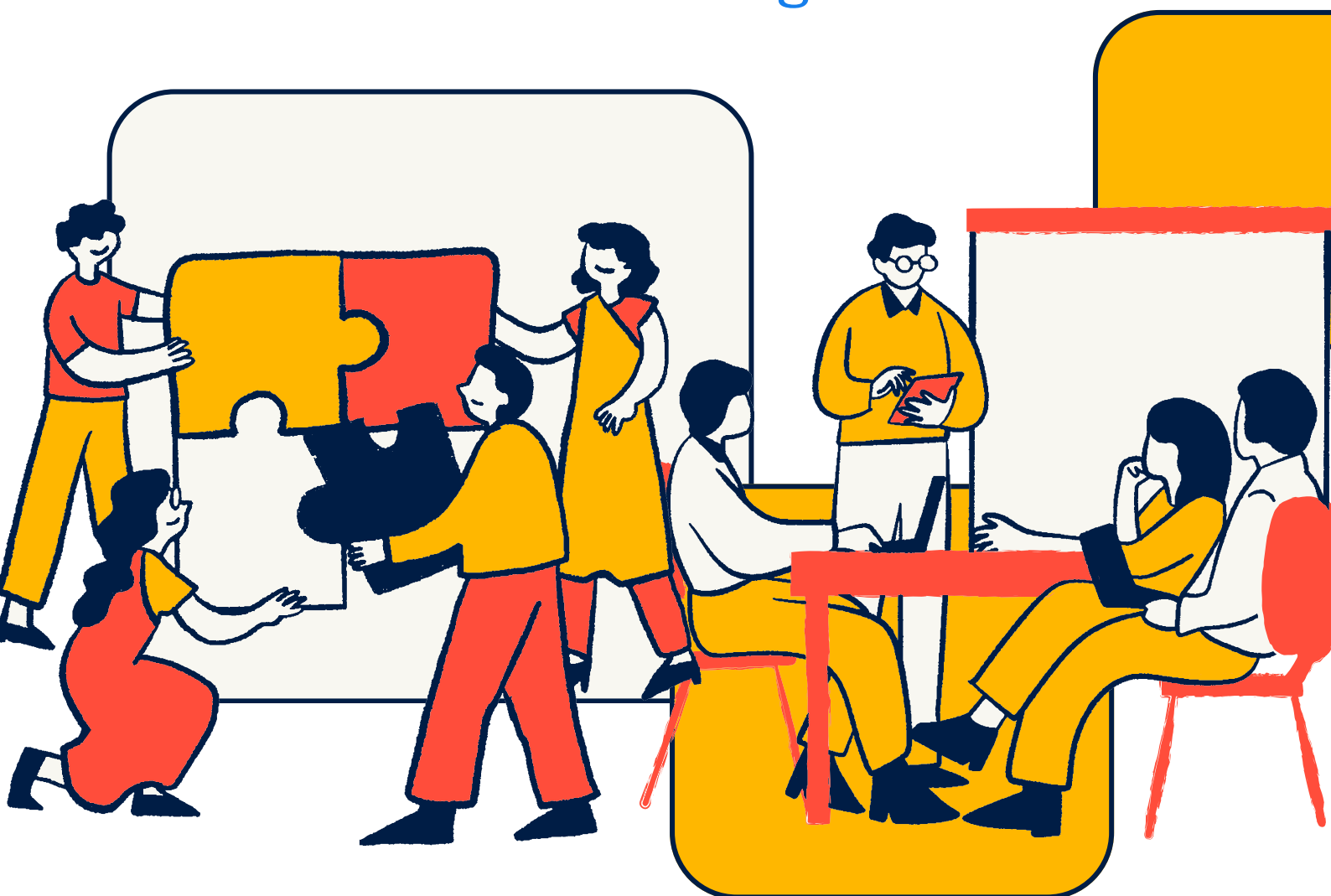


# Programa Nacional de Formación



## Unidad 4 - Capítulo 2 Generación de Ingresos



# Bienvenidos

Este material de lectura corresponde a la Videoclase U4C2 disponible en: [micultura.gob.pa](http://micultura.gob.pa) y forma parte de un total de 20 videoclases y sus respectivos materiales de lectura y trabajo.



