

RAE

Tipo de documento	Proyecto de grado
Tipo de impresión	Digital
Nivel de circulación	Público
Título	Estrategia de desarrollo digital y de marketing, que busca mostrar y ofertar artistas como medio publicitario y comercial entre los clientes y el arte. Destreza Habilidad Talento: DESHATA
Autor	Walex Yecid López Torres
Director	Carlos Enrique Cabrera Martínez
Publicación	Bogotá, Diciembre 6 de 2017, 45 paginas
Unidad Patrocinante	Universidad Santo Tomas Abierta y a Distancia, Facultad de Ciencias y Tecnología, Administración de Sistemas Informáticos
Palabras clave	Marketing digital, Artista, Talento, Destreza, Habilidad, Publicidad, Red Social, Estrategia Digital, Pauta Publicitaria.
Descripción	
Este proyecto de grado se desarrolla en pro de una problemática social que busca darle valor y reconocimiento a muchos artistas informales, urbanos y en general desconocidos para la sociedad; apoyados en una constante estrategia basada en publicidad digital, social media y marketing de experiencias online y offline; Mediante una propuesta de valor creada a partir de una metodología estructurada, se sensibilizara al usuario para que este a su vez sea participe en actividades digitales y de marketing, que permitirán el desarrollo continuo y sostenible del proyecto.	
Fuentes	
LAUDON, kenneth C. y GUERCIO TRAVER, Carol. eCommerce negocios, tecnología, sociedad. 4ta. Edición. México: Ed. Pearson, 2009. P. 4 – 58. Cerezo, J. (2011). La publicidad en la era digital. Madrid: Evoca Comunicación e	

Imagen.

Elena Alfaro (Madrid, E. V.-R. (s.f.). Costomer Experience.

Lleida, L. (2010). MARKETING EMOCIONAL Y EXPERENCIAL. Marcom Direction.

Merodio, J. (2014). 2 Años de Marketing Digital & Social Media

Contenidos

CAPÍTULO 1: Datos generales del proyecto informático.

Planteamiento del problema, formulación del problema, justificación, objetivos.

Descripción: Es donde se platean los lineamientos bases para el desarrollo del proyecto, basado en la descripción del problema, solución al problema, justificación y objetivos.

CAPÍTULO 2: Marco de referencia.

Antecedentes, marco teórico, marco conceptual.

Descripción: Aquí contemplan las teorías y antecedentes que dan pie al desarrollo del proyecto, así mismo se puntualizan algunos significados convenientes e importantes para el abordaje del mismo.

CAPÍTULO 3: Metodología.

Modelo cambas, estudio de mercados.

Descripción: En esta parte se pautan los estudios claves y sustento metodológico que será empleado para el desarrollo del proyecto

CAPÍTULO 4: Desarrollo del Proyecto.

Estrategias del modelo, determinación de los medios del modelo.

Aspectos Administrativos.

Herramientas de venta publicitaria, plan financiero, direccionamiento estratégico.

Descripción: donde se aplicaran las metodologías y fundamentos a seguir, así como los estudios de las herramientas administrativas necesarias para alcanzar el objetivo general y las conclusiones analizadas a partir de los mismos.

Metodología

Modelo Canvas, esta es una herramienta que mediante la simplificación de nueve pasos genera un modelo de negocio, rentable y sustentado en una propuesta de valor.

Estudio de mercado: Mediante esta herramienta se plasma como está el mercado nicho al cual se quiere llegar y la posible aceptación que este puede llegar a tener, para el desarrollo del mismo se proponen, entrevistas, cuestionarios, presentaciones del proyecto entre otros.

Conclusiones:

- Después de identificar las herramientas de marketing a implementar y con base en los medios propuestos para el desarrollo del proyecto, se puede afirmar que viable la implementación de una estrategia de marketing híbrida online y offline, haciendo énfasis con esta propuesta en el marketing experiencial.
- El modelo es sustentable en el tiempo y de crecimiento exponencial, ya que de una u otra manera se pueden generar otras estrategias de venta y proponer nuevas alternativas sociales con este nicho, como por ejemplo una fundación; ya que los artistas pueden hacer uso de su talento también para generar valor social, se puede proponer la creación de una entidad sin ánimo de lucro basada en los lineamientos de una fundación, donde los artistas puedan enseñar a niños de bajos recursos a cultivar este mismo talento y despertar su interés por el arte.
- El espacio físico propuesto para la grabación de los artistas, puede llegar a ser aprovechado con un buen proyecto de café bar perfectamente ambientado para los usuarios y transeúntes, con esto se apoyaría el crecimiento de Deshata y fortalecería su sostenibilidad económica.

- Es importante destacar que la metodología Canvas, sustenta su eficacia e importancia en la propuesta de valor y de allí emergen los otros pasos que soportan la misma, por esta razón, este modelo de negocio se respalda en esta metodología, ya que el proyecto esta soportado en la generación de conciencia y valores sociales, que mediante la estrategias de marketing propuestas para el desarrollo del mismo, son económicamente sustentables.
- Después de analizado el mercado y habiendo identificado la aceptación positiva del proyecto en el mismo, es necesario buscar apoyo solidario en entidades públicas o privadas para la pronta puesta en marcha del proyecto, ya que es evidente que los mismos usuarios están prestos a participar en las estrategias digitales y offline de esta iniciativa, además que son conscientes que este nicho social (los artistas) están descuidados y tienen mucho que aportar dentro de la sociedad.

Autor del RAE

Walex Yecid López Torres, 2017, Estrategia de desarrollo digital y de marketing, que busca mostrar y ofertar artistas como medio publicitario y comercial entre los clientes y el arte, DESHATA: Destreza Habilidad Talento, proyecto de grado, Universidad Santo Tomas Abierta y a Distancia, Bogotá Colombia.