacan varios desafíos críticos:

El obstáculo más significativo identificado es la falta de apoyo institucional con un 75% de votantes, del mismo modo Los datos revelan que más del 65% de los talentos emergentes encuestados enfrentan dificultades económicas que limitan su capacidad para producir y promocionar su trabajo de manera efectiva. Este resultado es especialmente relevante dado el contexto gubenamental y económico del país, donde la inversión en las artes no es prioritaria y donde existen pocas oportunidades de financiamiento dedicado a nuevos artista.

La saturación de las plataformas digitales también emerge como un obstáculo importante. En un mundo donde la digitalización es la norma, los artistas dependen en gran medida de plataformas como YouTube, Instagram, y Spotify para distribuir su trabajo. **Sin embargo, el estudio revela que el 65% de los talentos siente que su trabajo no logra alcanzar la audiencia deseada** debido a la saturación de contenido en estas plataformas.

Este resultado subraya un desafío crítico: la necesidad de destacarse en un entorno digital donde millones de contenidos compiten por la atención del público. Los algoritmos de estas plataformas, que tienden a favorecer contenido de usuarios con alta interacción previa, dificultan aún más la visibilidad de los nuevos talentos. Esto plantea una barrera que, si no se aborda, puede desincentivar a los artistas emergentes a seguir persiguiendo sus carreras creativas.

El uso frecuente de talentos reconocidos en campañas y colaboraciones comerciales es otro de los obstáculos más destacados. **Más del 50% de los encuestados señalaron que las marcas y productoras prefieren trabajar con artistas ya establecidos,** lo que reduce las oportunidades para los nuevos talentos de hacerse un lugar en la industria.

Este resultado revela una tendencia preocupante donde la seguridad comercial y la familiaridad son preferidas sobre la innovación y el descubrimiento de nuevas voces. Esta práctica no solo limita las oportunidades para los talentos emergentes, sino que también estanca la evolución cultural al evitar la introducción de nuevas perspectivas y estilos creativos.

El segundo objetivo del estudio fue analizar los medios accesibles y favorables que pueden ser utilizados para aumentar la visibilidad de los talentos emergentes. A partir de los datos recopilados, hemos identificado varias estrategias potenciales que pueden servir como herramientas efectivas para este propósito:

Uno de los hallazgos más prometedores es la creación de plataformas digitales dedicadas exclusivamente a nuevos talentos. El 55% de los encuestados expresó interés en plataformas que no solo sirvan como escaparate para su trabajo, sino que también ofrezcan una manera de conectar con otros para colaboración.

Este resultado sugiere que, al implementar plataformas que curen y destacan específicamente el contenido de nuevos artistas, se puede nivelar el campo de juego en el entorno digital. Estas plataformas podrían funcionar bajo un modelo de suscripción o patrocinio, donde los talentos emergentes tienen un espacio garantizado para mostrar su trabajo a una audiencia interesada en descubrir lo nuevo e innovador.

Los eventos presenciales, como festivales y exposiciones de arte dedicados a talentos emergentes, también fueron identificados como medios efectivos para aumentar la visibilidad. Según el estudio, **el 60% de los talentos emergentes considera que participar en eventos físicos puede proporcionar una conexión más auténtica con el público y con profesionales de la industria.**

Estos eventos permiten el establecimiento de redes de contacto valiosas, lo que puede llevar a futuras colaboraciones y oportunidades comerciales. Además, la interacción directa con el público puede proporcionar retroalimentación inmediata y aumentar la confianza del artista en su trabajo.

La importancia de las redes de colaboración y programas de mentoría también fue enfatizada en los resultados del estudio. Un 50% de los encuestados manifestó que la falta de conexiones y orientación profesional son barreras significativas para su desarrollo. La creación de redes que conecten talentos emergentes con artistas establecidos y profesionales de la industria puede facilitar un intercambio de conocimientos y abrir nuevas oportunidades laborales.

El tercer objetivo fue evaluar la necesidad de políticas y apoyos institucionales que faciliten el crecimiento y desarrollo de los talentos emergentes.

El estudio destaca la necesidad de políticas que incluyan programas de financiamiento específicos para talentos emergentes. Un 68% de los participantes indicó que la disponibilidad de subvenciones y becas dedicadas a las artes sería un factor determinante para su éxito.



Conclusiones y recomendaciones

En resumen, el estudio proporciona una imagen detallada y matizada de los desafíos y oportunidades que enfrentan los talentos emergentes en la República Dominicana. Al alinear los resultados con los objetivos del estudio, se ha establecido un camino claro para abordar estas barreras y aprovechar las oportunidades para mejorar el ecosistema creativo del país. Las estrategias y políticas identificadas no solo tienen el potencial de apoyar a los nuevos talentos, sino que también pueden transformar el panorama cultural dominicano en un entorno más vibrante e inclusivo.

El estudio realizado ha proporcionado una idea más clara sobre la problemática que enfrentan los talentos emergentes e independientes en la República Dominicana. A través de la encuesta exhaustiva y un análisis detallado de datos, se ha logrado identificar y entender los desafíos significativos que estos talentos encuentran en su camino hacia el reconocimiento y el éxito en el mercado local e internacional.

Desafíos Principales

Uno de los obstáculos más prominentes que enfrentan los talentos emergentes es la falta de apoyo financiero adecuado. El financiamiento es crucial para el desarrollo de cualquier artista o creador, ya que permite la producción de trabajos de calidad, acceso a herramientas y tecnología necesarias, y la capacidad de promocionar su trabajo de manera efectiva. La investigación confirmó que muchos de estos talentos carecen de acceso a fondos suficientes, lo que limita gravemente su capacidad para crecer y competir en un entorno cada vez más exigente.

Otro problema crucial identificado es la saturación de las plataformas digitales. Con el auge de las redes sociales y la extensa cantidad de plataformas digitales para creativos han sido vistas como un medio accesible para que los nuevos talentos distribuyan su trabajo y alcancen una audiencia global. Sin embargo, la realidad es que estas plataformas están saturadas de contenido, lo que hace que para los nuevos talentos iniciando virtualmente en la industria, destacar entre millones de usuarios es un desafío monumental.

En otros ambitos también La preferencia por utilizar talentos ya reconocidos representa otro obstáculo considerable para los talentos emergentes. Las marcas y productores, en su mayoría, tienden a colaborar con artistas que ya tienen una base de seguidores consolidada y una reputación establecida, disminuyendo así las oportunidades para los nuevos talentos que buscan hacerse un nombre en su área.

En resumen, a través de la identificación de obstáculos como la falta de apoyo financiero, la saturación en plataformas digitales, y la preferencia por talentos reconocidos, se ha delineado un panorama claro que requiere atención y acción concertada por parte de múltiples personajes, incluyendo gobiernos, instituciones privadas, y la comunidad creativa. Las oportunidades de mejora identificadas ofrecen un camino hacia la creación de un entorno más equitativo y sustentable para los nuevos talentos. Mediante la implementación de políticas inclusivas, la creación de espacios digitale dedicados, y la promoción de la diversidad en colaboraciones, es posible construir un ecosistema que nutra y celebre el talento emergente independiente, asegurando su papel integral en la continua evolución laboral de las áreas creativas en la República Dominicana.

Recomendaciones

① Creación de Espacios Digitales y Presenciales

Se identificaron soluciones prometedoras para aumentar la visibilidad de talentos emergentes, como la creación de espacios digitales y offline dedicados a su promoción. Plataformas en línea (podcasts, revistas digitales, etc.) que destaquen su trabajo, así como eventos presenciales (Paneles y talleres), brindan oportunidades para que los artistas se conecten con audiencias amplias, reciban retroalimentación y construyan una comunidad.

② Políticas de Apoyo y Colaboración Institucional

Es clave que el gobierno y las instituciones privadas implementen políticas de apoyo que incluyan recursos financieros, educación y oportunidades de networking para talentos emergentes. Programas de becas, subvenciones y asociaciones con entidades culturales proporcionarían el soporte necesario para que los artistas desarrollen su potencial. Además, las incubadoras de talentos y los programas de mentoría facilitarían la adquisición de habilidades y la orientación de profesionales, promoviendo un ecosistema inclusivo y diverso.

③ Promoción de la Diversidad y la Inclusión en las Colaboraciones

Promover una cultura que valore la diversidad y la inclusión en las colaboraciones creativas es esencial para el crecimiento de los talentos emergentes. Esto implica no solo abrir espacio para nuevas voces, sino también revalorizar la importancia de incluir perspectivas frescas en las producciones culturales y comerciales.

Incentivar a las marcas y productores a tomar riesgos y trabajar con artistas no convencionales puede resultar en contenidos más innovadores y auténticos. Al hacerlo, se fomenta un ambiente que no solo beneficia a los talentos, sino que también enriquece la oferta cultural del país y fortalece su presencia en el escenario internacional, aumentando el valor de la creatividad en la República Dominicana y formando mayores oportunidades para cada integrante en el sector creativo.

Pensamiento estratégico

Para abordar la falta de visibilidad de los talentos emergentes en la República Dominicana, es fundamental adoptar un enfoque integral que combine recursos digitales y offline. La creación de una revista que cure y promueva el trabajo de nuevos artistas es esencial para democratizar el acceso a audiencias más amplias.

La revista funcionará como un puente entre los talentos emergentes y las audiencias, fungiendo principalmente en conectar a estos talentos emergentes a proyectos en marcha o trabajos que necesiten de sus habilidades; promoviendo su trabajo a través de secciones especializadas como 'Cultura Creativa' y colaboraciones con otros medios de comunicación y plataformas digitales. Complementando estas iniciativas, se organizará un evento de lanzamiento.

Además, la colaboración con instituciones gubernamentales y privadas será clave para asegurar el soporte financiero y educativo a través de programas de becas, subvenciones y asociaciones con centros culturales. Esto se complementará con el desarrollo de incubadoras de talentos y programas de mentoría para preparar a los artistas con habilidades prácticas y conocimientos estratégicos para navegar en la industria creativa, fortaleciendo sus capacidades en aspectos como el marketing personal, la gestión de proyectos y la creación de redes profesionales.

Este enfoque estratégico busca no solo visibilizar a los artistas emergentes, sino también crear un ecosistema creativo sostenible que contribuya al enriquecimiento cultural del país, posicionando a la República Dominicana como un centro de innovación y diversidad artística en el Caribe.



Análisis del entorno

FODA

Fortalezas

Relevancia del tema: La visibilidad de talentos emergentes es crucial para el crecimiento del sector creativo.

Cobertura Multidisciplinaria: Aborda varias disciplinas creativas (diseño, fotografía, publicidad, artes visuales, arquitectura, cine), lo que puede atraer un público diverso y amplio.

Creciente Reconocimiento de la Creatividad: El creciente reconocimiento de la creatividad como un valor profesional fortalece la relevancia del estudio.

Oportunidades

Creatividad y Talento Innato: la República Dominicana cuenta con una rica fuente de creatividad y talento en diversas disciplinas artísticas.

Creciente Reconocimiento Internacional: algunos talentos dominicanos han comenzado a recibir reconocimiento fuera del país, lo que abre puertas para otros emergentes.

Colaboraciones: posibilidad de colaboración con instituciones educativas, organismos gubernamentales y organizaciones no gubernamentales.

Debilidades

Falta de Infraestructura y Recursos: limitaciones en el acceso a recursos y plataformas que faciliten la promoción del talento.

Visibilidad Local Insuficiente: La mayoría de los talentos emergentes luchan por obtener reconocimiento en el ámbito local antes de intentar la expansión internacional.

Falta de Educación y Capacitación Específica: Escasez de programas de capacitación enfocados en habilidades de mercadeo y autopromoción para artistas.

Amenanzas

Falta de Apoyo Continuo: las iniciativas gubernamentales y privadas a menudo son insuficientes o carecen de continuidad.

Barreras Económicas: la falta de la inversión en el sector creativo y el apoyo a talentos emergentes.Desinterés Gubernamental: Falta de apoyo o interés por parte de las autoridades gubernamentales para implementar cambios.

Cambio de Tendencias: rápido cambio en las tendencias y preferencias del mercado creativo puede hacer que algunas recomendaciones queden obsoletas.

PEST

Político-legal

Acorde a la Ley 41-00, el estado impulsará y estimulará los procesos, proyectos y actividades culturales en un marco de reconocimiento y respeto por la diversidad y variedad cultural de la Nación dominicana.

Políticas Gubernamentales: Un apoyo gubernamental robusto, mediante subvenciones, becas y programas de desarrollo, puede fomentar el crecimiento y la visibilidad de estos talentos.

Económico

Crecimiento Económico: El crecimiento económico del país afecta la capacidad de inversión en el sector creativo.

Financiamiento y Recursos: La disponibilidad de financiamiento, tanto público como privado, es crucial para el desarrollo de talentos emergentes.

Mercado Laboral: La dinámica del mercado laboral en el sector creativo influye en las oportunidades de empleo para los nuevos talentos. Un mercado competitivo puede ser desafiante, pero también puede impulsar la calidad y la innovación.

Social

Cultura y Valores Sociales: Una sociedad que valora y apoya la creatividad proporciona un entorno más propicio para el desarrollo de nuevos talentos.

Educación y Formación: Instituciones educativas de alto nivel y programas bien diseñados contribuyen al desarrollo de habilidades y competencias necesarias para destacar en el sector.

Redes y Comunidad: Un fuerte sentido de comunidad entre los creativos ayuda a promover y apoyar a los talentos emergentes.

Tecnología

Innovación Tecnológica: ofrece nuevas herramientas y plataformasLa adopción de tecnologías innovadoras mejora significativamente la visibilidad y el alcance de los creativos.

Acceso a Internet y Digitalización: Plataformas digitales, redes sociales y sitios web personales se han convertido en herramientas esenciales para la visibilidad.

Medios de Comunicación: La capacidad de captar la atención de los medios amplifica la visibilidad y el reconocimiento en el mercado.

Segmentación

Segmentación



Segmentación

Segmentación

Target primario

Nuevos creativos

Residentes en el Distrito Nacional, son adultos jóvenes y adultos, hombres y mujeres que se desempeñan en el sector de la creatividad (Diseñadores, publicistas, arquitectos, artistas, fotógrafos, cineastas, creadores de contenido, etc.)

Rango de edad: 19 - 35 años

Ocupación: estudiantes universitarios, empleados y emprendedores en áreas creativas.

Nivel socioeconómico: clase media alta (C), alta baja (C+), alta (A/B)

Personalidad: son personas que no le temen a probar cosas nuevas, dedicando su tiempo a crear. Imaginativas, empáticas, curiosas, son individuos que se inspiran constantemente ya sea por su entorno, las personas que las rodean o por el tipo de contenido que consumen a diario, les gusta pensar fuera de la caja para encontrar soluciones diferentes ante obstáculos laborales.

Tasa de compra o uso: Medio.

Grado de fidelidad de marcas: Medio, alto.

Motivación de compra: Conocimiento, entretenimiento y beneficio personal.

Sensibilidad de precio: Media.

Target secundario

Creativos senior

Son adultos, hombres y mujeres, residentes en el Distrito Nacional, que tienen vasta experiencia en el sector creativo, mantienen una agenda ocupada en proyectos lo que hace que siempre estén pendientes de nuevos talentos y creaciones para buscar inspiración para sus trabajos.

Rango de edad: 35 - 55 años

Ocupación: empleadores, emprendedores/empresarios en áreas creativas.

Nivel socioeconómico: Clase alta baja (C+), alta (A/B)

Personalidad: apasionados, llenos de creatividad y siempre buscando nuevas experiencias en cualquier área de su vida. Se caracterizan por tener un ojo detallista en lo que hacen, brindando en su trabajo nitidez y prestigio, Son personas que apuestan por calidad, les gustan dar y ver la milla extra.

Tasa de compra o uso: medio, alto.

Grado de fidelidad de marcas: Alto.

Motivación de compra: conocimiento, entretenimiento y beneficio personal.

Sensibilidad de precio: baja, media.

Estimación de mercado

Es de **614,297** personas.





BUYER PERSONA
PERFILES DE CONSUMIDOR

GABRIELA WESSIN

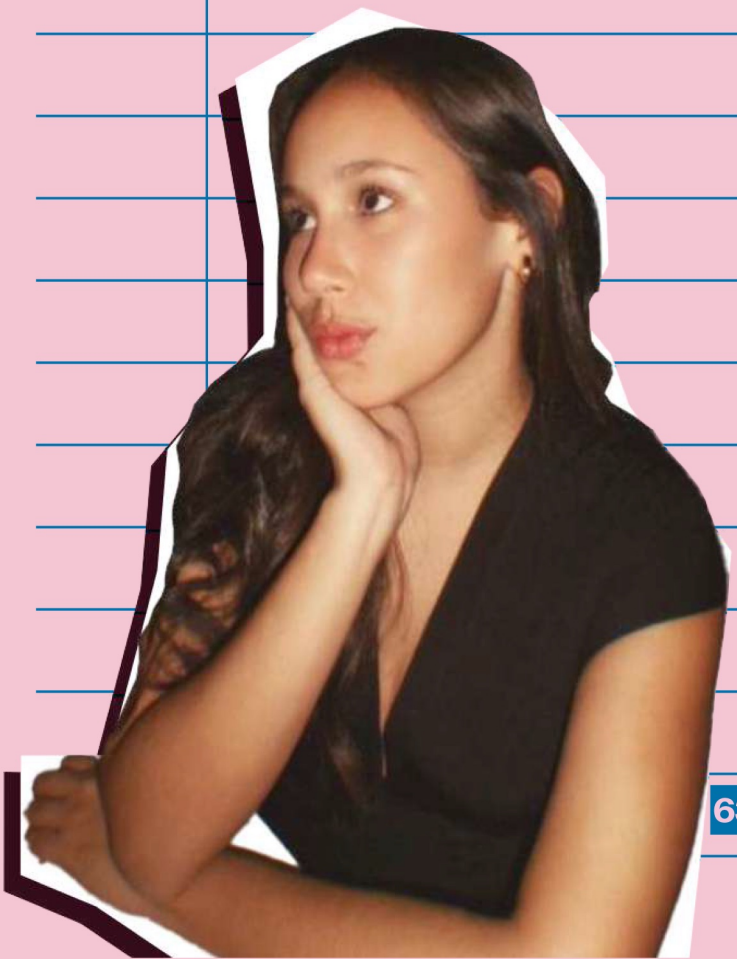
Es una joven dominicana de 20 años, estudiante de término de comunicación publicitaria en la Universidad Iberoamericana (UNIBE), trabaja como diseñadora en una agencia de publicidad de ese mismo modo se desempeña como independiente en su área, al estar estudiando y comenzando en el mundo laboral aún se mantiene viviendo con sus padres. Es una persona altamente creativa y llena de ideas revolucionarias, destacando siempre por su habilidad para dar vida a un concepto, es una chica extrovertida y llena de potencial como individuo del sector creativo.

Objetivos

- Ser financieramente independiente al trabajar como diseñadora gráfica.;
- Iniciar y completar proyectos creativos que impacten en la sociedad dominicana.
- Generar mayor visibilidad hacia ella en la industria creativa como una profesional de alto calibre y Crear una comunidad alrededor de sus proyectos creativos.

Intereses

- La moda y las tendencias.
- El mundo del diseño, como trabaja en esa área, cada vez que puede se ve envuelta en temas que tengan que ver con la creatividad.
- Salir con sus amigas y amigos, a sitios donde pueda fluir su curiosidad y pueda sacar inspiración para sus proyectos.



Desafíos

- Tiempo limitado debido a que se distribuye entre universidad, trabajo y sus relaciones interpersonales.
- La falta de experiencia como creadora de contenido para promocionar sus proyectos.
- Al estar iniciando en el mercado, no ha tenido mucha exposición en el sector lo que resulta en poca visibilización al trabajo que hace.

Canales de comunicación

Redes sociales como: Instagram, Tiktok, Snapchat, Linkedin, Behance y Pinterest. En el mundo offline está su trabajo como la universidad y aquellos lugares a los que suele salir para recrearse con sus amistades.

CARLOS FORERO

Carlos Forero es un empresario de 47 años dominicano, con más de 20 años de experiencia en la industria creativa. Como fundador y director de una agencia publicitaria de renombre, supervisa proyectos de gran envergadura para marcas de alto perfil, lo que le exige estar al tanto de las nuevas tendencias, talentos emergentes y herramientas innovadoras. A pesar de su apretada agenda, siempre busca oportunidades para conectarse con ideas frescas que puedan nutrir sus propios proyectos y los de su equipo.

Objetivos

- Expandir su red de contactos en la industria creativa y formar alianzas estratégicas.
- Estar al tanto de las últimas innovaciones en herramientas, técnicas y estrategias que puedan mejorar la calidad de su trabajo.
- Descubrir talentos emergentes y nuevas tendencias paramantener la relevancia de sus proyectos., encontrando fuentes de inspiración.

Intereses

Publicidad, branding de alta calidad y diseño gráfico.

Arte contemporáneo, exposiciones y eventos culturales.

Viajes y experiencias exclusivas que le permitan explorar culturas y obtener nuevas fuentes de inspiración junto a su equipo o familia.

Asistir a conferencias, paneles y charlas de



Desafíos

Mantenerse relevante en una industria en constante evolución y con creciente competencia

Filtrar la gran cantidad de información que recibe diariamente para centrarse en lo que realmente aporte valor a sus proyectos.

Equilibrar su pasión por la innovación con la necesidad de asegurar retornos comerciales sostenibles en cada proyecto.

Canales de comunicación

Redes sociales como: Instagram, Tiktok, facebook, Linkedin y X En el mundo offline está su agencia donde se comunica con distintas generaciones compartiendo ideas y más, también participa en conferencias, exposiciones y ferias del sector creativo.



Objetivos de Propuesta

Objetivos generales:

1. **Elaborar** la identidad visual de una revista digital que ayude a la visualización de los talentos independientes en el sector creativo, expandiendo el conocimiento acerca del sector creativo.
2. **Realizar** un evento de lanzamiento para dar a conocer la nueva revista y los talentos de la primera edición.