## Objetivo de este capítulo

Uno de los temas más complejos en el campo de la economía creativa y de las industrias creativas y culturales, es el de la generación de ingresos. Como ya hemos visto, esta no es una economía de fabricar o comprar barato y vender caro, generando así un beneficio económico para el emprendedor.

En nuestro sector las reglas de juego son diferentes, básicamente porque los elementos que generan los flujos económicos son de carácter intangible: el contenido de un libro o una película, el diseño de una artesanía, las formas y colores de un cuadro o la historia detrás de una ruta patrimonial.

Lo tangible funciona como soporte de las propuestas culturales y creativas, con lo cual muchas veces ponderar económicamente estos elementos es una actividad compleja.

En este capítulo analizaremos diversos modos que utilizan los emprendedores para generar los necesarios recursos económicos para garantizar la sostenibilidad de sus emprendimientos.



---

## Algunas preguntas de este capítulo

- ◊ ¿Cómo pueden los emprendedores culturales en Panamá diversificar sus fuentes de ingresos para lograr mayor estabilidad financiera?
- ◊ ¿Cuáles son las estrategias más efectivas para conseguir patrocinadores y apoyo empresarial en el sector creativo?
- ◊ ¿Cuáles son los modelos de ingresos más utilizados en las industrias creativas y cómo puedes aplicarlos en tu propio emprendimiento?
- ◊ ¿Por qué la diversificación de ingresos es crucial para la sostenibilidad de un emprendimiento creativo?



# 01

## Generación de Ingresos en las ICC

---

## ¿Cuánto cuesta tu arte?

¿Cómo le ponemos precio al producto de nuestra creatividad? ¿A cuánto vendemos nuestro arte? Estas y otras preguntas similares se escuchan habitualmente en las industrias creativas y culturales.

**Lo cierto es que no existe una fórmula para ello.**

El valor económico de una oferta cultural es el resultado de **múltiples factores**, muchos de los cuales parecieran tener vida propia: las tendencias de moda, los vaivenes económicos de la sociedad, además de la cuota de talento y originalidad del creador. La obra de algunos creadores son rechazadas en cierto momento, pero años más tarde la misma obra puede valer millones, como es el caso del artista neerlandés Vincent Van Gogh.

Ante tanta incertidumbre ¿cómo podemos hacer sostenibles nuestros emprendimientos y vivir dignamente de nuestros talentos? ¿Cómo podemos monetizar nuestra creatividad sin comprometer nuestra integridad cultural, identitaria y artística?

En este capítulo analizaremos estos temas y veremos las estrategias más utilizadas para lograr nuestra sostenibilidad económica y la de nuestros emprendimientos.



## Frases para tener en cuenta

**“El dinero es un subproducto de crear algo que valga la pena.”** – Naval Ravikant

**“La creatividad es el capital del siglo XXI.”** – John Howkins

**“El arte y la economía no están en conflicto, sino que se necesitan mutuamente.”** – John M. Keynes

**“No vendas tu arte barato. Lo que creas tiene un valor que solo tú puedes darle.”** – Pablo Picasso

**“Haz de tu arte tu negocio, porque nadie más lo hará por ti.”** – Andy Warhol

## ¿Qué compramos cuando “compramos cultura”?

Como emprendedores creativos en Panamá, es fundamental comprender cómo generar ingresos a partir de nuestras ofertas culturales, no solo a través de la venta directa de productos, sino también mediante la diversificación y la creación de valor, a partir de nuestros activos intangibles.

En módulos anteriores, hemos explorado conceptos clave como los activos intangibles y el valor económico que se genera a partir de ellos. Recordemos que el público está dispuesto a pagar por el contenido narrativo y emocional que ofrecemos, ya sea una película, un libro, una artesanía o un plato típico.

No se trata solo de vender un objeto físico; se trata de ofrecer contenidos y experiencias significativas que resuenen con las identidades y emociones de las personas. La economía creativa impacta tanto en los aspectos económicos, como sociales y culturales de nuestra sociedad.

### Recordando los Activos Intangibles

Tal como hemos visto anteriormente, los activos intangibles son aquellos elementos no físicos que aportan valor a un emprendimiento cultural. Esto incluye:

- **Historias:** La narrativa detrás de cada obra o producto.
- **Emociones:** La conexión emocional que el público siente hacia un artista o una obra.
- **Identidad:** Cómo se percibe culturalmente una oferta dentro de su contexto social.