Objetivos específicos:

- **Desarrollar** una identidad visual coherente y atractiva para la revista digital en un plazo de tres meses, que refleje los valores de creatividad, innovación y profesionalismo, y que logre captar la atención de al menos el 70% del público objetivo según encuestas de retroalimentación.
- **Incrementar** el conocimiento del público acerca del sector creativo dominicano en un 69% durante los primeros seis meses, mediante la creación y difusión de contenido educativo y entretenido en las secciones de la revista, medido a través de encuestas y métricas de interacción digital.
- **Lograr** un crecimiento de 50 suscriptores a la revista digital cada trimestre, a través de campañas de marketing digital en redes sociales y mediante la creación de un boletín semanal que mantenga a los lectores comprometidos con los talentos y las novedades del sector creativo.
- **Aumentar** la visibilidad de al menos 20 talentos emergentes del sector creativo durante el primer año de lanzamiento de la revista, mediante la publicación de perfiles detallados y entrevistas en cada edición mensual.
- **Lograr** conseguir al menos 6 patrocinadores estratégicos para el evento de lanzamiento de la revista, que estén alineados con los valores y la imagen de la misma, dentro de los próximos 5 meses. Estos patrocinadores deberán cubrir el 80% de los costos totales del evento, asegurando una coherencia entre la identidad de la revista y las marcas asociadas.
- **Registrar** un total de 100 personas confirmadas para el evento de lanzamiento de la revista en un plazo de 2 meses, asegurando que el perfil de los invitados esté alineado con la audiencia objetiva del proyecto.
- **Lograr** una tasa de fidelidad de al menos un 80% de los invitados y asistentes del evento de inauguración.

Plan de Mercadeo

Se creará una identidad visual corporativa para el desarrollo de una revista tanto digital como impresa con el objetivo de brindar mayor visibilidad para los talentos independientes en el sector creativo, contando con una selección curada de personas que están impactando en la industria, con el apoyo de diversos temas relacionados para no solo educar sino entretener al lector.

Adicionalmente a esto se llevará a cabo un evento de lanzamiento para dar a conocer este nuevo medio al público que contará con distintos paneles y actividades que tengan coherencia con la marca y los patrocinadores que apoyarán la realización del proyecto editorial.

Secciones dentro de la revista

Carta del editor: Es la bienvenida de cada edición, lo que invita a leer el contenido de la revista, se caracteriza por ser un mensaje conciso de lo que se presentará en las páginas por venir.

Cultura creativa: Esta sección funcionará como una ventana hacia el mundo, destacando referencias creativas y artísticas de diversas culturas internacionales. Se explorarán movimientos, innovaciones y personalidades creativas que están dejando huella a nivel global. Los lectores podrán inspirarse con tendencias y proyectos que provienen de distintas partes del mundo, analizando cómo estas influencias impactan y pueden ser adaptadas al contexto creativo local en la República Dominicana. Será un espacio para conocer las iniciativas más innovadoras y vanguardistas en diseño, arte, cine, música, y más, fuera del país.

Diseño: La sección de Diseño se enfocará en todas las ramas del diseño, desde gráfico hasta industrial, pasando por moda y diseño de interiores. Aquí se presentarán entrevistas con diseñadores emergentes, análisis de sus proyectos, y reportajes sobre tendencias innovadoras en el campo. Además, se ofrecerán estudios de caso sobre diseños que están transformando la forma en que los dominicanos interactúan con su entorno, tanto en términos funcionales como estéticos.

Tendencias: En esta sección se mantendrá a los lectores actualizados sobre las últimas tendencias en las disciplinas creativas cubiertas por la revista. Se analizarán nuevas corrientes en el arte, la fotografía, la publicidad, el cine y más. Además, se explorará cómo estas tendencias se adaptan o influencian la escena local en la República Dominicana, y cómo los talentos emergentes están incorporándose en su trabajo para mantenerse a la vanguardia.

Talento: La sección Talento es el corazón de la revista, donde se presentará una cuidadosa selección de creativos emergentes que están marcando la diferencia en el sector. A través de entrevistas en profundidad, perfiles detallados y reportajes visuales, se mostrará el trabajo, la trayectoria y los retos de estos individuos. Esta sección será una plataforma para que diseñadores, fotógrafos, cineastas, arquitectos y otros creativos compartan sus historias y encuentren el reconocimiento que merecen en la industria creativa.

La revista incluirá **perfiles y entrevistas** de talentos que están impactando el sector creativo, asegurando una selección rigurosa basada en su innovación y relevancia en la industria.

Alianzas

Estará forjando conexiones con instituciones gubernamentales que tengan relación con la cultura y el arte, también con instituciones privadas como universidades y escuelas.

Instituciones gubernamentales:

1. Ministerio de Cultura
2. Dirección General de Museos
3. Dirección General del Libro y la Lectura
4. ITLA
5. INFOTEP
6. MESCYT



Instituciones privadas:

1. Universidad Iberoamericana (UNIBE)
2. Chavón escuela de diseño
3. M.A.D Punta Cana
4. ADECC



Estrategia de Precio

Dado que se trata de una revista digital, se propondrá un **modelo freemium.** Los usuarios tendrán acceso gratuito a la mayor parte del contenido, pero se ofrecerán suscripciones **premium** para acceso a contenido exclusivo, eventos y oportunidades de networking para talentos emergentes y profesionales creativos.

Modelo de suscripción

Tipos de suscripción.

Suscripción Gratuita. Acceso a contenido básico en la página web y la versión digital de la revista. Los suscriptores recibirán actualizaciones mensuales sobre nuevos artículos y eventos.

Beneficios:

- ★ Acceso a artículos y reportajes seleccionados.
- ★ Suscripción al boletín informativo.
- ★ Participación en sorteos y concursos exclusivos.

Suscripción Premium Mensual. Acceso completo a todas las ediciones de la revista en formato digital y una edición impresa bimestral.

Costo: RD$ 500 pesos por mes.

Beneficios:

- ★ Acceso a todas las ediciones digitales de la revista.
- ★ Recepción de una copia impresa bimestral.
- ★ Contenido exclusivo, como entrevistas y reportajes adicionales.
- ★ Descuentos en talleres y eventos organizados por ASSETS.
- ★ Acceso anticipado a la versión ebook de la revista.

Suscripción Premium Anual. Acceso completo a todas las ediciones de la revista, con una entrega bimestral impresa y beneficios adicionales..

Costo: RD$ 5,000 por año (ahorro de RD$ 1,000 comparado con la suscripción mensual).

Beneficios:

- ★ Todos los beneficios de la suscripción premium mensual.
- ★ Una edición especial anual solo para suscriptores.
- ★ Contenido exclusivo, como entrevistas y reportajes adicionales.
- ★ Descuentos en talleres y eventos organizados por ASSETS.
- ★ Prioridad para participar en eventos y actividades organizadas por ASSETS.

Página Web

La página web de ASSETS es una plataforma digital dinámica, interactiva y responsive que sirve como el núcleo central para la promoción y visibilidad de los talentos emergentes en el sector creativo de la República Dominicana. Diseñada con una estética moderna y funcional, la web ofrece una experiencia de usuario intuitiva, permitiendo a los visitantes explorar una variedad de contenidos que abarcan desde entrevistas y reportajes en profundidad hasta galerías de arte y análisis de tendencias en disciplinas como el diseño, la fotografía, el cine, la publicidad y las artes visuales.

El sitio cuenta con secciones dedicadas a los perfiles de creativos destacados, noticias del sector, y una agenda de eventos que informa sobre talleres, lanzamientos y exposiciones organizadas por **ASSETS.** La página web también ofrece acceso exclusivo a la versión digital de la revista en formato **ebook**, con funciones interactivas que mejoran la experiencia de lectura.

KPI'S:

- **Tráfico Mensual del Sitio Web**, número de visitantes únicos por mes.
- **Duración Promedio de la Sesión,** tiempo que los usuarios permanecen en el sitio.
- **Porcentaje de Rebote**, porcentaje de usuarios que abandonan el sitio después de ver solo una página.
- **Tasa de Conversión de Suscriptores,** número de conversiones (suscripciones) dividido por el número total de visitas al sitio.
- **Descargas del Formato Ebook**, número de veces que se descarga la versión digital de la revista.
- **Visitas a la Sección de Talentos**, número de visitas a la sección de perfiles de los creativos destacados.

Redes sociales

Las redes sociales de ASSETS son una extensión dinámica y vibrante de la revista, donde se comparte contenido exclusivo, se destacan talentos emergentes y se informa sobre las últimas tendencias del sector creativo. A través de plataformas como Instagram, Facebook y LinkedIn, ASSETS mantiene una conexión constante con su audiencia, promoviendo el trabajo de artistas locales, anunciando eventos y ofreciendo inspiración diaria.

KPI'S:

- **Crecimiento de Seguidores**, número de nuevos seguidores en Instagram Facebook y Twitter
- **Tasa de Interacción (Engagement Rate),** total de interacciones - me gusta, comentarios, compartidos dividido por el número de seguidores y multiplicado por 100.
- **Alcance de Publicaciones**, número de usuarios únicos que ven las publicaciones en un periodo de tiempo determinado.
- **Conversiones desde Redes Sociales (clics en enlaces),** Número de clics en los enlaces compartidos que redirigen al sitio web o a la página de suscripciones.
- **Conversiones a Eventos y Talleres desde Redes Sociales**, Número de registros o asistencias a eventos que se originaron a partir de campañas y publicaciones en redes sociales.

Distribución

Plataformas Digitales: La revista será distribuida a través de un sitio web propio y aplicaciones móviles optimizadas, con fuerte presencia en redes sociales como Instagram, LinkedIn y TikTok para captar a la audiencia joven y creativa.

Boletines y Newsletters: Se desarrollarán campañas de correo electrónico y boletines semanales para mantener a los lectores informados sobre nuevos talentos, artículos destacados y eventos.



Lanzamiento

Promoción

1. **Campañas en Redes Sociales:** Se lanzarán campañas en redes sociales, con contenidos visuales atractivos y dinámicos que muestran adelantos de la revista y destaquen el trabajo de los primeros talentos independientes de la primera edición junto acompañado de la preparación del evento de lanzamiento.
2. **Colaboraciones con Influencers Creativos:** Se buscarán alianzas con influencers en el sector creativo dominicano para generar contenido colaborativo y promover la revista y el evento entre sus audiencias.
3. **Publicidad Digital:** Se utilizarán anuncios en Google Ads y redes sociales para dirigir tráfico al sitio web y promover las suscripciones a la revista.
4. **Evento de lanzamiento:** Se estará presentando la revista al público, donde verán los diferentes aspectos y características que la componen, desde los creadores hasta los invitados especiales de la edición, cómo funcionará su formato, distribución y otras informaciones relevantes y aptas para publicación.

   Se intenta con este evento generar visibilidad y posicionamiento a la revista, que no sea solo informar sino también entretener y crear una experiencia duradera para el público.

- **Paneles:** Los paneles del evento de lanzamiento estarán enfocados en presentar la visión y misión de la revista, así como los valores que la inspiran. Contaremos con la participación de los creadores y colaboradores clave, quienes compartirán su experiencia en el proceso de creación del proyecto.

  Se abordarán temas como la visibilidad de talentos emergentes, las oportunidades para creadores en la República Dominicana y la importancia de una plataforma como esta en el ámbito creativo.

- **Entrevistas:** Las entrevistas serán un elemento clave para conectar al público con las personalidades detrás de la revista. Se organizarán encuentros íntimos y dinámicos con los invitados especiales de la edición inaugural, así como con creadores destacados y colaboradores. Las entrevistas serán transmitidas en vivo y también grabadas para ser compartidas en las plataformas digitales de la revista. A través de estas conversaciones, se profundizará en los proyectos, procesos creativos e inspiraciones de los talentos involucrados, brindando al público una mirada cercana a sus trayectorias y a los valores que representan. Estas entrevistas reforzarán el sentido de autenticidad y cercanía que la revista busca proyectar, elevando su relevancia entre los asistentes.

- **Actividades:** El evento ofrecerá una variedad de actividades diseñadas para entretener, involucrar y dejar una impresión duradera en los asistentes. Habrá espacios interactivos donde el público podrá experimentar con la estética y los temas de la revista, como instalaciones artísticas hasta sencillas estaciones inmersivas. También se ofrecerán sesiones de networking para fomentar la conexión entre talentos creativos y posibles colaboradores.
  Durante el evento, se realizarán dinámicas en redes sociales que permitirán al público interactuar en tiempo real y ganar pequeños premios relacionados con la revista y/o patrocinadores. Estas actividades no solo harán del lanzamiento una experiencia memorable, sino que también promoverán la participación activa del público, ayudando a consolidar la visibilidad y el posicionamiento de la revista en el mercado.

- **Cantidad de personas:** 50 personas

- **Método de entrada:** Estarán disponibles las taquillas para su venta en línea y una pequeña parte de forma física

Agenda

Hora	Actividad	Descripción	Objetivo
16:00 – 17:00	Registro y Bienvenida	Apertura de puertas, recepción de participantes, entrega de paquete de bienvenida, estaciones fotográficas y artísticas.	Crear una atmósfera acogedora y presentar la identidad visual de la revista desde el inicio.
		Actividades: Registro de asistentes, networking inicial, fondo fotográfico interactivo, mural artístico en vi	
17:00 – 17:15	Palabras de Bienvenida y Presentación Oficial de la Revista	Presentación por el equipo fundador, explicando la visión, misión y propuesta diferenciada.	Informar sobre la revista, sus valores y objetivos de forma dinámica y visualmente atractiva.
17:15 – 18:00	Panel: "La Creatividad Emergente en la República Dominicana"	Panel con creativos y expertos, discutiendo oportunidades y retos para los talentos emergentes.	Generar discusión sobre el papel de la creatividad emergente, estableciendo la relevancia de la revista.
18:00 – 18:30	Interludio: DJ de Red Bull y Networking	Performance en vivo, actividades interactivas y networking entre los asistentes.	Proporcionar un respiro en el cronograma y continuar la experiencia inmersiva.
18:30 – 19:15	Entrevistas en Vivo con Invitados Especiales	Talk-show en vivo con invitados de la primera edición, transmitido en redes sociales y proyectado en	Humanizar y conectar a los talentos con el público.
19:15 – 19:45	Actividad Interactiva: "Crea tu Propia Portada"	Los asistentes diseñan su propia portada de la revista usando herramientas digitales o plantillas físicas.	Fomentar la creatividad y la participación directa del público.
19:45 – 20:30	Cierre y Brindis de Celebración	Brindis para celebrar el lanzamiento, discurso de agradecimiento, revelación de la próxima edición, y anuncio de ganadores.	Finalizar el evento de manera festiva, creando un sentido de comunidad y
20:30 – 21:00	Networking Final y Cierre de Actividades	Los asistentes continúan socializando y explorando los espacios interactivos mientras se retiran.	Facilitar una última oportunidad de conexión y promover la interacción en redes sociales.



Propuesta

Situación actual

Los creativos emergentes independientes en el Distrito Nacional enfrentan numerosos desafíos para adquirir visibilidad en el sector creativo, lo cual limita su capacidad para destacar en una industria altamente competitiva y en constante evolución. Estos individuos, que abarcan diversas disciplinas como el diseño, la publicidad, la fotografía, el cine, entre otros, buscan constantemente formas innovadoras de mostrar su talento a la sociedad y ganar el reconocimiento que merecen. Sin embargo, la falta de plataformas adecuadas y el escaso apoyo para promover su trabajo dificultan su capacidad de llegar a un público más amplio y de influir en la cultura contemporánea.

La investigación revela una desconexión significativa entre la sociedad dominicana y el sector creativo emergente. A pesar del creciente reconocimiento global del valor de la creatividad como motor de desarrollo económico y social, en la República Dominicana, gran parte de la población no está plenamente consciente de la existencia y el impacto positivo que estos talentos aportan al país. Esta falta de visibilidad afecta no solo a los creativos en términos de oportunidades profesionales, sino también al desarrollo cultural y económico del país, al desaprovecharse el potencial de un grupo innovador que puede contribuir significativamente a la economía naranja y al dinamismo cultural.

¿Por qué es importante?

Para un creativo, ser visto no es solo un reconocimiento de su trabajo, sino también un estímulo crucial que fomenta su crecimiento y desarrollo. La visibilidad se convierte en una herramienta fundamental que impulsa su carrera, le abre puertas a nuevas oportunidades y le permite conectar con audiencias, empresas e instituciones que pueden apreciar y apoyar su talento. Sin embargo, en un entorno donde la competencia es alta y los canales para darse a conocer son limitados, muchos talentos emergentes se ven obligados a competir por los mismos espacios reducidos, lo que dificulta su proyección y sostenibilidad en el tiempo.

¿Cómo lo haremos?

Por lo tanto, el objetivo central de esta propuesta es crear una plataforma que ofrezca la visibilidad que muchos creativos emergentes necesitan para impulsar sus carreras y destacar en el sector. La revista ASSETS se presenta como una solución para llenar ese vacío, proporcionando un medio especializado y accesible que permita a los creativos exponer su trabajo, contar sus historias y conectar con un público que valore su esfuerzo e innovación. Con un enfoque integral, ASSETS no solo busca ser un escaparate para el talento emergente, sino también una herramienta educativa y de entretenimiento que amplíe el conocimiento del público sobre el papel vital de la creatividad en la construcción de una sociedad dinámica y moderna.

Al brindar visibilidad a estos talentos y resaltar su importancia dentro del contexto cultural dominicano, se pretende no solo elevar la trayectoria individual de los creativos, sino también contribuir al fortalecimiento del ecosistema creativo del país. Esta propuesta busca, por lo tanto, cerrar la brecha entre los creativos emergentes y la sociedad, generando un

ASSETS, traducido al español significa “recursos” encapsula la esencia principal de la marca: brindar a la industria nuevas herramientas que potencialicen al sector creativo de la República Dominicana. Es una revista que se posiciona como un recurso clave para fortalecer la creatividad y la innovación en el país, contribuyendo al dinamismo y evolución del ecosistema creativo.

Tagline

De creativos para creativos.

Racional

La revista ASSETS surge como una respuesta a la necesidad crítica de visibilizar y apoyar a los talentos emergentes dentro del sector creativo de la República Dominicana. En un contexto donde muchos creativos enfrentan dificultades para posicionarse y destacar en un mercado altamente competitivo, ASSETS al mismo tiempo busca educar y dar a conocer más sobre las ramas de la creatividad, profundizando en temas que envuelven al sector creativo dentro y fuera de la República Dominicana.

Valores de marca

★ Diversidad ★ Calidad ★ Creatividad ★ Integridad ★ Innovación

Plataformas

ASSETS se posiciona como un medio integral dedicado a promover y destacar el sector creativo, sus novedades y las mentes brillantes que impulsan el crecimiento de la industria en la República Dominicana. El proyecto busca establecer una plataforma que sirva como puente entre los talentos emergentes y el público, proporcionando visibilidad a aquellos que están moldeando la escena creativa local con sus ideas innovadoras y proyectos únicos.

La **página web** funcionará como el núcleo digital de ASSETS, con contenido actualizado periódicamente que incluye reportajes, entrevistas, análisis de tendencias, y una sección especial para promover el trabajo de artistas y creativos destacados. Será un espacio interactivo y dinámico, diseñado para atraer tanto a profesionales del sector como a entusiastas de la creatividad, proporcionando una experiencia de usuario intuitiva y visualmente atractiva.

Con la incorporación de una versión en formato ebook, ASSETS ofrecerá a sus suscriptores una experiencia de lectura digital que imita la sensación de tener la revista física en sus manos.

Por otro lado la **Revista** complementará la oferta digital, con ediciones periódicas (Bimestral) que capturen los temas más relevantes y el trabajo más destacado del momento. Cada número será una pieza de colección, cuidando tanto la calidad del contenido como la estética visual, para transmitir la esencia de la creatividad contemporánea. La versión impresa se distribuirá en eventos especiales, instituciones culturales, y puntos estratégicos de la ciudad, generando un impacto visual y físico que reforzará el posicionamiento de ASSETS como un referente en el ámbito creativo.

Experiencias

La realización de experiencias creativas e innovadoras en **ASSETS** busca no solo captar la atención del público, sino también educar sobre los temas más relevantes y actuales del sector creativo. A través de eventos, talleres, exposiciones y actividades interactivas, la revista se convierte en un espacio que facilita el aprendizaje continuo y el intercambio de conocimientos entre profesionales, estudiantes y entusiastas del ámbito creativo.

Estas experiencias están diseñadas para brindar nuevas oportunidades a los talentos emergentes independientes, dándoles un espacio donde puedan presentar su trabajo, conectarse con la comunidad y recibir retroalimentación valiosa.

Propuesta de valor (USP)

ASSETS es una revista única en el mercado Dominicano que se dedica exclusivamente a destacar y promover el talento emergente independiente en una amplia gama de disciplinas creativas, desde el diseño y la fotografía hasta el cine y las artes visuales.

“Destaca el talento creativo emergente independiente de la República Dominicana”

Promesa de valor (ESP)

ASSETS conecta a los talentos emergentes con una comunidad creativa que valora su autenticidad e innovación. La revista no solo brinda visibilidad, sino que también inspira y motiva a los creativos dominicanos a explorar su potencial y a ser reconocidos por su trabajo.

"Inspira y empodera a los talentos creativos emergentes."

Propuesta única a comunicar (PUC)

Assets no solo ofrece una visión más amplia del sector creativo, sino que sirve como un foco de luz hacia aquellos talentos que luchan por ser vistos.

"Damos visibilidad y oportunidades a los talentos creativos emergentes."



Personalidad (Arquetipo)



(Basado en el arquetipo de marca de Jung)

EL CREADOR

ASSETS encarna el arquetipo del Creador, una figura visionaria y original que busca constantemente la innovación y la expresión auténtica. Como marca, ASSETS se caracteriza por su enfoque en generar nuevas ideas, explorar horizontes creativos y proporcionar a los talentos emergentes las herramientas necesarias para desarrollar su máximo potencial. El Creador no se conforma con lo establecido; impulsa a sus seguidores a ir más allá de lo convencional, construyendo, transformando y revolucionando el sector creativo en la República Dominicana.