Por ejemplo, cuando alguien compra una pintura, no solo está adquiriendo un lienzo; está comprando la historia del artista, la emoción que transmite la obra y su conexión con su propia identidad cultural.

### El Valor Económico en las Industrias Creativas

El valor económico en las industrias creativas proviene del significado que el público atribuye a las obras culturales, en tanto que la oferta cultural impacta en múltiples niveles: emocionales, identitarios, estéticos, creativos, históricos y mucho más.

Esto significa que:

- El público está dispuesto a pagar más por **experiencias culturales** que resuenen con sus emociones e identidades.
- Las ofertas culturales deben ser **percibidas como valiosas** en términos simbólicos y emocionales para generar ingresos.

Este enfoque permite a los emprendedores no solo generar ingresos por la oferta de bienes y servicios, sino también ofrecer experiencias significativas que conecten con su audiencia.

### Ejemplo

El Festival Internacional de Cine de Panamá (IFF Panama) ha logrado posicionarse como una plataforma que no solo exhibe películas, sino que también ofrece experiencias a través de paneles, networking, cursos, masterclasses y encuentros con cineastas, generando ingresos tanto a través de la venta de entradas, asistencia a los cursos, recursos públicos así como patrocinantes privados.

## Diversificar para crecer

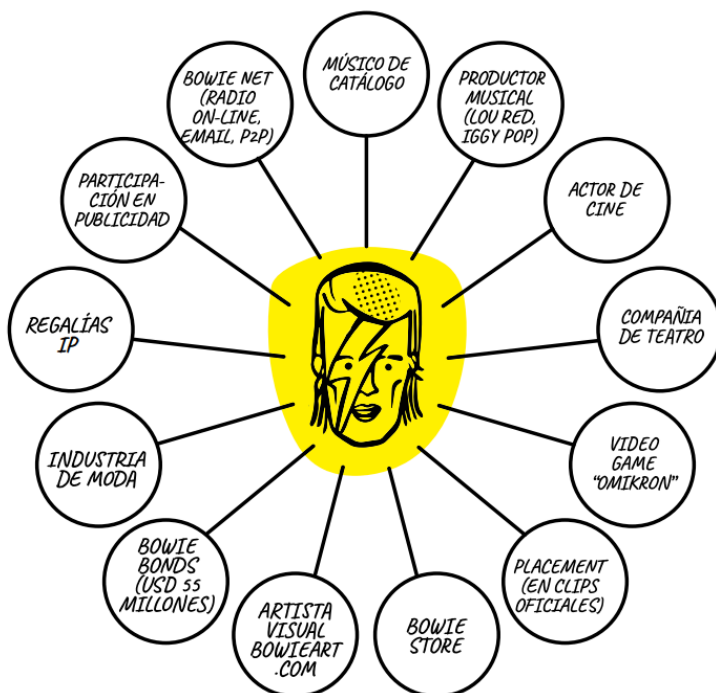
La diversificación se refiere a la estrategia de ampliar las fuentes de ingresos para mitigar riesgos y adaptarse a cambios en el entorno. En lugar de depender únicamente de una fuente (como la venta de entradas o productos), los emprendedores pueden explorar múltiples vías para generar dinero a partir del mismo concepto cultural.

¿Cuáles son las ventajas de diversificar?

- **Reduce riesgos financieros:** Si una fuente de ingreso disminuye, otras pueden compensar esa pérdida.
- **Aumenta oportunidades:** Al explorar diferentes vías, puedes descubrir nuevas formas de conectar con tu audiencia.
- **Fomenta la innovación:** La búsqueda constante de nuevas fuentes puede inspirar ideas creativas y frescas.

## Ejemplo: el músico David Bowie

Del libro “Diversificar” del escritor y consultor chileno **Alex Paredes**, hemos tomado esta imagen que nos ayuda a comprender el principio de la diversificación. En su libro Paredes profundiza en los aspectos más relevantes de los procesos de diversificación de ingresos en las industrias culturales y creativas, con una amplia gama de ejemplos y ejercicios prácticos que nos abre las puertas a nuevas formas de monetización para nuestros emprendimientos culturales y creativos.



Fuente: “Diversificar” del autor Alex Paredes

El modelo de diversificación, construido claro está a lo largo de la carrera del artista, parte de su capacidad creativa para derivar en múltiples formatos que configuran no sólo diversas fuentes de ingresos, sino que proyectan al artista en múltiples ámbitos, expandiendo así sus posibilidades creativas.

Bowie incursiona en el universo teatral y el cine, en la industria de la moda, en videojuegos, participa en el mundo publicitario, y genera ingresos pasivos a través de su propio fondo financiero y su negocio de venta de productos (Bowie Store).

Esta imagen puede servir de inspiración para considerar cómo a partir de un concepto creativo y cultural podemos diversificar nuestra actividad abriendo frentes productivos innovadores.

## Modelos de ingresos para las ICC

La siguiente tabla nos ofrece una gran variedad de opciones para generar ingresos en las ICC

Modelo de Ingresos	Descripción	Ejemplo
Venta Directa	Comercialización de productos o servicios artísticos directamente al consumidor.	Artesanos en la Feria Nacional de Artesanía venden sus productos directamente al público y a tiendas especializadas.
Suscripciones y Membresías	Acceso exclusivo a contenidos a cambio de una tarifa recurrente.	Plataformas como Panamá en Escena ofrecen contenido teatral exclusivo bajo un modelo de membresía.
Donaciones y Patrocinios	Apoyo financiero de individuos o empresas a cambio de visibilidad o beneficios fiscales.	El Teatro Nacional ha obtenido patrocinios de empresas privadas a cambio de publicidad en sus eventos.
Monetización Digital	Uso de plataformas en línea para vender contenido, cursos o diseños.	Músicos panameños utilizan Spotify y YouTube para generar ingresos a través de reproducciones y publicidad.
Colaboraciones Empresariales	Trabajo conjunto con otras empresas para desarrollar proyectos o eventos.	El Biomuseo colabora con marcas para exposiciones temporales patrocinadas.
Talleres y Capacitaciones	Venta de conocimientos a través de formaciones especializadas.	La Red de Narradores Orales de Panamá ofrece talleres pagados sobre storytelling.
Licenciamiento y Derechos de Autor	Ingresos generados por la cesión de derechos de uso de una obra o contenido a terceros.	Escritores panameños reciben regalías por la venta de sus libros en Amazon Kindle.
Merchandising y Productos Derivados	Comercialización de productos relacionados con una obra artística o cultural.	Bandas panameñas venden camisetas y pósters en sus conciertos y tiendas en línea.
Crowdfunding (Financiamiento Colectivo)	Obtención de financiamiento a través de pequeñas contribuciones de muchas personas.	Productores audiovisuales panameños financian documentales mediante Kickstarter o Indiegogo.
Residencias Artísticas y Becas	Programas que financian la creación artística a cambio de producción de obras o participación en actividades culturales.	Artistas visuales panameños acceden a residencias internacionales en Casa B.
Experiencias Inmersivas y Turismo Cultural	Creación de experiencias culturales para generar ingresos en el sector turístico.	Tours temáticos en el Casco Antiguo de Panamá que combinan historia, arte y gastronomía.
Alquiler de Espacios Culturales	Obtención de ingresos mediante el alquiler de instalaciones para eventos.	El Ateneo de la Ciudad del Saber alquila su teatro para conferencias y espectáculos.
Programas de Mecenazgo	Apoyo financiero de entidades privadas a cambio de reconocimiento cultural.	Empresas panameñas patrocinan exposiciones en el Museo del Canal Interoceánico.
Consultorías y Asesorías Culturales	Venta de conocimientos especializados en gestión cultural, industrias creativas y patrimonio.	Expertos en cultura panameña asesoran sobre políticas culturales o marketing para artistas.
Ediciones Especiales y Contenido Premium	Venta de versiones exclusivas de obras con contenido adicional o presentación especial.	Un artista panameño lanza una edición limitada de sus grabados con numeración y certificado de autenticidad.
Fondos y Subvenciones Públicas o Privadas	Financiamiento obtenido a través de convocatorias destinadas a proyectos culturales.	La Dirección Nacional de Economía Creativa ofrece fondos para la producción de eventos culturales.