Principales rasgos del creador en ASSETS

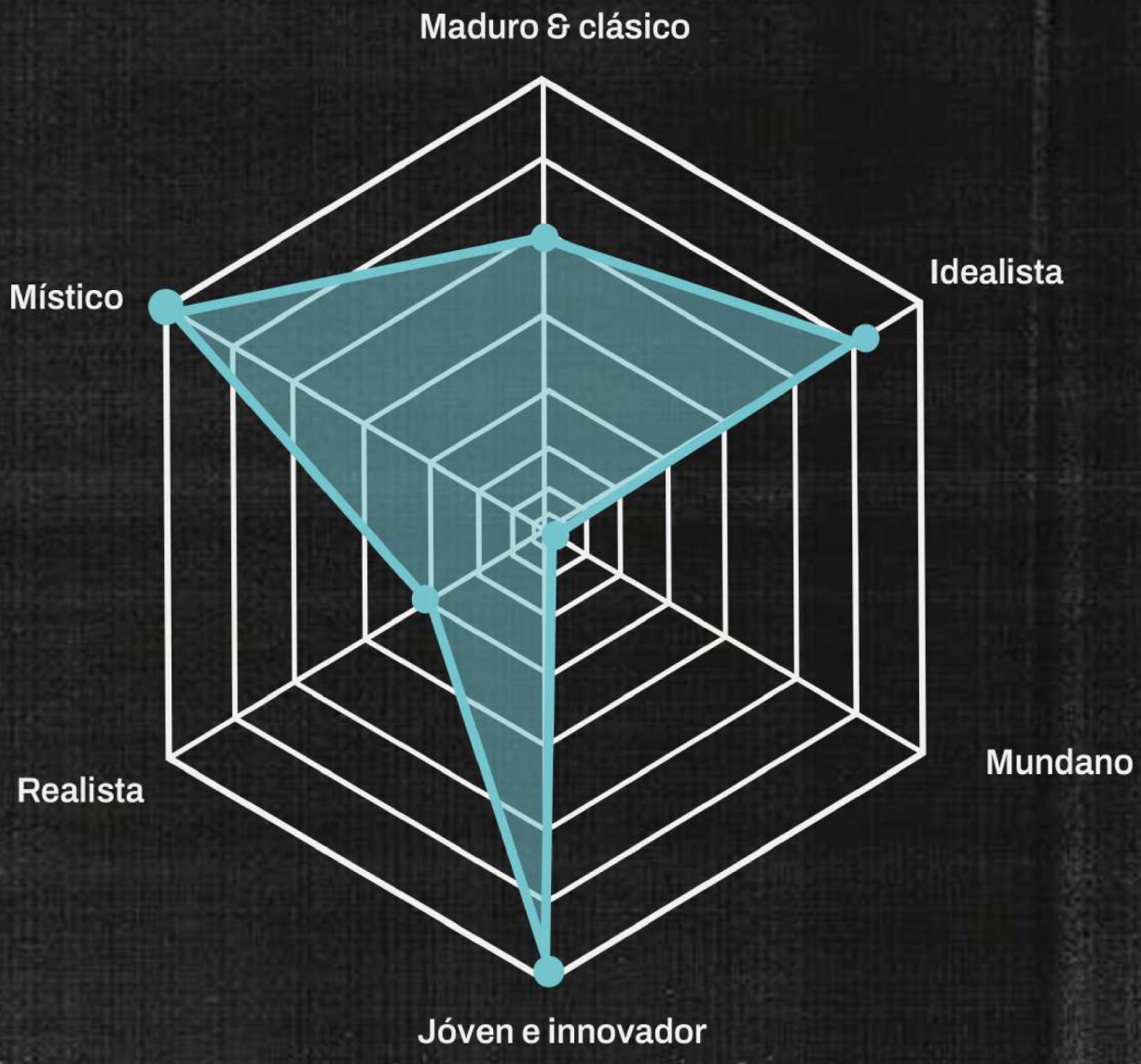
Innovador y Visionario: ASSETS está siempre a la vanguardia de las tendencias creativas. No solo sigue las corrientes, sino que las anticipa, brindando una plataforma para que los creativos emergentes exploren su potencial.

Auténtico y Original: La autenticidad es un valor clave. La marca celebra el talento genuino y busca que cada creador encuentre su propia voz, rompiendo con moldes preestablecidos.

Inspira la Expresión Creativa: Fomenta un entorno donde los artistas y creativos pueden ser ellos mismos, animándose a experimentar, innovar y diseñar nuevas formas de expresión.

Pentágono

de esencia de marca



Basado en los arquetipos de marca de Jung

Competencia

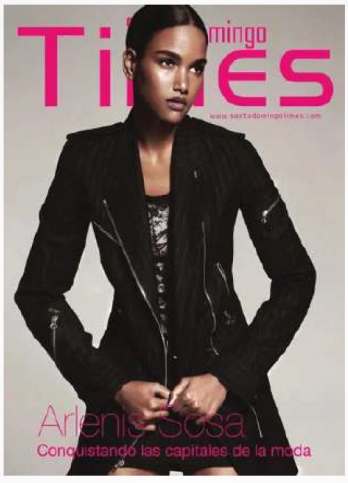
Directa

Incluiría a otras publicaciones, plataformas y medios que también se enfocan en promover el sector creativo y los talentos emergentes dominicanos.

① Pandora



② SD Times



④ Un Chín

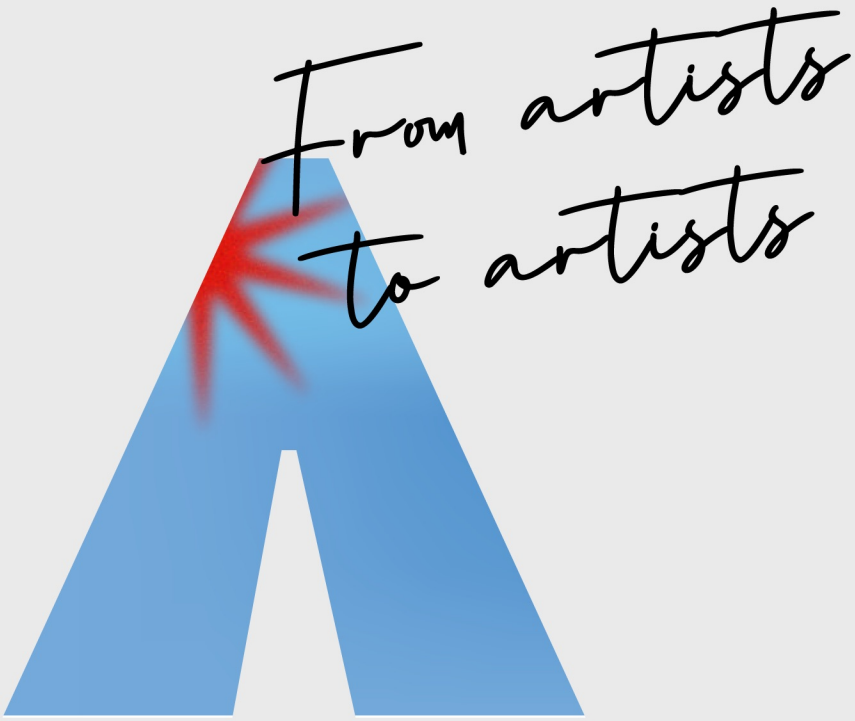




④ Bohío



⑤ A la Moda



Identidad visual

Isotipo



PROMOVEMOS LA CREATIVIDAD

El logo se caracteriza por una tipografía sans serif manteniendo un estilo limpio y minimalista, de igual forma se modifica la primera letra del nombre utilizando un degradado bicolor para crear un efecto visualmente atractivo, logrando un diseño moderno y vanguardista.

B&W

ASSETS

ASSETS

Versiones permitas

ASSETS ASSETS

ASSETS ASSETS

Versiones no permitas

ASSETS ASSETS

ASSETS ASSETS

Se puede utilizar el logo en negro como base, se utiliza el logo en su forma tipográfica, la primera letra se utiliza en ocaciones con uno de los colores de la marca como insinuación al isotipo. NO se permite el uso de el isotipo con colores fuera de la identidad, No se permite el logo líneal, No se permite el isotipo ni logo con imágenes dentro.

ASSETS



Variación de identidad

Assets presenta visualmente una estética **moderna, apostando por una identidad de marca vanguardista y, al mismo tiempo, ecléctica**. Esto se refleja tanto en el uso de sus tipografías como en la selección de colores.

Colores

Los **colores primarios** son el Cyan, magenta, amarillo, rojo, azul y negro, representando en parte la base de la impresión offset.

Robin Egg Blue

Hex code: 72C4CC **R:** 113 **G:** 195 **B:** 203 **C:** 53 **M:** 4 **Y:** 20 **K:** 0 **P:** 318 C

French Rose

Hex code: EA477D **R:** 234 **G:** 71 **B:** 125 **C:** 2 **M:** 87 **Y:** 25 **K:** 0 **P:** 318 C

Saffron

Hex code: E9C230 **R:** 255 **G:** 204 **B:** 51 **C:** 0 **M:** 19 **Y:** 89 **K:** 0 **P:** 1225 C

Red (CMYK)

Hex code: E02B2A **R:** 224 **G:** 43 **B:** 42 **C:** 6 **M:** 97 **Y:** 96 **K:** 0 **P:** 485 C

Bice Blue

Hex code: 0071AB **R:** 0 **G:** 113 **B:** 171 **C:** 90 **M:** 52 **Y:** 10 **K:** 0 **P:** 307 C

Night

Hex code: 161616 **R:** 22 **G:** 22 **B:** 22 **C:** 73 **M:** 67 **Y:** 65 **K:** 80 **P:** Black 6 C

ASSETS



Tendencias



Carta del editor



Diseño



Fotografía



Proyectos

EL **isotipo** representa las diferentes secciones de la revista a través de los colores designados, cada seccción aportará al menos un talento emergente para dar a conocer.

La carta del editor es una sección que resume y explica la vibra de la edición del momento, ya que el editor será rotativo teniendo una figura conocida fijando un tono diferente en cada edición con parametros que mantengan coherencia en la revista.

Área de seguridad



El área de aislamiento define el área alrededor del logotipo dentro de la cual ningún elemento gráfico o textual puede ingresar que pueda interferir con la legibilidad o reconocibilidad del mismo logotipo. Se estableció con el isotipo del logo la letra “A”.

Tipografía

A B C

La tipografía utilizada para el logotipo es **“Lemon Milk”** este famoso tipo de letra geométrico con bordes afilados es perfecto para cualquier pantalla y facil lectura. **“Coolvetica”** para los títulos de la revista, **“Epilogue”** se utiliza para subtítulos y pequeños detalles. **“Editors note”** una tipografía serif utilizada para el cuerpo de texto de la revista.

Lemon Milk

AA

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#$%^&*()_+?><”:

Epilogue

Aa

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#$%^&*()_+?><”:

Coolvetica

Aa

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#$%^&*()_+?><”:

Editor’s note

Aa

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#$%^&*()_+?><”:



La revista
(offline y online)

Revista

Características

La revista ASSETS se presenta como una publicación de alta calidad, diseñada para destacar tanto en contenido como en formato. Cada edición impresa se caracteriza por su cuidada estética y materiales de primera, reflejando el compromiso de la revista con la creatividad y la excelencia.

Formáto — 9 x 10 pulgadas

Tamaño de 22.9 x 25.4 cm con un formato cuadrado que se destaca por su originalidad.

Papel

Satinado de 120 g/m² para las páginas interiores.

Cubierta tiene un grosor de 250 g/m² con acabado laminado mate.

Páginas

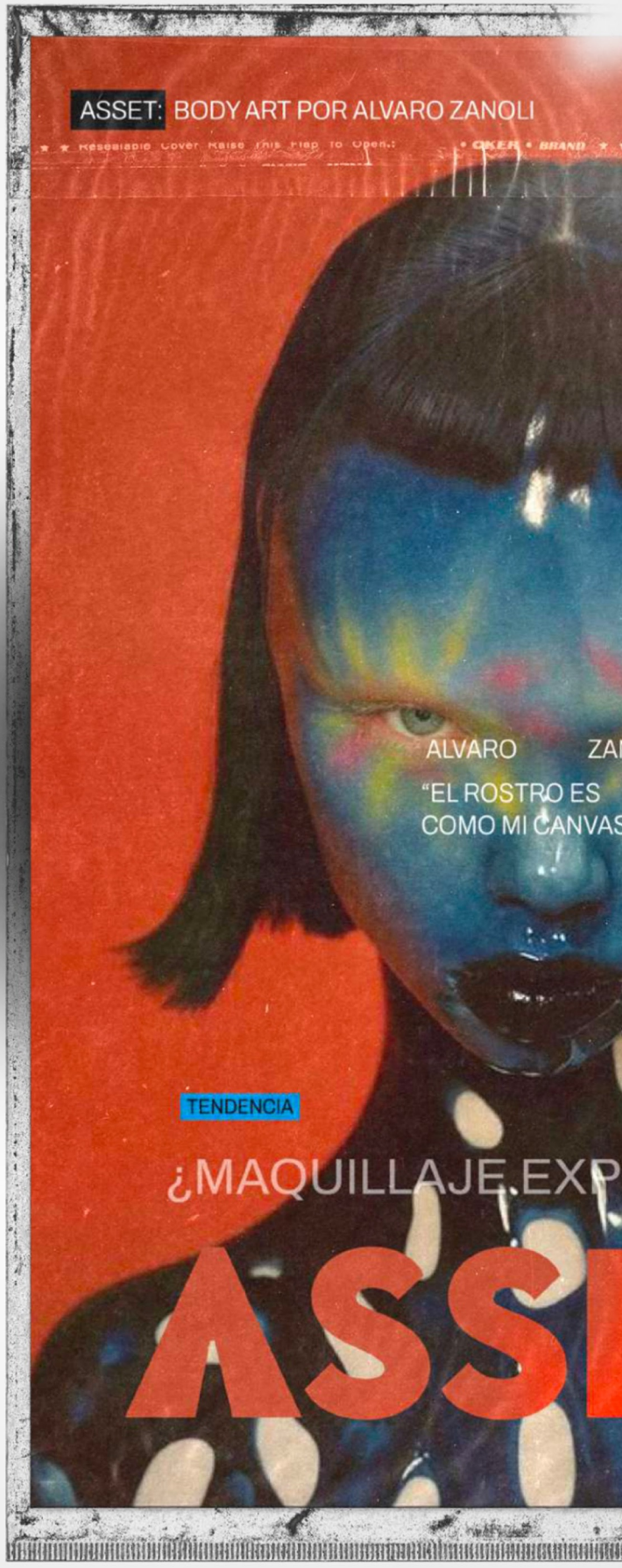
La revista cuenta con aproximadamente 80 a 100 páginas por edición, asegurando una combinación equilibrada de contenido visual y editorial de alta calidad.

Impresión

Impresión a todo color y en alta resolución, que resalta la calidad de las fotografías, ilustraciones y diseños gráficos.

Encuadernación

Encuadernación tipo rústica con lomo cuadrado, lo que proporciona un acabado firme y profesional



Parámetros de la revista

Combinación de colores:

2

1. 
2. 
3. 
4. 
5. 
6. 

3

1. 
2. 
4. 

4

1. 
2. 

Puntaje:

Título: 40 - 64pts
Subtítulos: 26pts (Archivo)
cuerpo de texto: 12pts (editors note light)
Inserts y detalles: 9pt (Archivo)

Espaciado:

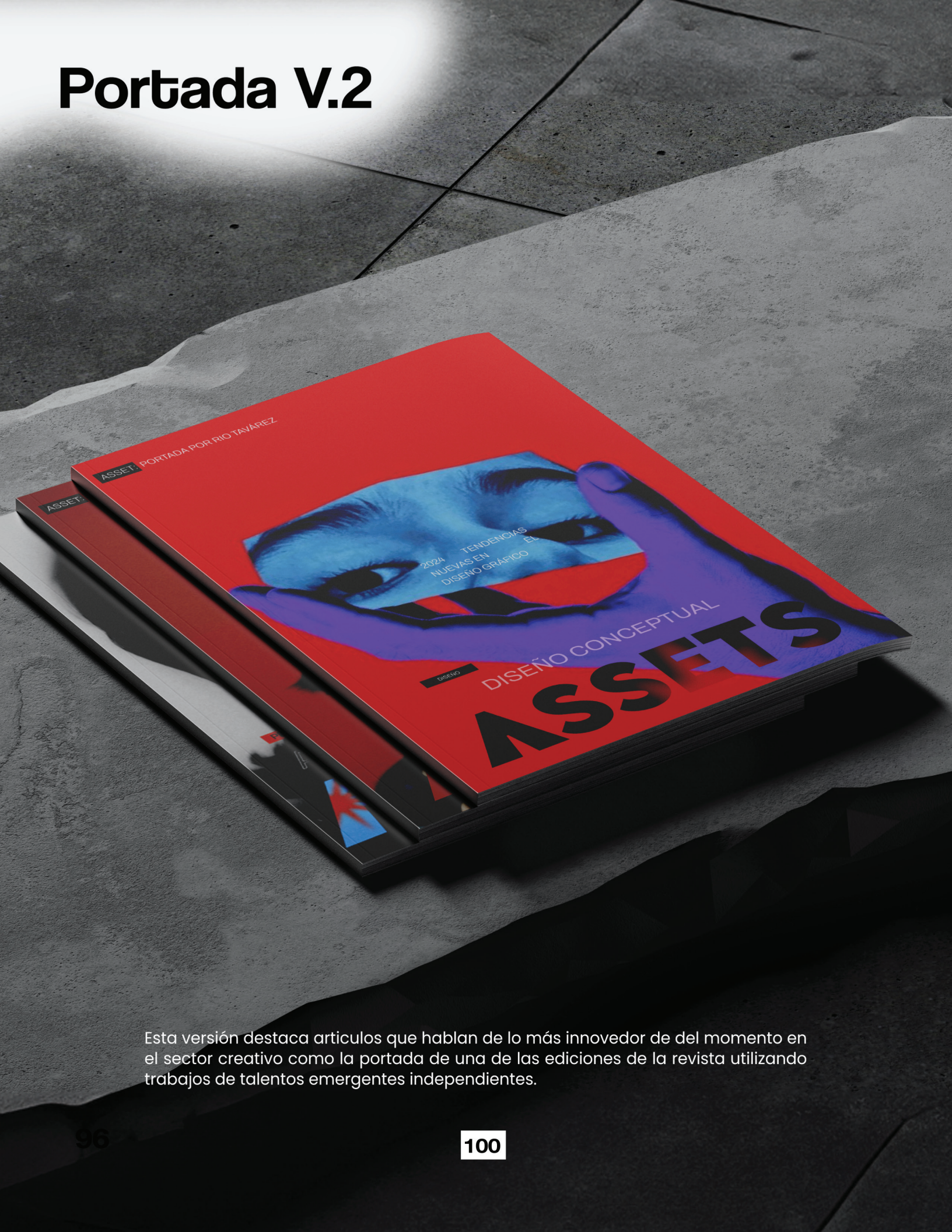
Título: 65pts (líneas)
Subtítulos: 31pts (líneas)
cuerpo de texto: 14.5pts (líneas)
Inserts y detalles: 10pt (líneas)
4pts (caracteres)

Portada V.1



Esta versión destaca el trabajo de un talento creativo como la portada de una de las ediciones de la revista, indicando al mismo tiempo de quien se trata y la idea detrás del proyecto.

Portada V.2



Esta versión destaca articulos que hablan de lo más innovedor de del momento en el sector creativo como la portada de una de las ediciones de la revista utilizando trabajos de talentos emergentes independientes.











Versión impresa

Se compone por colores vibrantes, una diagramación limpia pero al mismo tiempo alternativa, experimentando siguiendo con los lineamientos en el diseño de las páginas. Tiene el propósito de destacar la creatividad y la innovación con cada sección.



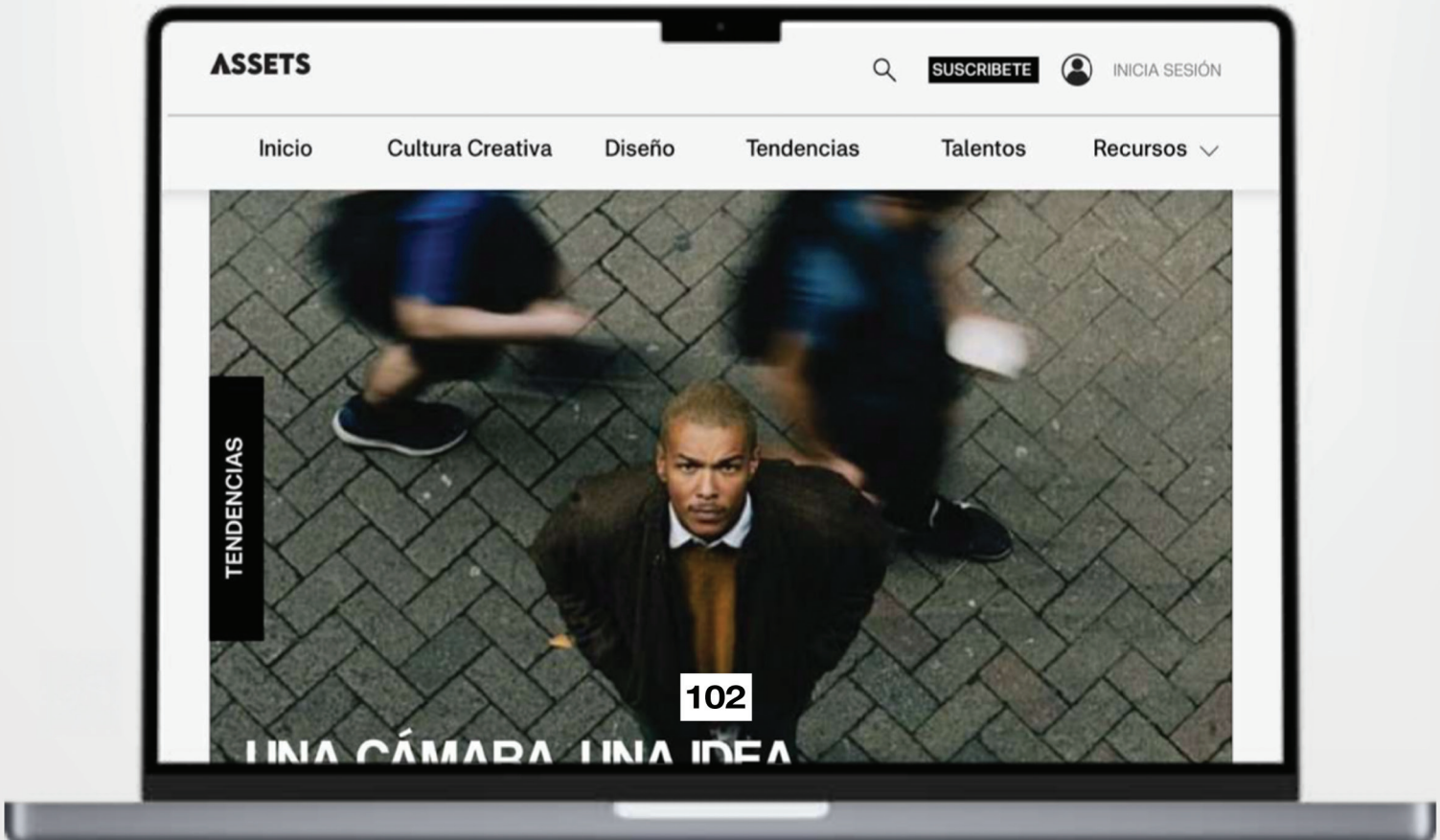
Página web

La página web de ASSETS es una plataforma integral que no solo ofrece acceso al contenido de la revista, sino que también sirve como un punto de encuentro para la comunidad creativa, brindando múltiples funcionalidades y secciones interactivas.