# Crowdfunding: Financiamiento colectivo

## Teatro Carilimpia

Una modalidad utilizada en el sector cultural es el denominado “**Crowdfunding**” o financiamiento colectivo. Muchas personas realizan pequeños aportes a un proyecto cultural o creativo. Este fue el caso del grupo teatral Carilimpia.



En 2018, el grupo, liderado por Maritza Vernaza y Mariela Aragón, fue invitado al Décimo Festival Internacional de Teatro de Formosa, Argentina, con su obra *Mujeral*. Para financiar su traslado y producción, enfrentaron el reto de recaudar \$10,000.

El grupo buscó cambiar la **tradicional pasividad de los públicos en relación a la producción** de las obras limitándose a la compra de boletos y asistencia al espectáculo. En este caso se involucró activamente a la audiencia mediante crowdfunding, aplicando la estrategia de “larga cola”, donde **muchas personas aportan pequeñas sumas** para alcanzar un objetivo financiero.

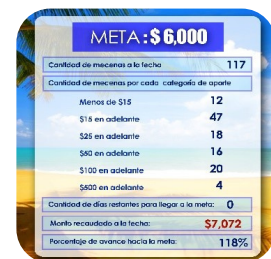


Partiendo de la idea de **responsabilidad cultural ciudadana**, se promovió la campaña como una oportunidad para visibilizar el talento panameño en un país con una fuerte tradición teatral. Su estrategia comunicacional incluyó la producción de cinco videos en YouTube, protagonizados por el personaje Maquinón Landera, interpretado por Vernaza. En estos videos, Maquinón enseñaba pasos de baile propios con la consigna de realizar un baile colectivo (flah mob) en el Ateneo de la Ciudad del Saber a los 40 días de la campaña, combinando entretenimiento con el llamado a donar.

Para incentivar la participación, cada donante fue reconocido en la **Galería de Mecenas**, donde se publicaban sus nombres y fotos en un marco dorado. Además, empresas, ONG y entidades públicas que contribuyeron fueron incluidas en la **Galería de Colaboradores**, fortaleciendo su imagen y compromiso con la cultura.

El objetivo inicial era recaudar **\$6,000** en 40 días, pero gracias a la estrategia implementada lograron reunir **\$7,072**, superando la meta en un 18%.

Este caso demuestra cómo la **diversificación de ingresos** puede aplicarse no solo a la venta de bienes y servicios, sino también a la gestión de públicos y financiamiento participativo, fortaleciendo la sostenibilidad de los proyectos culturales a través del compromiso comunitario.





# Patrocinio empresarial e incentivos fiscales en Panamá

Los **patrocinios** son otra fuente importante y diversificada de ingresos para los emprendedores culturales y creativos. Establecer relaciones sólidas con empresas puede abrir puertas a oportunidades financieras significativas.

## Patrocinio: ¿Beneficiencia o transacción?

Los patrocinios empresariales dirigidos a proyectos culturales deben ser vistos como un proceso de intercambio de valor por valor. Una empresa aporta valor en la forma de recursos a cambio de valor asociando su imagen a una causa de bien común, a través de la promoción y publicidad y pudiendo llegar a públicos específicos de manera directa.

Desde esta perspectiva es necesario plantear la relación entre el proyecto cultural y la empresa como una transacción que debe ser debidamente procesada a través de contratos y acuerdos formales.

## Exención impositiva: el Certificado de Fomento Cultural CFC

### Certificado de Fomento Cultural CFC

A partir del año 2025, el sector cultural cuenta con un importante instrumento de financiamiento conocido como el Certificado de Fomento Cultural CFC desarrollado por la Dirección Nacional de Economía Creativa del Ministerio de Cultura.

El Certificado ofrece la posibilidad de obtener el 35% de desgravación impositiva (ISR e BMTS) sobre el total de inversiones que una empresa o un particular realice para un proyecto cultural en Panamá.

El Decreto No. 14 del 29 de septiembre de 2023 establece que las empresas o personas naturales que inviertan en proyectos culturales, podrán recibir una exoneración impositiva del 35% del monto aportado.

Se implementa así una nueva legislación cuyo objetivo es estimular la inversión privada en el ámbito cultural. Este procedimiento es llevado adelante por la **Dirección Nacional de Economía Creativa del Ministerio de Cultura de Panamá** y al momento de redactar este material se encontraba pronto a ser reglamentado para su puesta en acción.