El landing page de la página web de **ASSETS** es la puerta de entrada a la plataforma digital, diseñado para causar una fuerte impresión inicial y capturar el interés de los visitantes.

Destacado por un diseño minimalista utilizandon las portadas como medio diferenciador.

www.Assetsmag.com



Página Web

Artículos

La presentación de los artículos en la página web de ASSETS sigue un enfoque visual y moderno, Cada artículo se identifica rápidamente (como Tendencias, Cultura Creativa, etc.), el título, el autor y la fecha de publicación.

El uso de tipografía en negrita para los títulos asegura claridad, mientras que se destaca una iamagen relacionada con el artículo en la parte superior mejorando el atractivo visual. Además, se incorporan secciones de publicidad estratégicamente ubicadas para no interrumpir la lectura.



Portada (fotografía, ilustraciones, video)

Publicidad
siempre diagramado a la derecha

Cuerpo de texto
Alineado a la izquierda

Calls to action

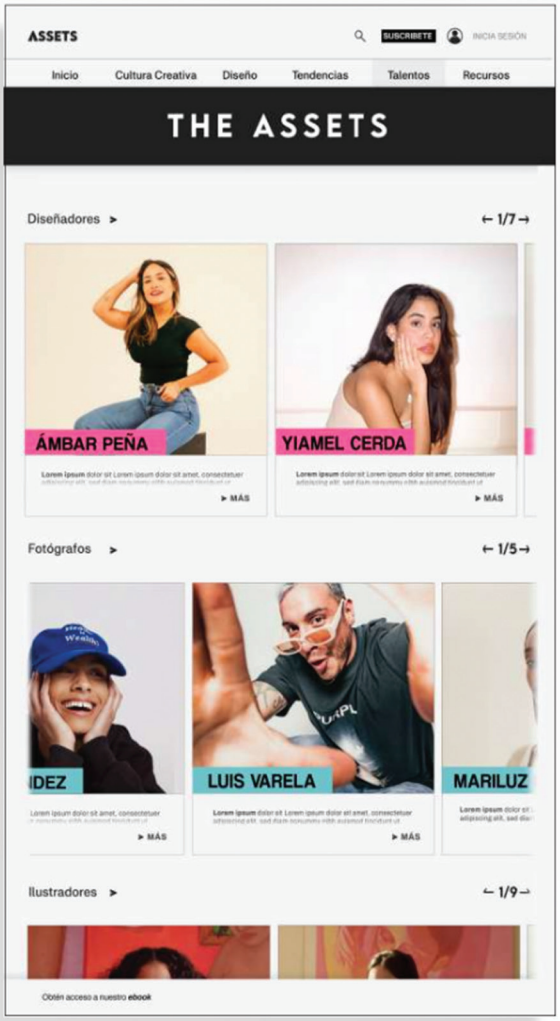
Página Web

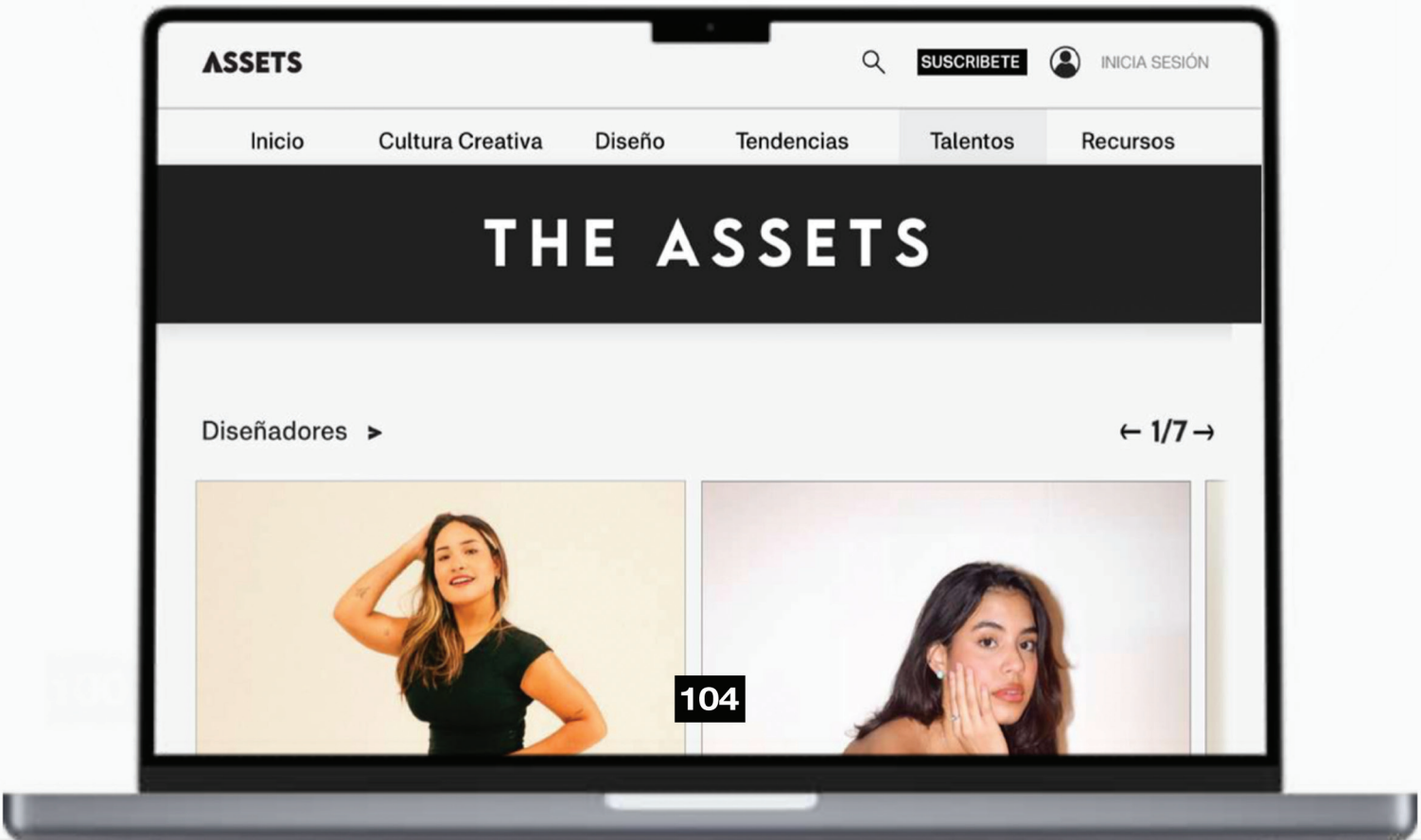
Área de Talentos

Está diseñada para destacar a diversos creadores emergentes en áreas en distintas áreas creativaas.

Presenta perfiles individuales con imágenes de los artistas y una breve descripción de su trabajo, permitiendo a los usuarios explorar más a fondo el portafolio de cada talento a través de un enlace de "Más".

Esta sección busca brindar visibilidad a los talentos creativos y facilitar la conexión con potenciales colaboradores o admiradores interesados en sus proyectos.





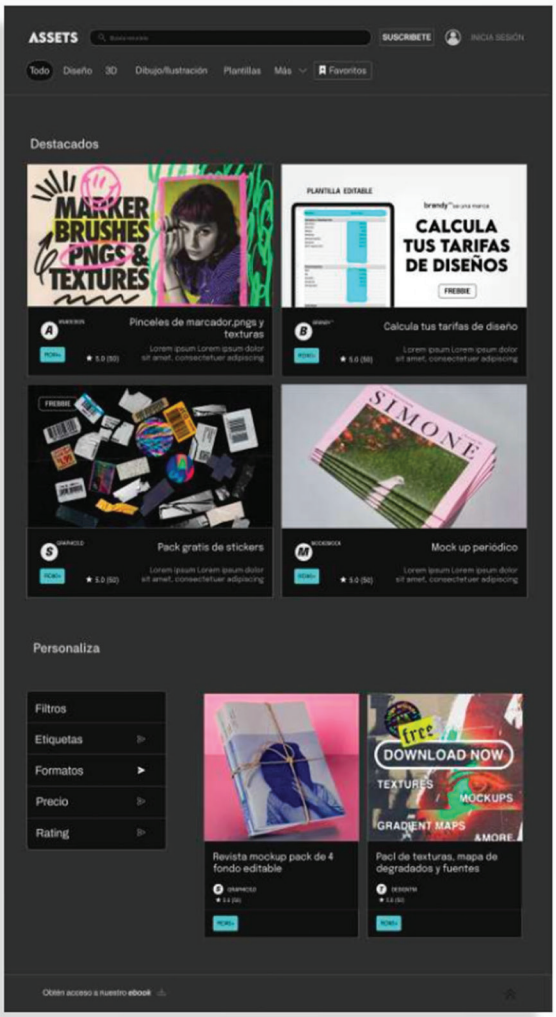
Página Web

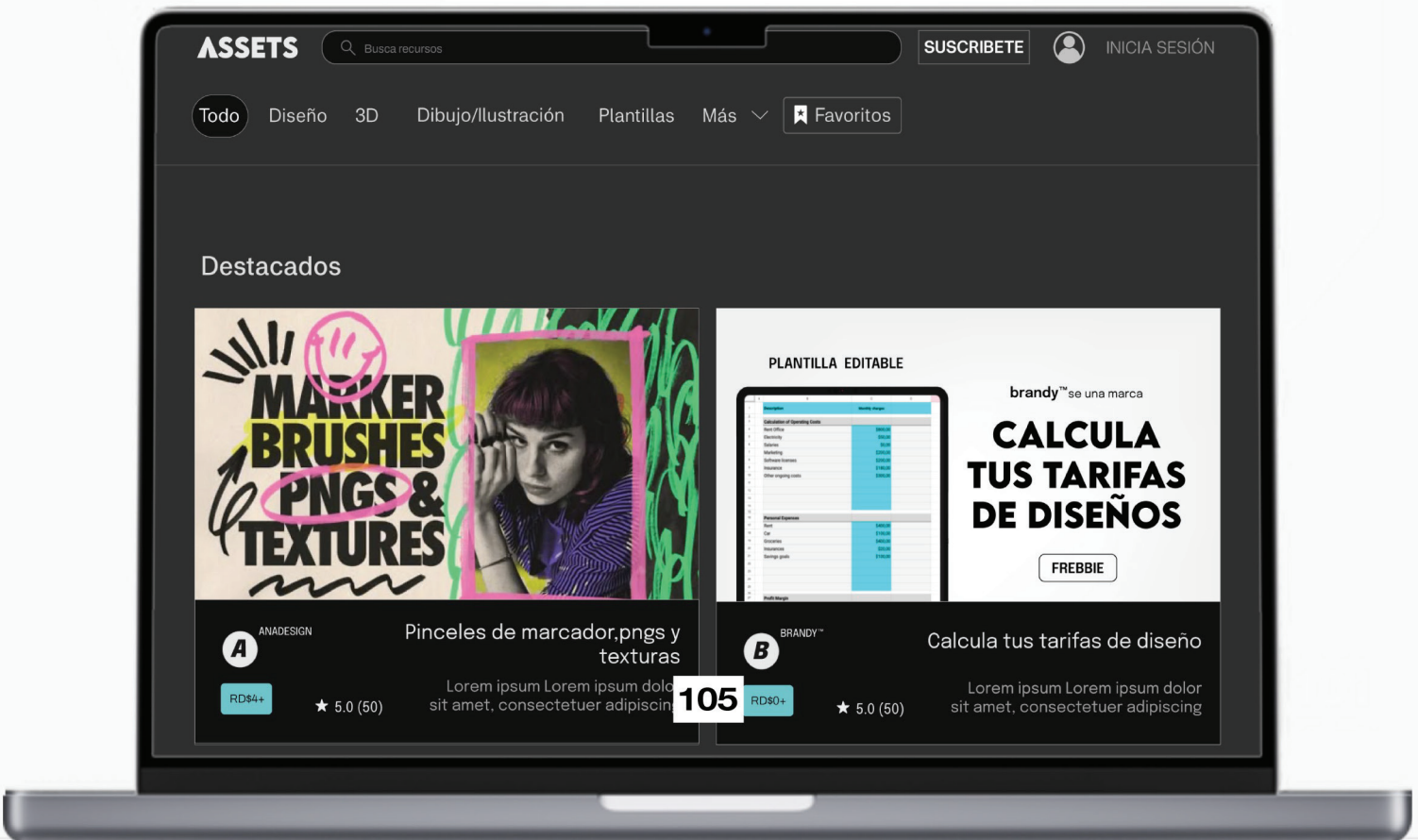
Recursos/tienda

La página web de ASSETS es una plataforma integral que no solo ofrece acceso al contenido de la revista, sino que también sirve como un punto de encuentro para la comunidad creativa, brindando múltiples funcionalidades y secciones interactivas.

El landing page de la página web de **ASSETS** es la puerta de entrada a la plataforma digital, diseñado para causar una fuerte impresión inicial y capturar el interés de los visitantes.

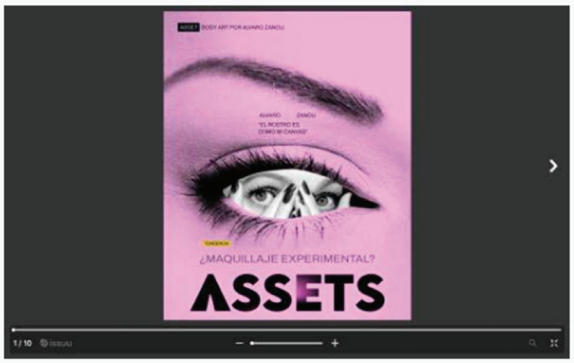
Destacado por un diseño minimalista utilizandon las portadas





El ebook

Es la **versión digital** de la revista publicada en una plataforma que simula las características físicas, donde el público podrá ver un adelanto de las ediciones y los que estén subscritos tendrán un acceso completo.

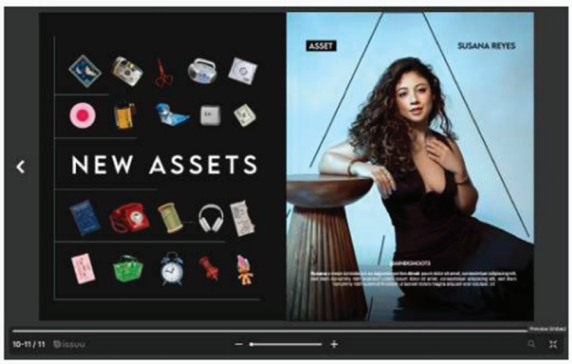






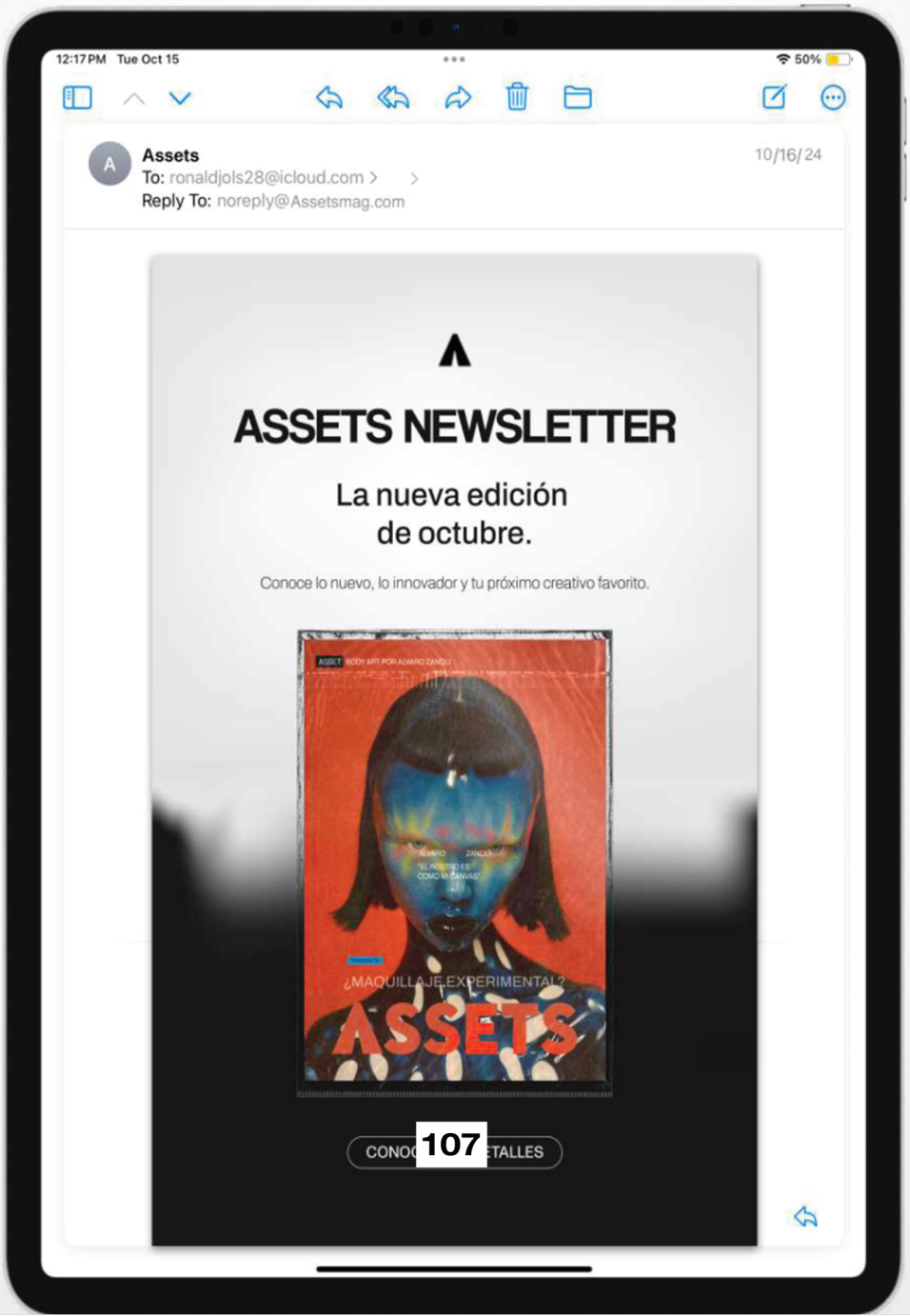






Newsletter

El newsletter de ASSETS es una publicación digital mensual diseñada para mantener a nuestra comunidad creativa informada e inspirada. A través de este boletín, ofrecemos contenido exclusivo que destaca las últimas novedades en el sector creativo, incluyendo artículos, entrevistas con talentos emergentes, y reportajes sobre tendencias en arte, diseño, fotografía y cine.



Azine

Para los suscritores anuales uno de los contenidos exclusivos viene en formato de zine, una revista más compacta y reducida donde se presentan temas y proyectos extras de lo que ha pasado en el año y futuros trabajos agregandole valor a la marca y creando una experiencia más única con los consumidores.



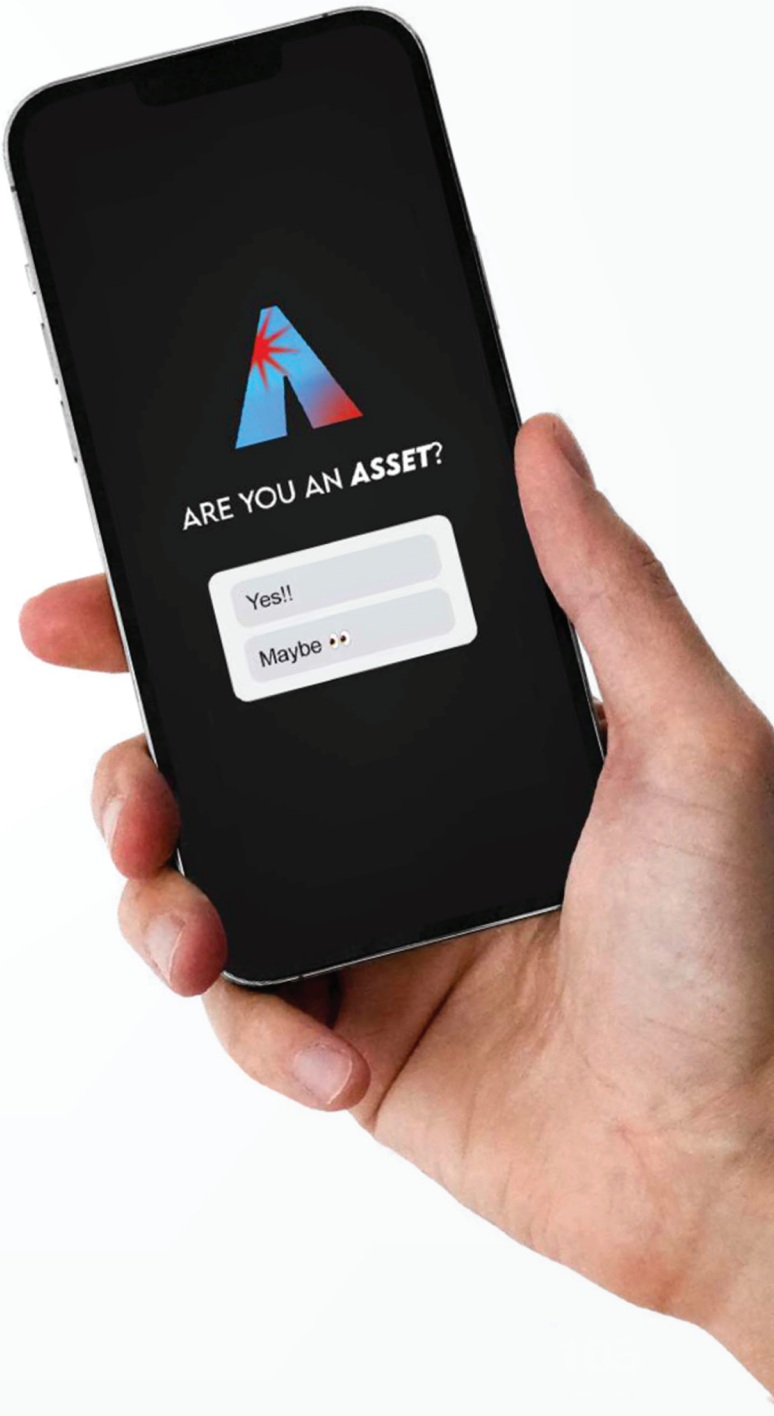
6.5 x 8.5 pulg

Redes Sociales

Frecuencia de publicación:
3 veces por semana

Son la principal plataforma de promoción y difusión digital de la revista, funcionando como un canal dinámico para amplificar la voz de los talentos emergentes y fortalecer la identidad de la marca. A través de estos canales, se buscará promover los artículos de la revista, reflejar la visión creativa y los valores de ASSETS, así como construir una comunidad vibrante de seguidores apasionados por el arte y el diseño.

Además, las redes sociales serán una ventana para destacar a nuevos talentos, ofreciendo visibilidad y conectándolos con una audiencia interesada en sus trabajos.



PUBLICACIONES

assetsmagazine
Santo Domingo

La primera edición
YA ESTÁ DISPONIBLE



9,480 likes
Assetsmagazine La revista para todos los creativos de RD...
View all 201 comments
4 Days Ago

assetsmagazine
Santo Domingo

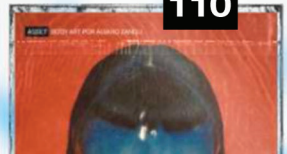


LA NUEVA EXPOCIÓN DE
EDGAR RAMIREZ DEJA
DE QUÉ HABLAR

9,869 likes
Assetsmagazine Las ilustraciones de Edgar nos dejaron...
View all 201 comments
4 Days Ago

assetsmagazine
Santo Domingo

La primera edición
YA ESTÁ DISPONIBLE



9,869 likes
Assetsmagazine Las ilustraciones de Edgar nos dejaron...
View all 201 comments
4 Days Ago

assetsmagazine
Santo Domingo

ARE YOU AN ***ASSET***?

La revista de creativos para creativos

2,080 likes
Assetsmagazine Creatividad e innovación en uno #assetsrd
View all 201 comments
4 Days Ago

assetsmagazine
Santo Domingo

ASSET DESTACADO
FOTOGRAFÍA



AMELIA PUJOLS

Lorem ipsum dolor sit amet, Lorem ipsum dolor sit

7,540 likes
Assetsmagazine Amelia Pujols el asset destacado de la semana.
View all 201 comments
4 Days Ago

assetsmagazine
Santo Domingo


ASSETS
ASSETS
@assetsmagazine
assetsmag@info.com
(+1) 809-000-0000
ASSETS

Papelería

T-shirts

Los shirts de ASSETS serán piezas exclusivas que representarán la esencia de la revista y su comunidad creativa.y un código QR que podrá redirigir a información relevante, Estos shirts estarán disponibles en las goodie bags del evento y como parte del paquete exclusivo para suscriptores premium,



Credenciales



Los credenciales de **ASSETS** serán diseñados para reflejar la identidad visual de la marca, **incorporando una estética moderna y profesional**. Cada credencial incluirá el logotipo de la revista, el nombre del portador, su rol dentro del evento.


ASSETS
ASSETS


ASSETS


BE WHAT YOU KNOW AND
KNOW WHAT YOU ARE


ASSETS
ASSETS
ASSETS
ASSETS
ASSETS
ANIKA O'CONNELL


ASSETS




ASSETS
ASSETS
ASSETS
ASSETS
ASSETS



Evento

Press Wall



El press wall cuenta con un invitado especial del sector creativo local “poteleche” como ejemplo. Una visual de como se vería la publicidad para el lanzamiento de la revista utilizando la identidad visual de la marca, y presentando algunos de los potenciales patrocinadores.



Billboard V1

Como se vería una valla presentando a futuros invitados internacionales a posibles eventos de la marca, utilizando colores llamativos y una estética limpia y moderna.

Billboard V2



Billboard V3



Billboard V5




LELLED
TALENTS
ETS
4:00PM - 8:00PM
HOTEL EL EMBAJADOR
TSMAG.COM
CELÓ
REPÚBLICA DOMINICANA
CULTURA
altice 1
El Catador
ORIN
ASSETS
THE LAUNCH
VIERNES 21 DE ABRIL
HOTEL EL EMBAJADOR
DEMONSTRATING
UNPARALELLED
TALENTS
4:00PM - 8:00PM
Powered by
uepa
altice 1
BARCELÓ
El Catador
REPÚBLICA DOMINICANA
CULTURA
COLORIN



Proyector

La incorporación de visuales al inicio del evento, al presentar la revista en el proyector del salón, estará diseñada para captar la atención del público mediante el uso de diseños impactantes, colores vibrantes e imágenes llamativas y disruptivas, manteniendo siempre la línea gráfica de ASSETS. La proyección incluirá transiciones dinámicas y gráficos de alta calidad que reflejen la esencia de la revista.

Taquillas



Las taquillas son la entrada para todos los invitados que asistirán al evento estás sin tener ningún costo adicional para el lanzamiento, para próximos eventos **Boleto General:** RD$500 **Boleto VIP**: RD$1,000, **Boleto Corporativo (paquete para 5 personas):** RD$4,500. Estas se caracterizan por mostrar dentro del diseño el trabajo de algunos creativos y mostrando algunos de los potenciales patrocinadores como uepa tickets, barceló, banreservas, entre otros.

Cronograma



Narrativa de comunicación estratégica

Se centra en tener una comunicación que amplifica la voz de los talentos emergentes en la República Dominicana, promoviendo de manera innovadora la diversidad creativa y ofreciendo un espacio para la innovación en disciplinas como el diseño, la fotografía, la ilustración, y otras áreas creando lazos colaborativos con insituciones y empresas que vayan acorde con la visión de **ASSETS.**

FASE 1: Producción

Esta fase se centra en la planificación del evento y la generación de expectativa. Las actividades incluyen la producción inicial de la revista, que abarca la recolección de contenido, entrevistas, redacción y diseño preliminar. Además, se llevarán a cabo acciones de promoción para crear interés, como publicaciones en redes sociales, anuncios de la fecha del evento y lanzamiento de teasers sobre los talentos destacados en la revista. El objetivo es captar la atención del público y generar interés en el evento.

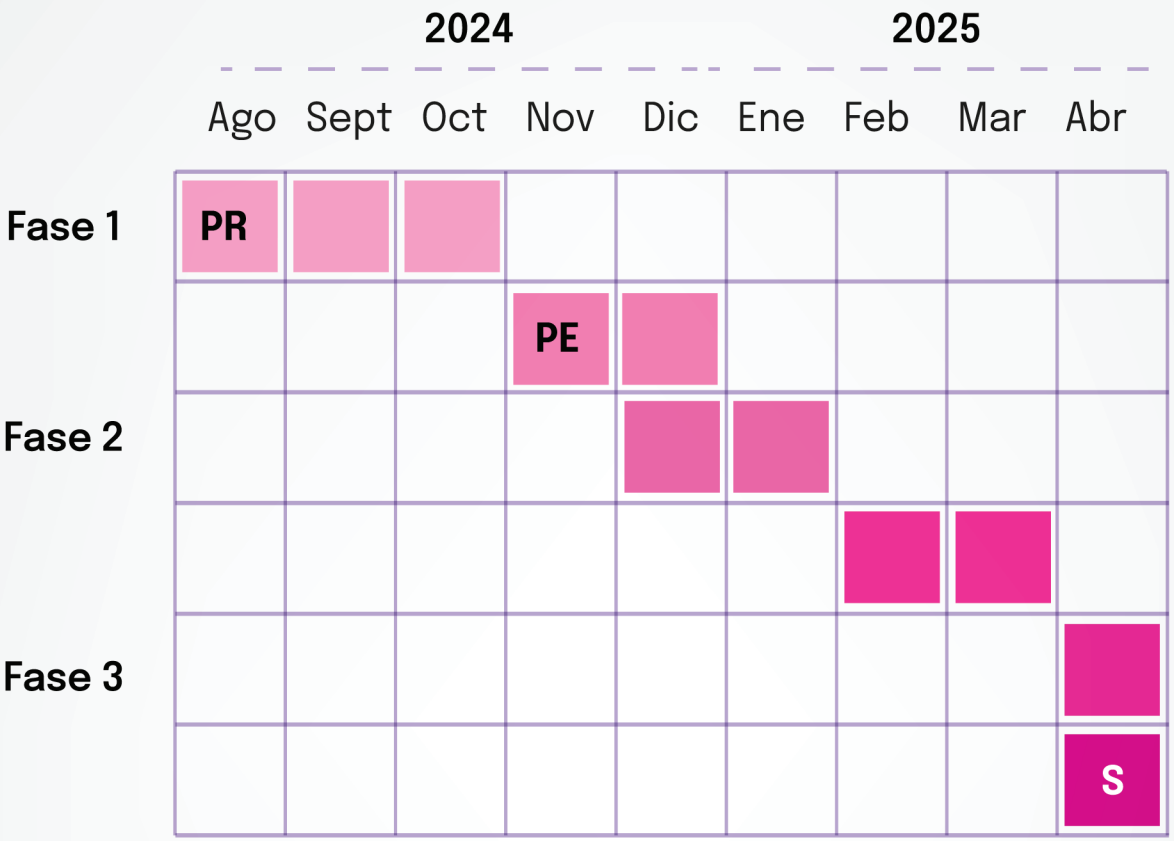
FASE 2: Lanzamiento

La segunda fase coincide con la recta final antes del evento y se enfoca en los preparativos finales. Se completará la producción de la revista, incluyendo la revisión y la impresión de las copias físicas, así como la preparación del ebook. En paralelo, se intensificarán las acciones de marketing, como la promoción del lanzamiento de la revista y detalles del evento, tales como la agenda, los invitados especiales y la programación, junto con la preparación final de las actividades a realizar en el lanzamiento. Se reforzará la comunicación en redes sociales para maximizar la asistencia.

FASE 3: Ejecución

La ejecución comprende la realización del evento el 21 de abril y las actividades posteriores. Durante el evento, se lanzará oficialmente la revista y se distribuirán las copias impresas. Además, se llevarán a cabo actividades de networking y presentaciones de talentos emergentes. Después del evento, se continuará con la difusión del contenido de la revista y la cobertura del evento en redes sociales y otros canales, manteniendo el interés del público y fortaleciendo la comunidad creada en torno a ASSETS.

Cronograma



PR= Producción de la revista **S**= Seguimiento

PE= Producción de el evento

El cronograma de ASSETS abarca tres fases principales, de noviembre de 2024 a abril de 2025, culminando con el evento de lanzamiento el 21 de abril. La primera fase **(noviembre-diciembre)** se centra en la planificación y generación de contenido, estableciendo la estructura de la revista, seleccionando talentos, definiendo la estrategia de comunicación y preparando el evento. La segunda fase **(diciembre-marzo)** aborda la preproducción del evento, la edición y diseño de la revista, así como la creación de materiales promocionales y la implementación de campañas en redes sociales. La tercera fase **(marzo-abril)** se enfoca en la distribución final, la logística del evento y la promoción intensiva para generar expectativa, finalizando con el lanzamiento oficial.

Potenciales patrocinadores

Las instituciones juegan un papel fundamental en el apoyo y promoción del talento creativo emergente en la República Dominicana. Estas instituciones, que incluyen universidades, organizaciones gubernamentales, centros culturales, fundaciones y ONG, comparten el compromiso de fomentar el desarrollo cultural y artístico en el país.

CHAVÓN LA ESCUELA DE DISEÑO

UNIBE

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA
CULTURA

Estas **marcas** Abarcan empresas de sectores como la banca, la tecnología, el consumo masivo y el transporte, que desean vincularse con eventos culturales y apoyar iniciativas creativas. Estas marcas, al colaborar con ASSETS, no solo incrementan su visibilidad en la comunidad cultural, sino que también fortalecen su imagen como promotores del desarrollo y la innovación.

Bancos y Entidades Financieras:

BANRESERVAS
El banco de todos los dominicanos

Otros

EL EMBAJADOR
A ROYAL HIDEAWAY HOTEL

El Avance

Papelería

Empresas de Tecnología

altice

Microsoft

Marcas de Bebidas y Alimentos

BARCELÓ
RON DOMINICANO

CERVECERIA NACIONAL DOMINICANA

Planeta Azul

Red Bull

El Catador

Café Santo Domingo
LO MEJOR DE LO NUESTRO

HELADOS BON

Lay's



Planes de patrocinio

PLANES DE PATROCINIO EVENTO

Plan Full Cover - DOP 700,000.00

1. Presencia de la marca en Landing Page.
2. Página completa de anuncio.
3. Menciones exclusivas.
4. Logo en pantalla de eventos.
5. Logo en back pannel de fotos oficiales.
6. Presencia en material POP.
7. Mención de la marca por el host.
8. Mención de la marca en redes.
9. Stand de la marca en evento.
10. Logo página de agradecimiento en la revista.

Plan Mid Cover - DOP 500,000.00

1. Página de contenido.
2. Media página de anuncio.
3. Logo en back pannel de fotos oficiales.
4. Presencia POP.
5. Logo en pantalla.
6. Mención de la marca en redes.
7. Mención de la marca por el host.
8. Logo pagina de inicio de revista.

Plan Basic Cover - DOP 300,000.00

1. Media página de anuncio.
2. Logo en página de agradecimiento.
3. Logo en pantalla.
4. Logo en back pannel para fotos oficiales.
5. Presencia material POP.

PLAN DE PATROCINIO DE MARCA

Plan fijo - DOP 120,000.00

1. Página completa de anuncio.
2. Logo en portada o contraportada.
3. Mención en toda comunicación oficial.
4. Inclusión en entrevistas o reportajes.
5. Mención especial en cada edición del mes.
6. Mención en página oficial.

Plan full cover
BANRESERVAS El banco de todos los dominicanos
Plan mid cover
Lay's · Café Santo Domingo · Red Bull · El Catador
Plan basic cover
Plan fijo
BARCELÓ RON DOMINICANO

Influencers



(Listado de invitados especiales)

ASSETS contará con una red de influencers que ayudarán a amplificar su alcance y conectar con la comunidad creativa en la República Dominicana y más allá. Estos influencers serán seleccionados no solo por su popularidad, sino también por su relevancia en el ámbito del arte, el diseño, la moda, la fotografía y otras disciplinas creativas

Ilustradores

1. **@Rodistic**
2. **@Imjustawitch**
3. **@Nots**
4. **Rafael de los Santos (@poteleche)**
5. **Priscila Castillo (@Artisticando)**
6. **Carla Garrido (@Tangui_cg)**

Diseñadores

1. **Carlos De Moya (@carlosdemoya)**
2. **Jose Sanchez (@mrpichón)**
3. **Marcell Gomez (@Kultymom)**
4. **Stephanie Gerardino (Stephanie.Gerardino)**
5. **Nicole Marie (@kolettastudio)**
6. **Tiffany Fermin (@tiffanyfermin)**

Fotógrafos

1. **Jochy campusano (@jochycampusano)**
2. **Luis Valdez (Luivalde)**
3. **Carlos Olivero (@adlitte)**
4. **Angelica Santos (@Gliimpseofheaven)**

Cine

1. **Leticia Tonos (@leticiatonos)**
2. **Diana Tejada (@filmmnostalgia)**
3. **Nicole Coiscou (@nicolecoiscou)**



Caso de negocios

Fuente de ingreso

El proyecto se sostendrá en base de patrocinios, eventos, suscripciones, publicidad digital, entre otras, que aportarán una estructura a la realización de la revista y así generar los ingresos necesarios para cubrir los costos operativos.

★ Publicidad Digital y Patrocinios

Publicidad en la Revista y Sitio Web: La venta de espacios publicitarios en la revista digital y el sitio web será una de las principales fuentes de ingresos. Se ofrecerán diversos formatos publicitarios, incluyendo banners, videos y contenido patrocinado. En la versión impresa contarán con páginas completas, doble página, ¼ de página, media página, contraportada, etc. Las tarifas publicitarias estarán basadas en la visibilidad y la segmentación de la audiencia.

Patrocinios de la revista: Se buscarán asociaciones con marcas relevantes que deseen patrocinar la marca, contemplando sus valores e incidencia en el sector creativo, o que tengan iniciativa en apoyar la causa

★ Suscripciones y Contenido Exclusivo

Modelos: La revista ofrecerá una ***versión gratuita*** con contenido básico y una ***versión estandar y premium*** con acceso a contenido exclusivo, reportajes en profundidad, entrevistas especiales, y material educativo avanzado para creativos. Los suscriptores premium también tendrán beneficios adicionales, como descuentos en talleres y acceso anticipado a eventos.

Proyección de ingresos

A partir de la implementación de estas estrategias de monetización, se estima que los ingresos generados permitirán alcanzar el punto de equilibrio (break-even) dentro del tercer mes en donde en el primer año se tiene una ganancia de **$3,550,000.00 DOP**.

Publicidad en la revista

El contenido Se ha diseñado para mantener un equilibrio entre contenido editorial y espacios publicitarios, con el objetivo de ofrecer una experiencia de lectura atractiva sin comprometer la calidad del contenido. La revista seguirá una distribución del **60% de contenido editorial y 40% de publicidad**. Este enfoque asegura que la mayor parte de cada edición esté dedicada a destacar a los talentos emergentes y los temas creativos que definen la misión de ASSETS, proporcionando artículos, entrevistas y reportajes en profundidad.

Al destinar el 40% de la revista a publicidad, se maximiza la oportunidad de generar ingresos mediante la venta de espacios publicitarios a marcas que desean asociarse con el sector creativo. La publicidad se integrará de forma estratégica y estética, asegurando que no interrumpa la experiencia de lectura, sino que se convierta en un complemento visualmente armonioso con el contenido editorial. Además, se ofrecerán formatos publicitarios flexibles, incluyendo páginas completas, media página y menciones especiales, para atraer a una variedad de anunciantes interesados en conectarse con la comunidad creativa.

Total de Ingresos estimados de primer Estimados: RD$3,550,000.00


ASSET: BODY ART POR ALVARO ZANOLI
TENDENCIA
¿MAQUILLAJE EXPERIMENTAL?
ASSETS

Tarifario

MEDIA PÁGINA



RD$50,000

(9 X 5 10 + 0.125. DE SANGRADO)

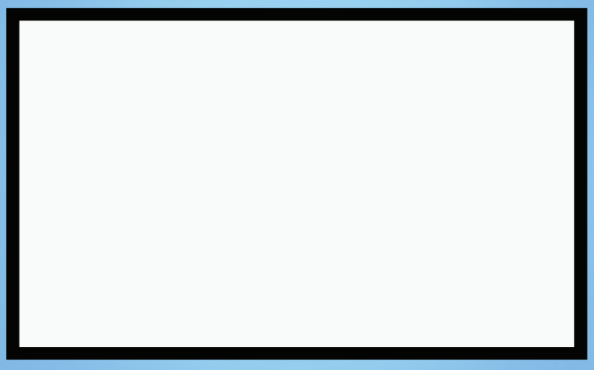
1/4 DE PÁGINA



RD$25,000

(2.25 X 5 + 0.125 DE SANGRADO)

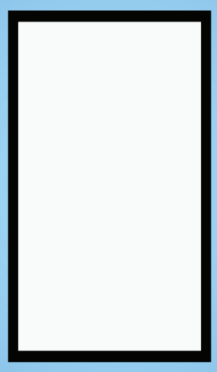
BANNER PRINCIPAL



RD$60,000

(1366 X 768PX)

BANNER VERTICAL (ARTÍCULOS)



RD$40,000

(300 X 600X)

POP WEB (INICIO)



RD$125,000

(700 X 560PX)

CONTRAPORTADA (EXTERNO)



RD$130,000

(9X12 + 0.125 DE SANGRADO)

CONTRAPORTADA (INTERNA)



RD$115,000

(9X12 + 0.5 PULG. DE SANGRADO)

DOBLE PÁGINA



RD$170,000

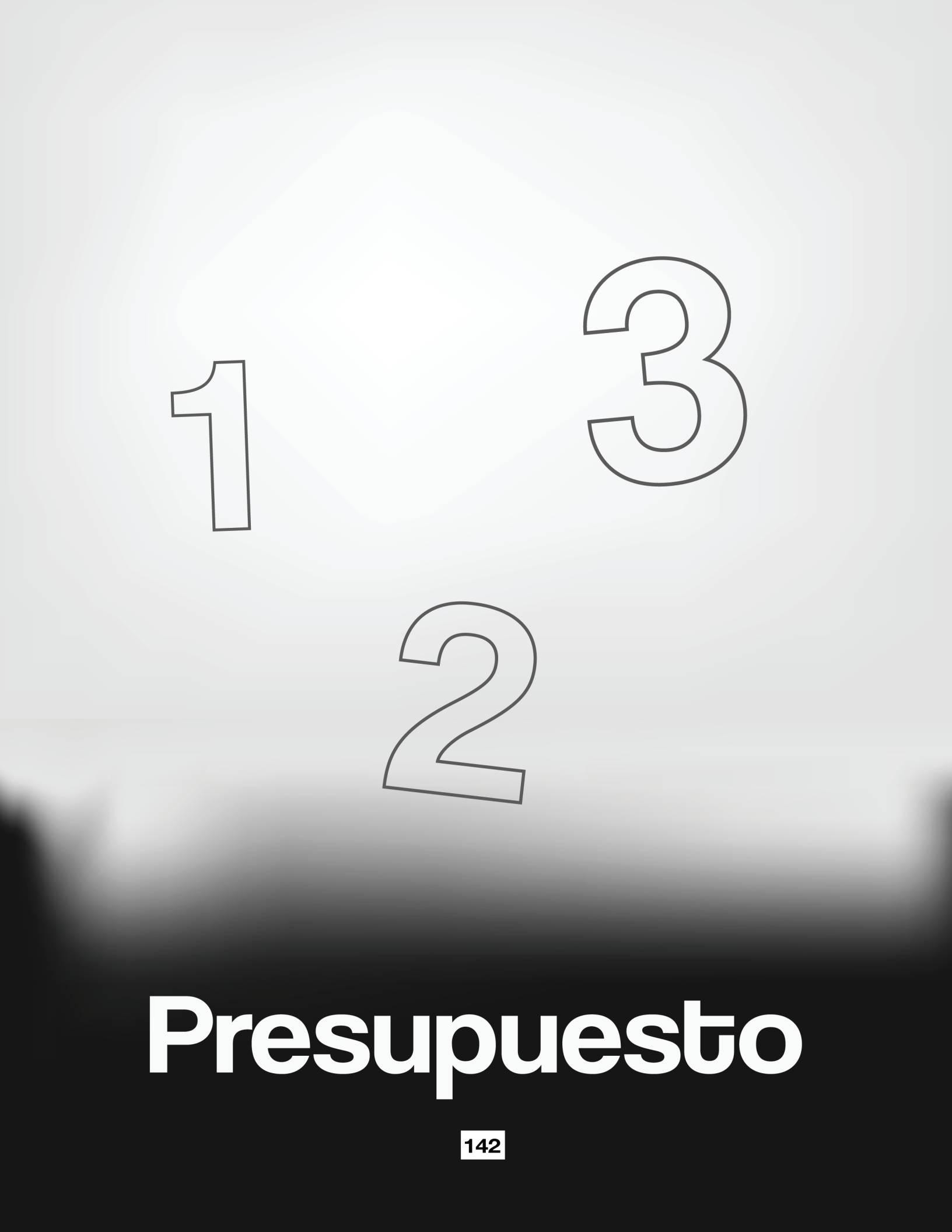
(10X18 + 0.125 DE SANGRADO)