Se espera de esta manera incrementar el involucramiento de las empresas en el financiamiento de los proyectos culturales y creativos en Panamá, para lo cual es necesario comprender algunos principios de la relación de patrocinios con las empresas.

Aspectos clave para los emprendedores:

- Es fundamental que el proyecto demuestre **impacto cultural, social y económico**.
- Los patrocinadores requieren **documentación clara** para respaldar su inversión y aplicar a la exoneración.

**Recomendación:** Antes de buscar patrocinios, asegúrate de cumplir con los requisitos de elegibilidad establecidos por la Dirección Nacional de Economía Creativa.

# Paso a paso para el patrocinio

Paso	Descripción	Comentarios
Define el Valor de Tu Proyecto	Un patrocinio exitoso depende de cómo conectes el valor de tu proyecto con los intereses de las empresas.	Un festival de danza folclórica puede atraer turistas, promover la identidad cultural panameña y generar ingresos para artesanos locales.
Aspectos a Considerar	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Impacto Cultural:</b> Contribución al desarrollo cultural (preservación de tradiciones, turismo cultural).</li> <li><b>Impacto Social:</b> Beneficio a comunidades vulnerables (talleres para jóvenes en riesgo).</li> <li><b>Impacto Económico:</b> Generación de empleos o impulso a sectores relacionados.</li> </ul>	
Identifica a las Empresas Potenciales	<p>Seleccionar empresas cuyos valores se alineen con el proyecto.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Investiga sectores relevantes (turismo, finanzas, tecnología, RSC).</li> <li>Analiza su Responsabilidad Social y Cultural (informes anuales, campañas de interés).</li> <li>Haz una lista de contactos clave (gerentes de marketing, RSC o relaciones públicas).</li> </ol>	Si desarrollas un taller de gastronomía tradicional, puedes buscar patrocinio en empresas de alimentos o turismo.
Prepara tu Propuesta de Proyecto y Comunica Adecuadamente	<p>La propuesta debe estar estructurada, atractiva y considerar los intereses empresariales.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Portada:</b> Título, nombre del emprendedor, logotipos.</li> <li><b>Resumen Ejecutivo:</b> Breve descripción del proyecto.</li> <li><b>Objetivos:</b> Propósitos y resultados esperados.</li> <li><b>Beneficios para la Empresa:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visibilidad (logotipos en materiales, menciones en eventos).</li> <li>- Relación con RSC o valores corporativos.</li> <li>- Incentivos fiscales (Certificado de Fomento Cultural).</li> </ul> </li> <li><b>Actividades y Cronograma:</b> Fechas clave de ejecución.</li> <li><b>Presupuesto:</b> Desglose claro de costos.</li> <li><b>Plan de Medios y Comunicación:</b> Donde se hará presente la marca.</li> <li><b>Anexos:</b> Documentos adicionales, cartas de apoyo.</li> </ol>	<p>Al acercarte a posibles patrocinadores, es importante presentarles cómo se beneficiarán al asociarse contigo. Esto podría incluir visibilidad en eventos, menciones en redes sociales o inclusión en materiales promocionales.</p> <p>Diseña propuestas bien estructuradas que muestren el impacto positivo que tu proyecto tiene en la comunidad cultural y cómo su patrocinio contribuirá al éxito mutuo.</p>
Crea un Plan de Comunicación y Visibilidad	<p>Las empresas buscan patrocinios que refuercen su imagen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Canales Digitales:</b> Menciones en redes sociales, sitios web, transmisiones en vivo.</li> <li><b>Materiales Promocionales:</b> Logotipos en banners, programas de eventos o videos.</li> <li><b>Cobertura de Medios:</b> Invitaciones a medios locales para generar artículos sobre el proyecto.</li> </ul>	Para un concierto, podrías ofrecer un agradecimiento público a los patrocinadores durante el evento y crear un reel de Instagram con sus logotipos.
Presenta Tu Proyecto	<p>Solicita una reunión con responsables del área de Responsabilidad Social Corporativa, marketing o gerencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Presenta un <b>resumen verbal Pitch</b> claro (2 min).</li> <li>Utiliza <b>materiales visuales</b> (PowerPoint, videos).</li> <li>Destaca <b>beneficios mutuos:</b> impacto cultural + exoneración fiscal + llegada a nuevos mercados.</li> <li>Envía un <b>correo de agradecimiento</b> tras la reunión y mantén contacto para resolver dudas.</li> </ul>	<p>No veas el patrocinio como una transacción única. Construye relaciones sólidas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Comparte informes de resultados con los patrocinadores.</li> <li>Invítalos a participar activamente en eventos.</li> <li>Muestra cómo su apoyo contribuyó al éxito del proyecto.</li> <li>Asegúrate de dejar una copia física o digital profesional de la propuesta.</li> </ul>
Evaluación y Mejora Continua	<p>Después de cada experiencia de patrocinio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Analiza <b>qué funcionó</b> y qué puedes mejorar.</li> <li>Solicita <b>retroalimentación</b> de las empresas.</li> <li>Realiza y <b>envía un informe</b> de lo ocurrido, agradeciendo y deja abierta la posibilidad de colaboraciones futuras.</li> </ul>	