PÁGINA COMPLETA



RD$100,000

(10X12.5 + 0.5 PULG. DE SANGRADO)



Presupuesto

Grand Total

PARTIDA	DESCRIPCION	COSTO	CANTIDAD	DIAS	TOTAL
Creación y fabricación de revistas impresas					
Diseño de identidad visual y branding	Creación de identidad corporativa para la revista y su branding	RD$75.000,00	1	1	RD$75.000,00
Creación de contenido	Redacción y creación de contenidos. Colaboración con redactores y periodistas independientes (Incluye los escritores independientes para cubrir entrevistas, redactar artículos, perfiles de talentos, etc.)	RD$45.000,00	12	1	RD$540.000,00
Fotografía	Fotografía y produción de imágenes. Sesiones fotografícas con alta calidad y edición.	RD$55.000,00	12	1	RD$660.000,00
Assets (Freelancers)	Apoyo externo para edición de contenido, creatividad en sesiones de fotos, diseño en secciones de la revista, etc.	RD$25.000,00	12	1	RD$300.000,00
Creación plantilla de revista	Elaboración de plantillas de revista siguiendo la identidad visual de la marca y los parámetros del manual de marca.	RD$55.000,00	5	1	RD$275.000,00
Impresión de revistas	Revista pegada, tam. 9" X 12". Portada, cover 111 matte, full color tiro y retiro + laminado matte tiro. Interior en papel satinado 60 brillo, full color tiro y retiro.	RD$366,44	1610	1	RD$589.968,40
Distribución	Distribución de revista a suscriptores	RD$500,00	1610	1	RD$805.000,00
Página Web (Revista Digital)					
Desarrollo de página web	Diseño de la página web, desarrollo y optimización, compatibilidad móvil, SEO básico y capacidad para integración de redes sociales. Dominio y Hosting	RD$79.062,50	1	1	RD$79.062,50
Mantenimiento	Mantenimiento	RD$15.812,50	1	12	RD$189.750,00
Legal					
Asesoría Legal y Registro de marca	Tramites legales para registro de marca y derechos de autor	RD$35.000,00	3	1	RD$105.000,00
Publicidad					
Publicidad digital y tradicional	Campañas en redes y vallas en gran formato	RD$1.911.600,00	1	1	RD$1.911.600,00
Goodies	PR para invitados	RD$1.715.130,00	1	1	RD$1.715.130,00
Evento					
Paneles impresos	12'x8'/16'x10'/8'x10'/20'x10'/16'x4'x4'/4x9' (incluye medidas e instalación)	RD$103.900,00	1	1	RD$103.900,00
Audiovisuales	3 pantallas 2x2mts y sistema de sonido (incluye instlación y tecnico de soporte)	RD$268.000,00	1	1	RD$268.000,00
Directorio	Señalización desde la entrada del hotel hasta el salón de eventos (3 totems)	RD$43.770,00	1	1	RD$43.770,00
Mobiliario	40 sillas altas, 12 mesas altas, mueble de tres, mueble de dos.	RD$62.500,00	1	1	RD$62.500,00
Mueble personalizado	Mueble en forma del isotipo (A)	RD$22.820,00	1	1	RD$22.820,00
Escenario	Tamaño 44´x1´x12´	RD$189.260,00	1	1	RD$189.260,00
Mobiliario exterior	Mesas con sillas tipo jardín con sombrillas	RD$35.000,00	3	1	RD$105.000,00
Photobooth	Espacio creativo para fotos. Tamaño 6´x8´x4	RD$155.720,00	1	1	RD$155.720,00
Ambientación	Sistema de luces	RD$275.000,00	1	1	RD$275.000,00
Alquiler de espacio	Salón Embassy Garden (incluye día de montaje)	RD$1.265.000,00	1	1	RD$1.265.000,00
Fingerfood	Selección de menú para 150 personas	RD$351.360,00	1	1	RD$351.360,00
Bebida	No alcohólicas y cocteles de brindis	RD$231.434,00	1	1	RD$231.434,00
Montaje y desmontaje (incluye mano de obra)		RD$175.000,00	1	1	RD$175.000,00
Rosemery Herrand	Charlista	RD$80.000,00	1	1	RD$80.000,00
Luis Valdez	Charlista	RD$60.000,00	1	1	RD$60.000,00
Juan Luis Minaya	Charlista	RD$95.000,00	1	1	RD$95.000,00
Elias Serulle	Charlista	RD$50.000,00	1	1	RD$50.000,00
				Subtotal	**RD$10.779.274,90**
				ITBIS	**RD$1.940.269,48**
				Grand Total	**RD$12.719.544,38**

Desglose

Publicidad y PR

PARTIDA	DESCRIPCION	COSTO	CANTIDAD	DIAS	TOTAL
		Publicidad			
Campañas redes sociales	Facebook, Instagram, Google Ads. (Utiliza contenido creado para revista en formato de RRSS) con duración de 1 mes por campaña	RD$30.000,00	12	1	RD$360.000,00
Vallas gran formato	Vallas publicitaria en calle con alto flujo duración de 2 meses	RD$140.000,00	3	3	RD$1.260.000,00
				Subtotal	RD$1.620.000,00
				ITBIS	RD$291.600,00
		MERCH			
Libretas	Libreta portada en cover 12 matte full color tamaño 5.5x8.5, laminado matte, interior en bond 24, 100 paginas, terminacion espiral.	RD$300,00	500	1	RD$150.000,00
Bolígrafo	Bolígrafo Ecológico tinta azul impreso full color	RD$50,00	500	1	RD$25.000,00
Tote Bag	Tote Bag reciclable en algodón 14.5” x 23” imreso full color	RD$312,00	500	1	RD$156.000,00
Hoodie	Hoodie impreso full color (diseño personalizado)	RD$1.450,00	500	1	RD$725.000,00
Gorras	Gorras bordado full color	RD$350,00	500	1	RD$175.000,00
Empaque goodies	Caja Corrida con Solapa - 7" x 10.5" x 3" (Modelo: Caja Corrida con Solapa. Dimensiones: 7" x 10.5" x 3". Material: Cartonite Blanco. Tapa y Cubrefaltas: Impresión Full Color. Base: Blanca. Terminación: Laminado Matte. Cierre en adhesivo.)	RD$445,00	500	1	RD$222.500,00
				Subtotal	RD$1.453.500,00
				ITBIS	RD$261.630,00
				Total	RD$1.715.130,00

Paquetes de patrocinio

Capacidad de patrocinadores	Monto	Cubre
1	700000	impresos y visuales
1	300000	charlistas
4	500000	venue-comida-bebida

Producción de la revista

PARTIDA	DESCRIPCION	COSTO	CANTIDAD	DIAS	TOTAL
Creación y fabricación de revistas impresas					
Diseño de identidad visual y branding	Creación de identidad corporativa para la revista y su branding	RD$75.000,00	1	1	RD$75.000,00
Creación de contenido	Redacción y creación de contenidos. Colaboración con redactores y periodistas independientes (Incluye los escritores independientes para cubrir entrevistas, redactar artículos, perfiles de talentos, etc.)	RD$45.000,00	12	1	RD$540.000,00
Fotografía	Fotografía y produción de imágenes. Sesiones fotografícas con alta calidad y edición.	RD$55.000,00	12	1	RD$660.000,00
Assets (Freelancers)	Apoyo externo para edición de contenido, creatividad en sesiones de fotos, diseño en secciones de la revista, etc.	RD$25.000,00	12	1	RD$300.000,00
Creación plantilla de revista	Elaboración de plantillas de revista siguiendo la identidad visual de la marca y los parámetros del manual de marca.	RD$55.000,00	5	1	RD$275.000,00
Impresión de revistas	Revista pegada, tam. 9" X 12". Portada, cover 111 matte, full color tiro y retiro + laminado matte tiro. Interior en papel satinado 60 brillo, full color tiro y retiro.	RD$366,44	1610	1	RD$589.968,40
Distribución	Distribución de revista a suscriptores	RD$500,00	1610	1	RD$805.000,00
Página Web (Revista Digital)					
Desarrollo de página web	Diseño de la página web, desarrollo y optimización, compatibilidad móvil, SEO básico y capacidad para integración de redes sociales. Dominio y Hosting	RD$79.062,50	1	1	RD$79.062,50
Mantenimiento	Mantenimiento	RD$15.812,50	1	12	RD$189.750,00
Legal					
Asesoría Legal y Registro de marca	Tramites legales para registro de marca y derechos de autor	RD$35.000,00	3	1	RD$105.000,00
				Subtotal	**RD$3.163.780,90**
				ITBIS	**RD$569.480,56**
				Total	**RD$3.733.261,46**

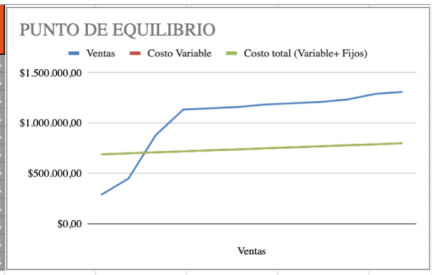
Producción de evento de lanzamiento

PARTIDA	DESCRIPCION	COSTO	CANTIDAD	DIAS	TOTAL
Paneles impresos	12'x8'/16'x10'/8'x10'/20'x10'/16'x4'x4'/4x9' (incluye medidas e instalación)	RD$103.900,00	1	1	RD$103.900,00
Audiovisuales	3 pantallas 2x2mts y sistema de sonido (incluye instlación y tecnico de soporte)	RD$268.000,00	1	1	RD$268.000,00
Directorio	Señalización desde la entrada del hotel hasta el salón de eventos (3 totems)	RD$43.770,00	1	1	RD$43.770,00
Mobiliario	40 sillas altas, 12 mesas altas, mueble de tres, mueble de dos.	RD$62.500,00	1	1	RD$62.500,00
Mueble personalizado	Mueble en forma del isotipo (A)	RD$22.820,00	1	1	RD$22.820,00
Escenario	Tamaño 44´x1´x12´	RD$189.260,00	1	1	RD$189.260,00
Mobiliario exterior	Mesas con sillas tipo jardín con sombrillas	RD$35.000,00	3	1	RD$105.000,00
Photobooth	Espacio creativo para fotos. Tamaño 6´x8´x4´	RD$155.720,00	1	1	RD$155.720,00
Ambientación	Sistema de luces	RD$275.000,00	1	1	RD$275.000,00
Alquiler de espacio	Salón Embassy Garden (incluye día de montaje)	RD$1.265.000,00	1	1	RD$1.265.000,00
Fingerfood	Selección de menú para 150 personas	RD$351.360,00	1	1	RD$351.360,00
Bebida	No alcohólicas y cocteles de brindis	RD$231.434,00	1	1	RD$231.434,00
Montaje y desmontaje (incluye mano de obra)		RD$175.000,00	1	1	RD$175.000,00
Rosemery Herrand	Charlista	RD$80.000,00	1	1	RD$80.000,00
Luis Valdez	Charlista	RD$60.000,00	1	1	RD$60.000,00
Juan Luis Minaya	Charlista	RD$95.000,00	1	1	RD$95.000,00
Elias Serulle	Charlista	RD$50.000,00	1	1	RD$50.000,00
				Subtotal	**RD$3.533.764,00**
				ITBIS	**RD$636.077,52**
				Total	**RD$4.169.841,52**

Proyecciones

Ganancias revista

#MES	Unidades vendida	Ventas	Costo Variable	Costo Fijo	Costo total (Variable+ Fijos)	Margen de Contribucion	Margen de Contribución Costo Fijos	Ventas	Costo Variable	Costo total (Variable+ Fijos)
1	89	$287.500,00	$690.000,00	$366,44	$690.366,44	-$402.500,00	-$402.866,44	$287.500,00	$690.000,00	$690.366,44
2	105	$450.000,00	$700.000,00	$366,44	$700.366,44	-$250.000,00	-$250.366,44	$450.000,00	$700.000,00	$700.366,44
3	132	$882.500,00	$710.000,00	$366,44	$710.366,44	$172.500,00	$172.133,56	$882.500,00	$710.000,00	$710.366,44
4	160	$1.135.000,00	$720.000,00	$366,44	$720.366,44	$415.000,00	$414.633,56	$1.135.000,00	$720.000,00	$720.366,44
5	185	$1.147.500,00	$730.000,00	$366,44	$730.366,44	$417.500,00	$417.133,56	$1.147.500,00	$730.000,00	$730.366,44
6	210	$1.160.000,00	$740.000,00	$366,44	$740.366,44	$420.000,00	$419.633,56	$1.160.000,00	$740.000,00	$740.366,44
7	260	$1.185.000,00	$750.000,00	$366,44	$750.366,44	$435.000,00	$434.633,56	$1.185.000,00	$750.000,00	$750.366,44
8	283	$1.197.500,00	$760.000,00	$366,44	$760.366,44	$437.500,00	$437.133,56	$1.197.500,00	$760.000,00	$760.366,44
9	310	$1.210.000,00	$770.000,00	$366,44	$770.366,44	$440.000,00	$439.633,56	$1.210.000,00	$770.000,00	$770.366,44
10	360	$1.235.000,00	$780.000,00	$366,44	$780.366,44	$455.000,00	$454.633,56	$1.235.000,00	$780.000,00	$780.366,44
11	470	$1.290.000,00	$790.000,00	$366,44	$790.366,44	$500.000,00	$499.633,56	$1.290.000,00	$790.000,00	$790.366,44
12	510	$1.310.000,00	$800.000,00	$366,44	$800.366,44	$510.000,00	$509.633,56	$1.310.000,00	$800.000,00	$800.366,44
						$3.550.000,00				



Ganancias lanzamiento

Ingresos	Monto	Gastos	Monto
Taquillas	RD$250.000,00	Paneles impresos	RD$103.900,00
Patrocinio Paquete 1	RD$700.000,00	Audiovisuales	RD$268.000,00
Patrocinio paquete 2	RD$2.000.000,00	Directorio	RD$43.770,00
Patrocinio paquete 3	RD$300.000,00	Mobiliario	RD$62.500,00
		Mueble personalizado	RD$22.820,00
		Escenario	RD$189.260,00
		Mobiliario exterior	RD$105.000,00
		Photobooth	RD$155.720,00
		Ambientación	RD$275.000,00
		Alquiler de espacio	RD$1.265.000,00
		Fingerfood	RD$351.360,00
		Bebida	RD$231.434,00
		Montaje y desmontaje (incluye mano de obra)	RD$175.000,00
		Rosemery Herrand	RD$80.000,00
		Luis Valdez	RD$60.000,00
		Juan Luis Minaya	RD$95.000,00
		Elias Serulle	RD$50.000,00
Subtotal	RD$3.250.000,00	Subtotal	RD$3.533.764,00
ITBIS	RD$585.000,00	ITBIS	RD$636.077,52
Total	RD$3.835.000,00	Total	RD$4.169.841,52
Total ganancias			RD$3.835.000,00
Total inversión			RD$4.169.841,52
Diferencia			-RD$334.841,52



Estatus Legal

Ley de Propiedad Industrial (No. 20-00)

Regula la propiedad industrial en la República Dominicana y la protección de marcas comerciales. Establece procedimientos para registrar marcas y otorga derechos a los titulares de marcas registradas (Lama & Arzeno, 2004).

Ley de Espectáculos Públicos (No. 241-67

Regula la realización de espectáculos públicos y establece requisitos de seguridad y permisos para estos eventos (Lama & Arzeno,2004).

Ley de Medio Ambiente y Recursos Naturales (No. 64-00)

Establece disposiciones relacionadas con el impacto ambiental de eventos y actividades (Besares Escobar, 2006).

Ley de Contrataciones Públicas (No. 140-15) y Ley de Compras y Contrataciones (No. 498-06):

Regulan las contrataciones públicas y los procedimientos específicos para adquisiciones en la República Dominicana (PJ, 2016).

Ley de Propiedad Intelectual (No. 65-00):

Relevante si se planea usar contenido protegido por derechos de autor en el evento (Acosta de los Santos, Reyes-Torres, & Guzmán Rosario, 2023).

Ley de Impuestos Internos:

Debe cumplirse de acuerdo con las regulaciones fiscales aplicables al evento (Barnichta Geara, 2011).

Ley de Competencia Desleal (No. 42-08):

Prohíbe prácticas comerciales desleales y la competencia desleal en el mercado(PJ, 2016).

Ley de Incentivos para el Desarrollo (No. 166-12):

Ofrece incentivos a empresas que invierten en investigación y desarrollo (Consultoría Jurídica del Poder Ejecutivo, 1997)

Bibliografía

Acosta de los Santos, H., Reyes-Torres, A., & Guzmán Rosario, R. de J. (2023). La

Constitución de la República Dominicana comentada por jueces y juezas del Poder Judicial: Tomo 1. República Dominicana: Poder Judicial de la República Dominicana. https://biblioteca.enj.org/handle/123456789/125474

Consultoría Jurídica del Poder Ejecutivo. (1997). Ley núm. 66-97 General de Educación. Consultoría Jurídica del Poder Ejecutivo. https://biblioteca.enj.org/handle/123456789/80112

European Commission. (2018). New European agenda for culture.

HM Government. (2022). Creative sector vision 2030. London: UK Government.

Nesta. (2015). Creativity vs. robots: The creative economy and the future of employment. London: Nesta.

PJ, P. J. (2016). Resumen de un año de trabajo 2016 [Libro]. República Dominicana: Poder Judicial. https://biblioteca.enj.org/handle/123456789/78785

Ravensbourne University London. (2023). Study on young adults' perception of creative careers.

UNCTAD. (2010). Creative economy report 2010. Geneva: United Nations.

UNCTAD. (2018). Creative economy outlook: Trends in international trade in creative industries. Geneva: United Nations.

Webgrafia

Department for Digital, Culture, Media and Sport (DCMS). (1998). Creative industries mapping document 1998. DCMS. https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998

Dirección General de Cine (DGCINE). (2000). Objetivos y funciones. DGCINE. https://www.dgcine.gob.do

Ministerio de Cultura de la República Dominicana. (2006). Ley General de Cultura No. 4100. Gaceta Oficial de la República Dominicana. https://cultura.gob.do/transparencia/leyes/ley-4100

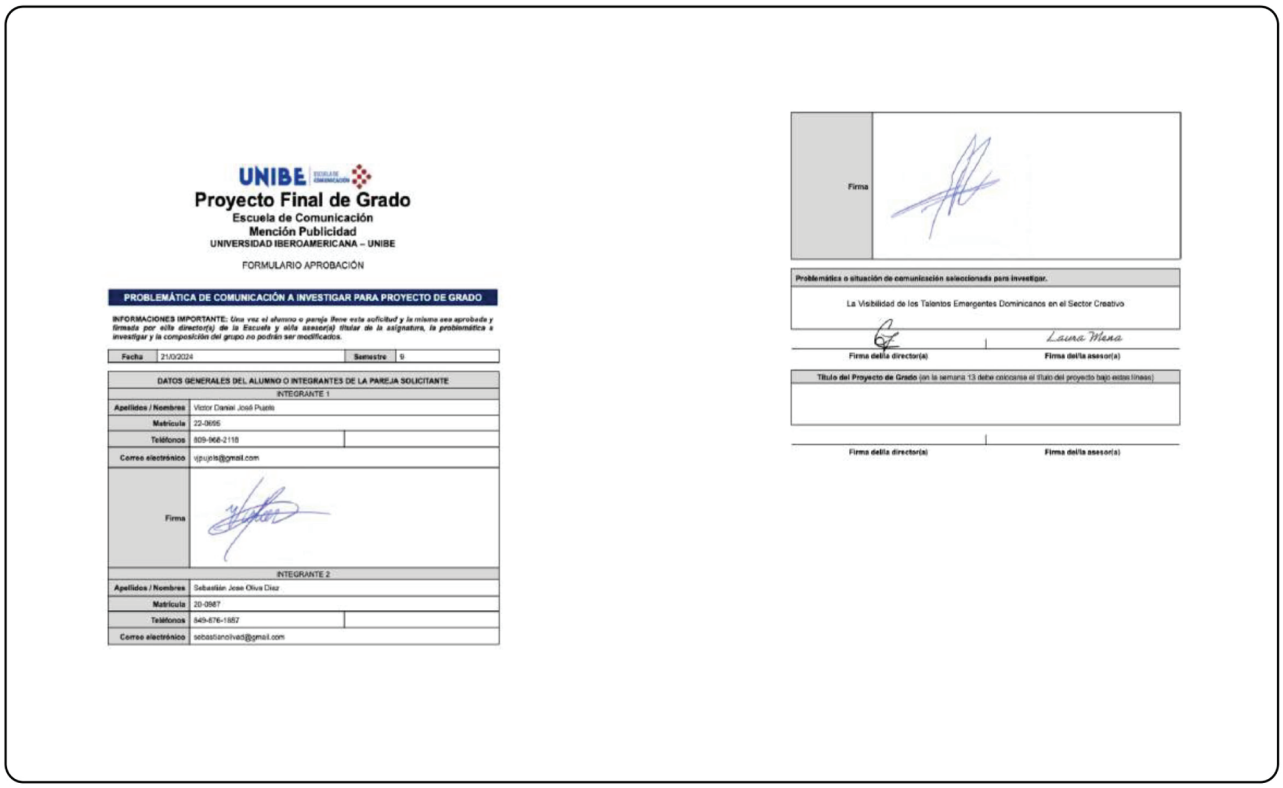
Ravensbourne University London. (2020). Creative industries report 2020. Ravensbourne University London. https://www.ravensbourne.ac.uk/research/creative-industries-report-2020

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2018). Creative economy outlook: Trends in international trade in creative industries. UNCTAD. https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook

World Economic Forum. (2021). The future of jobs report 2021. World Economic Forum. https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2021



Anexos



UNIBE
Proyecto Final de Grado
Escuela de Comunicación
Mención Publicidad
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA – UNIBE

FORMULARIO APROBACIÓN

PROBLEMÁTICA DE COMUNICACIÓN A INVESTIGAR PARA PROYECTO DE GRADO

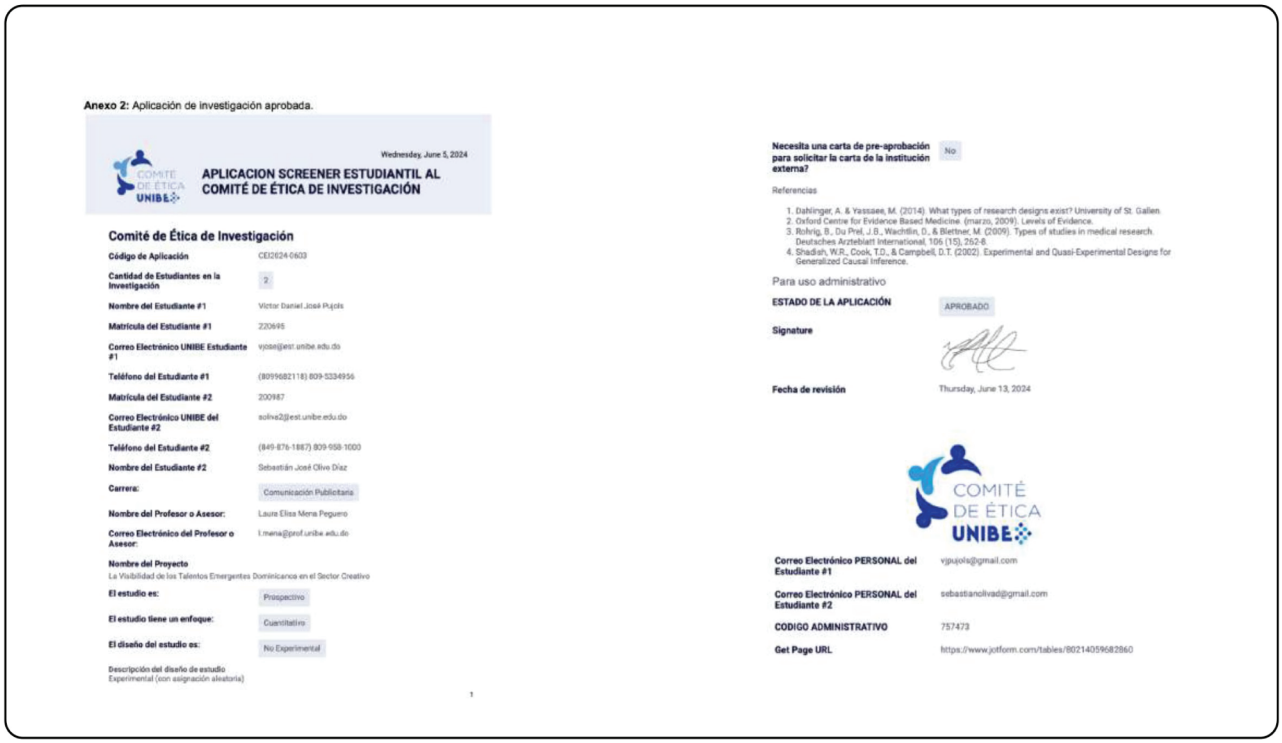
INFORMACIONES IMPORTANTE: *Una vez el alumno o pareja llene esta solicitud y la misma sea aprobada y firmada por sito director(a) de la Escuela y sito asesor(a) titular de la asignatura, la problemática a investigar y la composición del grupo no podrán ser modificados.*

Fecha	21/0/2024	Semestre	9

DATOS GENERALES DEL ALUMNO O INTEGRANTES DE LA PAREJA SOLICITANTE	
INTEGRANTE 1	
Apellidos / Nombres	Victor Daniel José Pujols
Matrícula	22-0695
Teléfonos	809-968-2118
Correo electrónico	vjpujols@gmail.com
Firma	
INTEGRANTE 2	
Apellidos / Nombres	Sebastián Jose Oliva Diaz
Matrícula	20-0987
Teléfonos	849-876-1887
Correo electrónico	sebastianolivad@gmail.com

Firma	
Problemática o situación de comunicación seleccionada para investigar.	
La Visibilidad de los Talentos Emergentes Dominicanos en el Sector Creativo	
Firma della director(a)	Firma della asesor(a) Laura Mena
Título del Proyecto de Grado (en la semana 13 debe colocarse el título del proyecto bajo estas líneas)	
Firma della director(a)	Firma della asesor(a)

Anexo 1: Problemática de proyecto aprobada.



Anexo 2: Aplicación de investigación aprobada.

Wednesday, June 5, 2024

APLICACION SCREENER ESTUDIANTIL AL COMITÉ DE ÉTICA DE INVESTIGACIÓN

Comité de Ética de Investigación

Código de Aplicación	CEI2624-0603
Cantidad de Estudiantes en la Investigación	2
Nombre del Estudiante #1	Victor Daniel José Pujols
Matrícula del Estudiante #1	220695
Correo Electrónico UNIBE Estudiante #1	vjose@est.unibe.edu.do
Teléfono del Estudiante #1	(809)9682118) 809-5334956
Matrícula del Estudiante #2	200987
Correo Electrónico UNIBE del Estudiante #2	solive2@est.unibe.edu.do
Teléfono del Estudiante #2	(849-876-1887) 809-958-1000
Nombre del Estudiante #2	Sebastián José Oliva Díaz
Carrera:	Comunicación Publicitaria
Nombre del Profesor o Asesor:	Laura Elisa Mena Peguero
Correo Electrónico del Profesor o Asesor:	l.mena@prof.unibe.edu.do
Nombre del Proyecto	La Visibilidad de los Talentos Emergentes Dominicanos en el Sector Creativo
El estudio es:	Prospectivo
El estudio tiene un enfoque:	Cuantitativo
El diseño del estudio es:	No Experimental
Descripción del diseño de estudio	Experimental (con asignación aleatoria)

1

Necesita una carta de pre-aprobación para solicitar la carta de la institución externa?	No

Referencias

1. Dahlinger, A. & Yassaee, M. (2014). What types of research designs exist? University of St. Gallen.
2. Oxford Centre for Evidence Based Medicine. (marzo, 2009). Levels of Evidence.
3. Rohrig, B., Du Prel, J. B., Wachtlin, D., & Blettner, M. (2009). Types of studies in medical research. Deutsches Arzteblatt International, 106 (15), 262-8.
4. Shadish, W.R., Cook, T.D., & Campbell, D.T. (2002). Experimental and Quasi-Experimental Designs for Generalized Causal Inference.

Para uso administrativo

ESTADO DE LA APLICACIÓN	APROBADO
Signature	
Fecha de revisión	Thursday, June 13, 2024

COMITÉ DE ÉTICA UNIBE

Correo Electrónico PERSONAL del Estudiante #1	vjpujols@gmail.com
Correo Electrónico PERSONAL del Estudiante #2	sebastianolivad@gmail.com
CODIGO ADMINISTRATIVO	757473
Get Page URL	https://www.jotform.com/tables/80214059682860

Anexo 2: Aplicación de investigación aprobada.

Anexo 3: Tema de proyecto 2 aprobada.

UNIBE ESCUELA DE COMUNICACIÓN

Proyecto Final de Grado

Escuela de Comunicación
Mención Publicidad
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA – UNIBE

FORMULARIO APROBACIÓN

PROBLEMÁTICA DE COMUNICACIÓN A INVESTIGAR PARA PROYECTO DE GRADO

INFORMACIONES IMPORTANTE: *Una vez el alumno o pareja llene esta solicitud y la misma sea aprobada y firmada por el/la director(a) de la Escuela y el/la asesor(a) titular de la asignatura, la problemática a investigar y la composición del grupo no podrán ser modificados.*

Fecha	21/0/2024	Semestre	9

DATOS GENERALES DEL ALUMNO O INTEGRANTES DE LA PAREJA SOLICITANTE	
INTEGRANTE 1	
Apellidos / Nombres	Victor Daniel José Pujols
Matrícula	22-0695
Teléfonos	809-968-2118
Correo electrónico	vjpujols@gmail.com
Firma	
INTEGRANTE 2	
Apellidos / Nombres	Sebastián Jose Oliva Diaz
Matrícula	20-0987
Teléfonos	849-876-1887
Correo electrónico	sebastianolivad@gmail.com

Firma	

Problemática o situación de comunicación seleccionada para investigar.
La Visibilidad de los Talentos Emergentes Dominicanos en el Sector Creativo

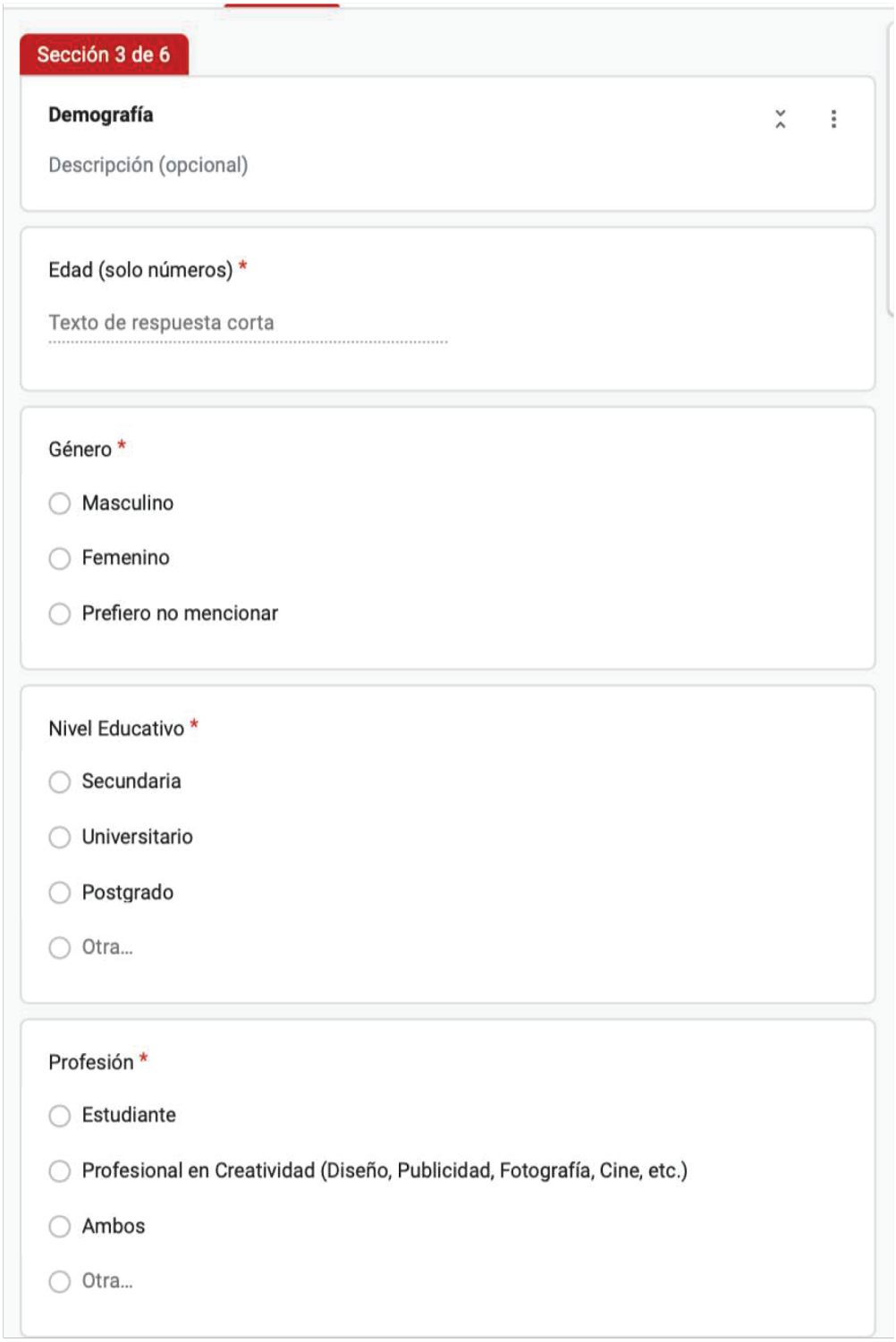
Firma del/la director(a) — Laura Mena — Firma del/la asesor(a)

Título del Proyecto de Grado (en la semana 13 debe colocarse el título del proyecto bajo estas líneas)
DESARROLLO DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA DE PLATAFORMA PARA LA PROMOCION DE LOS TALENTOS INDEPENDIENTES EN EL SECTOR CREATIVO

Firma del/la director(a) — Laura Mena — Firma del/la asesor(a)

Anexo 3: tema de proyecto 2 aprobado.

Anexo 4: Diseño de herramienta



Sección 3 de 6

Demografía

Descripción (opcional)

Edad (solo números) *

Texto de respuesta corta

Género *

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no mencionar

Nivel Educativo *

- Secundaria
- Universitario
- Postgrado
- Otra...

Profesión *

- Estudiante
- Profesional en Creatividad (Diseño, Publicidad, Fotografía, Cine, etc.)
- Ambos
- Otra...

Sección 4 de 6

Visibilidad de Talentos

Descripción (opcional)

¿Cuántos talentos emergentes conoce en las siguientes disciplinas? (Diseño, Fotografía, Publicidad, Artes Visuales, Arquitectura, Cine, escritura, moda, etc.) *

- 0-1
- 2-5
- 6-10
- Más de 10

¿A través de qué medios suele descubrir nuevos talentos creativos dominicanos? *

- Redes sociales (Instagram, TikTok, etc.)
- Eventos (Ferias, Exposiciones, etc.)
- Medios de comunicación (Televisión, Radio, etc.)
- Recomendaciones de amigos o colegas
- Otra...

¿Con qué frecuencia descubre nuevos talentos creativos dominicanos? *

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensualmente
- Raramente

¿Considera que los talentos emergentes en el Distrito Nacional reciben suficiente visibilidad en los medios de comunicación? *

- ○ Sí
- ○ No
- ○ No estoy seguro

Si su respuesta fue no. Justifique.

Texto de respuesta larga

¿Cuáles cree que son las principales barreras para la visibilidad de los talentos emergentes? *

- ☐ Falta de recursos financieros
- ☐ Falta de acceso a plataformas adecuadas
- ☐ Falta de apoyo institucional
- ☐ Competencia elevada
- ☐ Otra...

¿Qué medios utiliza para conocer nuevos talentos? *

- ○ Redes Sociales
- ○ Eventos
- ○ Word of Mouth
- ○ Revistas digitales
- ○ Podcasts

¿Considera que estos talentos reciben suficiente visibilidad en los medios? *

- Sí
- No

Si su respuesta fue no. Justifique.

Texto de respuesta larga

Sección 5 de 6

Estrategias de Visibilidad

Descripción (opcional)

¿Qué estrategias considera efectivas para mejorar la visibilidad de los talentos emergentes? *

- Campañas en redes sociales
- Participación en eventos y ferias
- Colaboraciones con marcas reconocidas
- Programas de mentoría y desarrollo profesional
- Todas las anteriores
- Otra...

¿Qué papel cree que deberían jugar las instituciones educativas y gubernamentales en la visibilidad de los talentos creativos? *

- Financiamiento de proyectos creativos
- Creación de plataformas de difusión
- Organización de eventos y exposiciones
- Programas de becas y ayudas económicas
- Otra...

¿Como considera que pueden o deberían mejorar su apoyo para estos personajes emergentes? *

- Promocionando su trabajo
- Realizando colaboraciones

¿Como considera que pueden o deberían mejorar su apoyo para estos personajes emergentes? *

- ○ Promocionando su trabajo
- ○ Realizando colaboraciones
- ○ Invitarlos a realizar talleres en las instituciones
- ○ Otra...

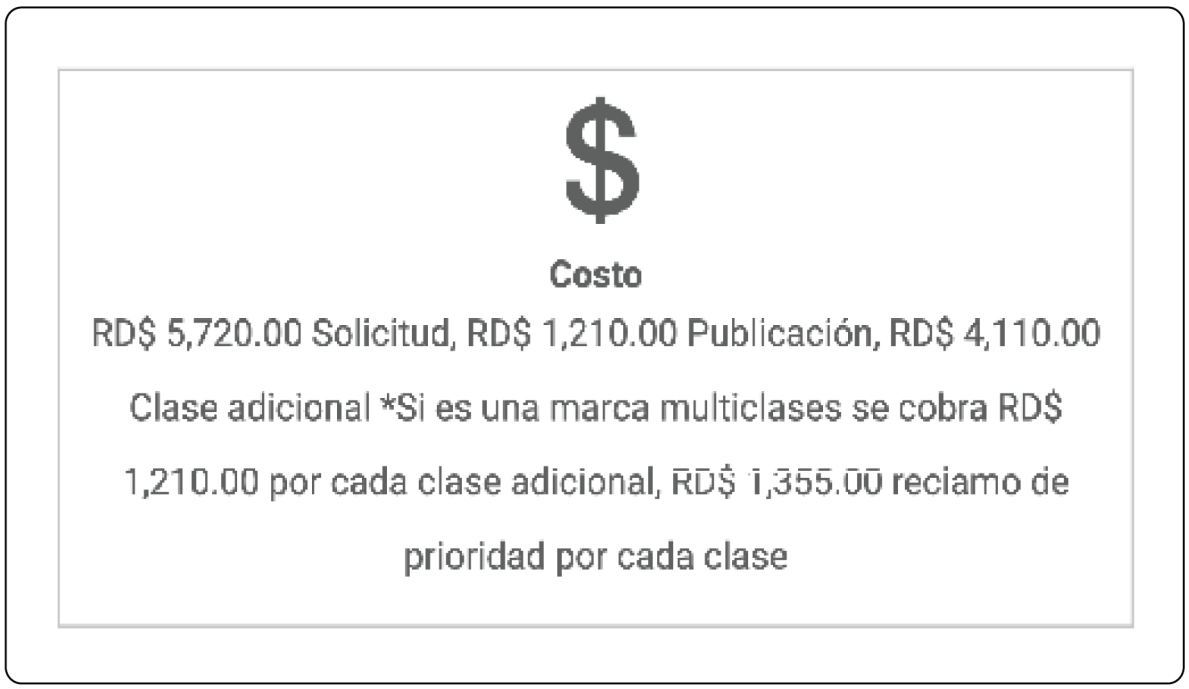
¿Ha tenido alguna experiencia o conoce a alguien que haya tenido éxito o dificultades en ganar visibilidad en el sector creativo? Si es así, por favor comparta detalles relevantes.

Texto de respuesta larga

¿Qué sugerencias tiene para mejorar el reconocimiento y la visibilidad de los talentos emergentes en la industria creativa del Distrito Nacional? *

Texto de respuesta larga

Después de la sección 5 Ir a la siguiente sección



Anexo 5: Registro de marca

Cotización

No. 00020430
Termino: 30 dias

Razon Social :
MULTIPLE Codigo: CL00000934

Nombre Comercial:

Direccion:
E-Mail:
RNC:
Tel:

COTIZACIÓN

Vendedor:
Moneda: DOP
Referencia: LOGO: PENDIENTE POR CONFIRMAR

#	Descripcion del Artículo	Atributo 1	Atributo 2	Cantidad	Precio	Extendido
1	12433 GORRA 4FANS LISA 4DRY TECH Cód. Barra: 7460638935175	BLANCO		500 Und	350.00	137,200.00

Cantidad de Artículos:	500
Subtotal:	175,000.00
Impuesto:	31,500.00
Total DOP:	206,500.00

O b serv ac io n es

LOGO: PENDIENTE POR CONFIRMAR

* Politica de disponibilidad de mercancía: Esta cotización tiene una vigencia de (6) seis horas, debido a la rotación de algunos artículos, no garantizamos su disponibilidad después de transcurrido este período.

Firma

ESPECIALIDADES GRAFICAS MORAN & ASOCIADOS SRL
SAN CARLOS
809-686-1671
130275076

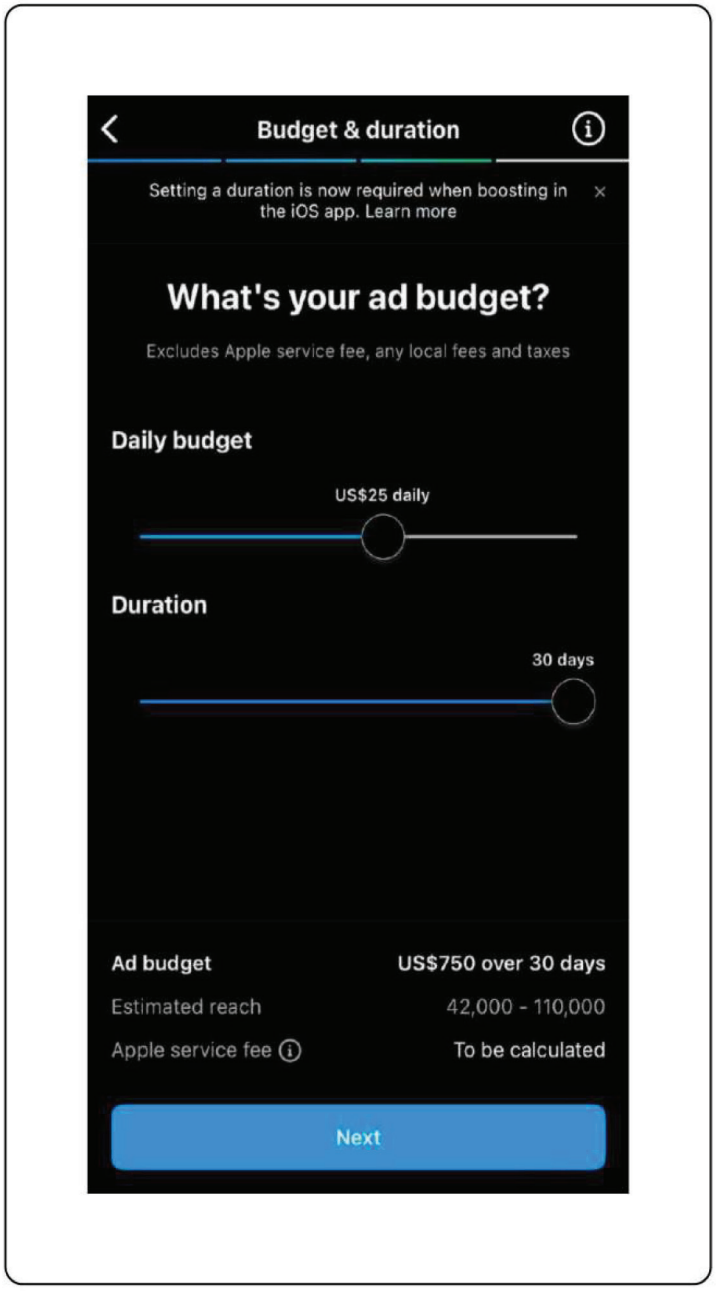
CLIENTE 0000109
BANCO POPULAR
809-544-5000 809-544-8370

COTIZACION
FECHA...: 17/03/2025
CONDICIONES...: 30 DIAS

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO	V A L O R
500.00	Libreta portada en cover 12 matte full color tamaño 5.5x8.5, laminado matte, interior en bond 24, 100 paginas, terminacion pegado.	300.0000	150,000.00

VALOR BRUTO	150,000.00
I MPUESTO	27,000.00
VALOR NETO	177,000.00

AUTORIZADO POR



Anexo 8: Anuncios Instagram

SUPLIDORA INDUSTRIAL DOMINICANA S.R.L.
Autopista Duarte Km. 14. · Apartado Postal 1533, Santo Domingo, R.D.
Tel.: 809-566-4818 Ext.: 200 · Email.: sidoca@claro.net.do
Web Page: www.sidoca.com · RNC 101628537

COT 409/2024
24/03/2025

REF. DESCRIPCION CANT PRECIO UNIT RD$

ECOBOL Bolígrafo Ecológico TINTA AZUL
IMPRESO FULL COLOR EN EL BARRIL
ARTICULO EN STOCK



500	50.00
SUBTO TA L	25,000.00
ITBI S	4,500.00
TOTA L	29,500.00

4511 Tote Bag reciclable en algodón 14.5" x 23"
IMPRESO A CUATRO COLORES UNA POSICION
ARTICULO EN STOCK



500	312.00
SUBTOTA L	156,000.00
ITBI S	28,080.00
TOTA L	184,080.00

Forma de pago: 30 Días Tiempo



SERVICIOS DE TRANSPORTE Y LOGISTICA DE PERSONAL Y CARGA
CON UNA ALTA EFICIENCIA ORIENTADA A NUESTROS CLIENTES
C / LOGIA TRINITARIA #2 LOCAL 203, MEJORAMIENTO SOCIAL, SANTO DOMINGO R.D.
CEL.: 849-201-8751
RNC: 001-1116825-8 (MICHEL ARIEL LORA TEJEDA)

COTIZACION

NOMBRE O RAZON SOCIAL: SEBASTIAN OLIVA **FECHA EMISION:** 24/03/2025
ATENCION:
ACTIVIDAD
CIUDAD SANTO DOMINGO

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	MONTO
1	RUTA DE ENTREGA LIBRETAS. CAMION GT-250 CARGA DE 33 CAJAS. RUTA EN ZONA METRO.	RD$500	RD$805,000
	OBSERVACON:		
		TOTAL RD$	RD$805,000

Gerente General

TRANSPORTE Y LOGISTICA
MICHEL LORA
RNC 001-1116825-8
Santo Domingo, R.D.

Imprenta Amigo del Hogar

C/ Manuel María Valencia, #4, Los Prados Tel.:809.548.7594 - Fax:809.548.6252
Santo Domingo, República Dominicana RNC-4-01-01557-9
Email: **cotizacion@amigodelhogar.com** - **cobros@amigodelhogar.com**
Web: www.amigodelhogar.com

Cotización

Cliente: ***VICTOR JOSÉ***
Contacto:
Dirección: ***SANTO DOMINGO , REP. DOMINICANA***
Email: Victor José <vjpujols@gmail.com>
Teléfono: Celular:

Fecha
17 / 10 / 2024
Cotización No.
48610

Detalles del Trabajo

Tipo de Trabajo: ***REVISTA PEGADA***
Título del Trabajo

Ejemplares **1610** No. de pág.: ***100*** Tamaño ***9" X 12"***

Material Portada

COVER MATTE 111

Colores Tiro portada ***4*** Colores Retiro portada

Material Interior

PAPEL SATINADO L-60 2-C

Colores Tiro Interior ***4*** Colores Retiro Interior ***4***

Terminacion

4

○ Plastificado brillo	○ Barniz alto brillo	○ Barniz Uv Plano	○ Grapado	○ Cosido	○ Embosado
● Plastificado matte	○ Barniz acuoso	● Doblado	● Corte	○ Troquelado	○ Enfundado
○ Plastificado Soft touch	○ UV-selectivo	● Pegado	○ Espiralado	○ Estampado	○ Portada Dura

Costos

Precio Unitario: ***RD$366.44***

Costo impresión ***RD$589,968.40***
Itbis ***RD$106,194.31***
Valor a Facturar: ***RD$696,162.71***

Forma de pago: 50% con la orden y 50% al finalizar.

Observaciones

Revista pegada, tam. 9" X 12". Portada, cover 111 matte, full color tiro y retiro + laminado matte tiro. Interior en papel satinado 60 brillo, full color tiro y retiro.

Nota

Cotización válida por 5 días. Si al final del proceso de producción las especificaciones cotizadas difieren, el costo estará sujeto a cambio.

Los documentos deben ser entregados en formato PDF X1a-2001, sangrado (Bleed side)1/8 o 0.125 pulgadas, marcas de corte y especificar los colores pantone. Enviar documento a:
preprensa@amigodelhogar.com

Autorizado por

IMPORT INVERSIONES, S.R.L

Proyecto 27 De Febrero 7 Altos, Santo Domingo, D.N.
Santo Domingo, R. D. Tels.809-256-1154, 809-912-2550
RNC 1-30-37702-2

Fecha: *31 de Abril 2025*
Condiciones: *60% Orden 40% Entrega*

Señores: ***Sebastian Oliva***

Lugar de la Actividad: *Hotel Embajador*

Atención:

Fecha de montaje:

Fecha Actividad:

Cantidad	*Evento Gnial*	*Precio Unitario*	*Precio Total*
	Entrada y Señalizaciones		
2	Paneles de entrada	$ 9.800,00	$ 19.600,00
3	Tótems de tres caras	$ 14.590,00	$ 43.770,00
	Salón Embassy Garden		
	Árbol		
1	Photobooth	$ 115.970,00	$ 115.970,00
1	Letras independientes ASSETS	$ 39.750,00	$ 39.750,00
3	Mesas y sillas jardin con sombrillas	$ 35.000,00	$ 105.000,00
	Salón		
1	Pared acrílica de entrada 4m	$ 57.210,00	$ 57.210,00
1	Tarima y escenario según diseño	$ 189.260,00	$ 189.260,00
1	Panel tipo muro área servicio	$ 8.950,00	$ 8.950,00
2	Impreso laterales	$ 16.470,00	$ 32.940,00
1	Paneles en L área técnicos	$ 4.800,00	$ 4.800,00
	Otros		
	Mobiliario		
2	Otomán logo simulado 8 pies	$ 22.820,00	$ 45.640,00
1	Mobiliario general , mesas altas y detalles	$ 62.500,00	$ 62.500,00
	Staff- Transportes		
1	Mano de obra montaje y desmontaje	$ 175.000,00	$ 175.000,00

Sub-Total RD$	RD$	900.390,00
Sub- Total 2	$	900.390,00
ITBIS 18 %	$	162.070,20
Total General	**RD$**	**1.062.460,20**
Deposito:		

Nota: Este presupuesto No incluye imprevistos. Los alquileres de mobiliario y elementos están por días . El cliente suministrara las impresiones para colocar en los módulos . El cliente suministrara el material de las imágenes para los plasmas/pantallas.

Los Montajes y desmontajes festivo o nocturno tienen un cargo especial.

prolights

DISEÑO DE ILUMINACIÓN · ALQUILER · ASESORÍA · VENTAS

Sr. Oliva.

Santo Domingo, D.N.
24 de Marzo de 2025.

- Diseño y dirección de iluminación
- Luces para ambientación salones
- Sistema de control y electricidad
- Personal técnico montaje, desmontaje y operación
- Transporte

Subtotal	RD$275,000.00
18% itbis	RD$ 49,500.00
Total	RD$324,500.00

Muy agradecido por la oportunidad de servirles y en espera de su respuesta para validar agenda, me despido por el momento.

Atentamente,

PROLIGHTS, E.I.R.L.
RNC. 1-01-66172-2

Hjalmar Gómez
Prolights E.I.R.L.
R.N.C. 1-01-66172-2

juan tomás mejía cotes 68, edificio abad tercer piso . arroyo hondo. santo domingo, república dominicana
Tels. 809.732.3633 809.707.4984 e-mail: info@prolights.net
www.prolights.net

EL EMBAJADOR A ROYAL HIDEAWAY HOTEL
Ave. Sarasota 65, Santo Domingo, DN 10110
Phone: (809) 221-2131

BEO#: 22168

Proforma de Banquetes

Montaje

Cantidad	Item	Costo	Descuento	Total
1	EMBASSY GARDEN – Montaje y evento	$1,265,000.00	-	$1,265,000.00
			-	
			Subtotal:	**$1,265,000.00**
			ITBIS 18.00%:	$227,700.00
			Total Alquiler	***$1,492,700.00***

Aprobado por el Clliente Fecha

S. E. Tecno-Sonido S. R. L.

C/ Santo Domingo Mallol #19 esq. Cana Dulce
Urb. Los Millones
Sto. Dgo. R. D. Tel/Fax 809-683-2901 Cel 829-379-2305
Email. ventas@tecnosonidoav.com
RNC.-130-366012

Oferta de Servicios

Cliente

Fecha

No.	

Atención	Orden de Compra	Proforma No.
Sebastian Oliva		

Codigo	Cant i...	Descripcion	Dias	Precio	Tot al
5-1	1	Sistema de sonido conteniendo: 4 Bocinas activas tipo torres, 1 consola de 12 ch, 1 micrófono de podium, 2 micrófonos de mano inalámbrico, 1 micrónofo headset, música ambiental.	1	40,000.00	40,000.00T
5-0	1	Sistema de sonido conteniendo: 2 Bocinas activas tipo torres, 1 consola de 8 ch, 1 micrófono de podium, 1 micrófono de mano inalámbrico, música ambiental.	1	25,000.00	25,000.00T
2-1	3	Pantalla LED P3 MM. 2.5x2 mts.	1	50,000.00	150,000.00T
3-7	1	Macbook Pro para Playback	1	4,000.00	4,000.00T
2-9	1	Switch Roland XS - HD	1	5,000.00	5,000.00T
4-5		Transporte, instalación, operación y desmontaje.		44,800.00	44,800.00T
		Salón Embassy Garden			
		Montaje 8:00 a.m., a 5:00 p.m			

Subtotal $268,800.00
Itbis (18.0%)$48,384.00
Total $317,184.00

Autorizado por

Recibido por_____

liquid

Fecha: 21-11-2024

CLIENTE: Banco Popular Dominicano - Equipo Comunicaciones
EMPRESA: Banco Popular Dominicano
VERSION / REFERENCIA: Manejo de talentos en Mercadeo 2024 - 2025 Selección Final.
CONTACTO: Emperatriz Ortiz

INFLUENCERS	CANTIDAD	ENTREGABLES REPLANTEADOS	PAQUETE MENSUAL	VALOR TOTAL
Rosmery Herrand @rosmeryhdc	1	8 sets de stories (Mensuales por los meses contratados) 8 posts en feed en collab (Mensuales por los meses contratados) 8 Tik Tok (Serán la replica del reel de IG) 3 Asistencias totales a algún evento (En cualquier momento de la contratación). Derecho a uso de imagen en digital con repost por el banco en sus redes.	(DOP 1,080,000.00)	($ 1,080,000.00)
Jean Villanueva @elpandaqueanda	1	6 sets de stories (Mensuales por los meses contratados) 6 posts en feed en collab (Mensuales por los meses contratados) 3 Asistencias totales a algún evento (En cualquier momento de la contratación). Derecho a uso de imagen en digital con repost por el banco en sus redes	(DOP 750,000.00)	($ 750,000.00)
Luis Valdez @luivalde	1	6 sets de stories (Mensuales por los meses contratados) 6 posts en feed en collab (Mensuales por los meses contratados) 6 Tik Tok (Serán la réplica del reel de IG) 3 Asistencias totales a algún evento (En cualquier momento de la contratación). Derecho a uso de imagen en digital con repost por el banco en sus redes.	(DOP 540,000.00)	($ 540,000.00)
Darling José @darlingjoserd	1	5 sets de stories (Mensuales por los meses contratados) 5 posts en feed en collab (Mensuales por los meses contratados) 5 Tik Tok (Serán la replica del reel de IG) 3 Asistencias totales a algún evento (En cualquier momento de la contratación). Derecho a uso de imagen en digital con repost por el banco en sus redes.	(DOP 400,000.00)	($ 400,000.00)
Yazmín Yeara @yazyeara	1	3 sets de stories (Mensuales por los meses contratados) 3 posts en feed en collab (Mensuales por los meses contratados) 2 Asistencias totales a algún evento (En cualquier momento de la contratación). Derecho a uso de imagen en digital con repost por el banco en sus redes	(DOP 285,000.00)	($ 285,000.00)
Juan Luis Minaya @juanluisminaya	1	3 sets de stories (Mensuales por los meses contratados) 3 posts en feed en collab (Mensuales por los meses contratados) 3 Tik Tok (Serán la réplica del reel de IG)) 1 Asistencias totales a algún evento (En cualquier momento de la contratación). Derecho a uso de imagen en digital con repost por el banco en sus redes.	(DOP 315,000.00)	($ 315,000.00)
Keila Rodriguez theadrenalinetraveler	1	6 sets de stories (Mensuales por los meses contratados) 6 posts en feed en collab (Mensuales por los meses contratados) 3 Asistencias totales a algún evento (En cualquier momento de la contratación). Derecho a uso de imagen en digital con repost por el banco en sus redes	(DOP 450,000.00)	($ 450,000.00)
Yubelkis Peralta @yubelkisperalta	1	6 sets de stories (Mensuales por los meses contratados) 6 posts en feed en collab (Mensuales por los meses contratados) 2 Asistencias totales a algún evento. (En cualquier momento de la contratación). Derecho a uso de imagen en digital con repost por el banco en sus redes.	(DOP 630,000.00)	($ 630,000.00)
Novel Poppys @novelpoppys	1	3 sets de stories (Mensuales por los meses contratados) 3 posts en feed en collab (Mensuales por los meses contratados) 3 Tik Tok (Serán la réplica del reel de IG) 2 Asistencias totales a algún evento (En cualquier momento de la contratación). Derecho a uso de imagen en digital con repost por el banco en sus redes.	(DOP 800,000.00)	($ 800,000.00)
Lauren Molina @itslaurenmolina	1	8 sets de stories (Mensuales por los meses contratados) 8 posts en feed en collab (Mensuales por los meses contratados) 8 Tik Tok (Serán la replica del reel de IG) 3 Asistencias totales a algún evento (En cualquier momento de la contratación). Derecho a uso de imagen en digital con repost por el banco en sus redes.	(DOP 538,333.34)	($ 538,333.34)
Laura de Jesús @yosoynadora	1	6 sets de stories (Mensuales por los meses contratados) 6 posts en feed en collab (Mensuales por los meses contratados) 6 Tik Tok (Serán la réplica del reel de IG) 3 Asistencias totales a algún evento (En cualquier momento de la contratación). Derecho a uso de imagen en digital con repost por el banco en sus redes.	(DOP 466,666.68)	($ 466,666.68)
Willlam Ramos @williamramostv	1	3 sets de stories (Mensuales por los meses contratados) 3 posts en feed en collab (Mensuales por los meses contratados) 2 Asistencias totales a algún evento (En cualquier momento de la contratación). Derecho a uso de imagen en digital con repost por el banco en sus redes.	(DOP 240,000.00)	($ 240,000.00)

#	Artículo	Cantidad	Precio	Importe
	Obtenga una visión detallada de las visitas a su sitio inmobiliario y vea cómo interactuan sus clientes.			
8	**Integracion de landing para un (1) poryecto inmobiliario** Consiste en la creacion y personalizacion de una landing para un proyecto inmobiliario.	1	0.00	0.00
9	**Integracion del blog**	1	0.00	0.00
10	**Yoast SEO Premium** No facilitamos licencias ni claves de productos, solo instalamos. El soporte es con nosotros, no con la página donde lo venden.	1	0.00	0.00
11	**Incorporación a SEMrush** Se le suministrará una cuenta gratuita al cliente para poder ver un análisis más detallado del crecimiento de su sitio web. (Cuentas gratuitas de SEMrush)	1	0.00	0.00
12	**Incluye Instalacion de Local SEO by Yoast Premium** No facilitamos licencias ni claves de productos, solo instalamos. El soporte es con nosotros, no con la página donde lo venden	1	0.00	0.00
13	**Integrado con Google Maps** integracion via API, lo que facilita la visualización del mapa a sus visitantes.	1	0.00	0.00
14	**Multi-idioma** Permita que su sitio web inmobiliario llegue a todo el mundo	1	0.00	0.00
15	**Implementacion de medidas de seguridad de alto nivel.** - Google reCaptcha v3 - Plugin de seguridad iTheme Security. - integracion de SSL.	1	0.00	0.00
16	**Diseño web adaptado a su línea gráfica**	1	0.00	0.00
17	**Diseño responsivo para Computadora Tablet y Teléfono**	1	0.00	0.00
18	**Posicionamiento SEO Avanzado**	1	0.00	0.00
19	**Creación de Políticas de Privacidad, Términos de Uso y Cookies**	1	0.00	0.00
20	**Bonus: Integración de redes sociales**	1	0.00	0.00
21	**Bonus: Configuración de correos profesionales** Una vez contratado el hosting del sitio web, procederíamos a configurar sus correos profesionales. Ej: contacto@sunombre.com	1	0.00	0.00
22	**Formularios personalizados** (2 formularios, a partir de ahí $10 c/u)	1	0.00	0.00
23	**Alojamiento web x 1 Año, gratis. El proximo año costara 150$** -1 pagina web -5GB de almacenamiento -Ancho de banda ilimitado -Almacenamiento SSD súper rápido -3 cuentas de correo -Certificado SSL gratuito -Instalación WordPress en 1 click	1	0.00	0.00
24	**Mantenimiento x 1 Mes, luego a partir de esto 150$ Mensuales** -Revisión de funcionalidades del sistema.	1	0.00	0.00

#	Artículo	Cantidad	Precio	Importe
	-Corrección de errores y fallos que puedan aparecer en el sistema. -Cambio de imágenes e informaciones. -Optimización del sistema. -Actualización de integraciones. -Actualización de textos y contenidos.			
25	**Dominio web x 1 Año, gratis. El proximo año costara 30$** -Se puede editar DNS -Incluye certificado SSL -Registro mínimo de 1 año	1	0.00	0.00

Total neto	USD$0.00
Ajuste	USD$1,250.00
Total	USD$1,250.00

Tiempo de entrega: 60 Días laborables.

NOTA: Esta propuesta incluye dominio y hosting.

Mantenimiento Páginas estáticas - WordPress mensual: $150 USD (Opcional)

Políticas de servicios de mantenimiento

Mantenimiento incluye:

- Revisión de funcionalidades del sistema.
- Corrección de errores y fallos que puedan aparecer en el sistema.
- Cambio de imágenes e informaciones.
- Optimización del sistema.
- Actualización de integraciones.
- Actualización de textos y contenidos.

El mantenimiento **NO** incluye:

- Los cambios avanzados dependerán del proceso que agote. Ejemplo: Integraciones sistemas nuevos, agregar aplicaciones y funcionalidades. (Pueden surgir cargos adicionales)
- La página debe ser aprobada mínimo 7 días antes de su lanzamiento. A partir de ahí no se realizarían cambios que no sean parte del mantenimiento.

Observaciones:

- Se requiere el pago del 50% del valor propuesto en esta cotización antes de iniciar el desarrollo de los proyectos.
- La información de la página, tanto como los productos o servicios, debe ser entregada junta. Se podrán efectuar ajustes que no excedan más de 60 minutos por día (estos minutos no son acumulables).
- Esta cotización está limitada a los servicios cotizados y/o mencionados en la misma, en caso de requerir algo adicional en algunos casos requieren hacer una cotización adicional.
- En caso de no contratar dicho servicio, el cliente no tendría acceso a los beneficios ofrecidos en el mantenimiento.
- El cliente no puede contratar equipos externos para mejoras, modificaciones, personalizaciones y

ESTIMADO *Victor José*

05/04/2025

El costo total del proyecto es una estimación y se basa en los detalles del proyecto tal como se describen en este contrato. si los detalles del proyecto cambian o el cliente requiere servicios adicionales, el costo del proyecto puede variar, en tal caso, se notificará al cliente inmediato y se acordará un nuevo precio antes de continuar con los servicios.

PROPIEDAD

Todos los borradores y piezas creadas son propiedad de Víctor José hasta que se abone el costo total. Una vez que se reciba el pago total, la propiedad del resultado final del proyecto pasará al cliente; el cliente tiene derecho a utilizar el resultado final del proyecto para fines comerciales y no comerciales.

ENTREGABLES

- ☐ Logo (y variables)
- ☐ Naming
- ☐ Plantillas
- ☐ Diseño redes
- ☐ Paleta de colores
- ☐ Diseño de estratégias
- ☐ Moodboard

Nombre	Precio	Cant.	Subtotal
BRANDING COMPLETO Full logo, paleta de colores, naming, guías, plantillas, diseño de identidad completa.	RD$75,000	1	RD$75,000

COTIZACIÓN

Freelancer
Sebastián Oliva

SOLICITANTE:
SR. SEBASTIAN OLIVA

849-876-1887
sebastianolivad2@gmail.com
Lorenzo Depradel #21

No: 004
Fecha: 12/04/2025

DETALLE	UND.	PRECIO	TOTAL
Creación de plantilla para revistra según branding de la marca seguiendo los parámetros del manual de marca	12	RD$55,000.00	RD$660,000.00
Tiempo de entrega: 2-3 semanas tras recibir los insumos y aprobada la cotización. Ajustes: La cotización contempla tres ajustes, de requerir adicionales, estas tienen un costo de RD$1,000 pesos por ajuste. Editable: De requerir el editable del arte, este conlleva un precio aparte. (Depende de la solicitud y solo se cotiza de ser solicitado)		SUB-TOTAL	RD$660,000.00
		FEE	RD$0.00
		TOTAL	**RD$660,000.00**

Método de pago:

Acuerdo de pago
50% tras aprobación de cotización/ 50% antes del envio del arte final

Pago por transferencia
Banco Banreservas
Número de cuenta: 9606682140
Banco Popular
Número de cuenta:
817246424
Cédula: 40218614705

Sebastián Oliva

Cotización basada en solicitud, sujeta a cambios de requerir servicios adicionales.


From artists
to artists