# Caso de gestión de patrocinio: Cantapueblo

## Estrategia de Patrocinios en Cantapueblo

Desde 1988, la Fundación COPPLA de Argentina organiza **Cantapueblo, la fiesta coral de América** que ha reunido a cientos de coreutas en la provincia de Mendoza, promoviendo la cultura coral en espacios públicos y teatros con la participación de miles de personas.

Además del impacto cultural, el evento genera **beneficios económicos** significativos en Mendoza, impulsando el turismo, la hotelería y la industria vitivinícola. Gracias a su éxito, el festival se expandió a Chile, Brasil, Ecuador y Panamá.

En 1999, los organizadores enfrentaron dificultades para obtener patrocinios empresariales, a pesar del impacto económico del evento. Una consultoría organizacional reveló que la **estrategia de comunicación** no lograba conectar con los intereses de las empresas. Los directivos enfocaban sus argumentos en la belleza del canto coral y su valor artístico, sin ofrecer datos concretos que justificaran la inversión.

El material de presentación consistía en fotos y artículos de prensa, elementos que **no resultaban adecuados** para los empresarios, sin ofrecer argumentos válidos para las empresas.

Tras la consultoría, la Fundación **rediseñó su estrategia comunicacional**, destacando cifras clave como la cantidad de asistentes, el alcance mediático del evento y los beneficios comerciales para los patrocinadores. Este enfoque numérico permitió vincular Cantapueblo con los intereses económicos de las empresas, facilitando la obtención de patrocinadores regulares.

Este cambio evidenció que no se trataba de solicitar apoyo financiero, sino de establecer un vínculo comercial basado en el intercambio de valor por valor, ofreciendo a las empresas acceso a nuevos mercados y asociación con un evento de prestigio.

En 2018, Cantapueblo celebró su 30° aniversario en Panamá con más de 250 coreutas de seis países y más de 20 conciertos en diversos escenarios. La planificación del evento incluyó criterios clave para atraer patrocinadores, como impacto económico, plan de medios y espacios de visibilidad para las marcas, consolidando su modelo de financiamiento sostenible.



Material para empresas panameñas para el Festival Coral Cantapueblo 2018

# 03

## Ejercicios



# Ejercicios para la videoclase U4C2

## Generación de ingresos

Los siguientes ejercicios están diseñados para afianzar los conocimientos ofrecidos en esta videoclase en conjunto con el material de lectura U4C2 Generación de ingresos.

Los ejercicios contienen las instrucciones, una autoevaluación y un ejemplo para que puedas realizarlos por tu cuenta.

---

### Ejercicio 1: Mapeo de Activos Intangibles

#### Objetivo:

Identificar y mapear los activos intangibles que aportan valor a tu emprendimiento.

#### 1. Realiza un brainstorming:

Dedica 20 minutos a pensar en todos los activos intangibles que posee tu proyecto, como historias, emociones y elementos de identidad cultural.

#### 2. Crea un mapa visual:

Utiliza papel o herramientas digitales para crear un mapa que conecte tus activos intangibles con sus posibles beneficios económicos. Por ejemplo, conecta una historia detrás de un producto con su atractivo emocional para los clientes.

#### 3. Autoevaluación:

Reflexiona sobre cómo cada activo puede ser monetizado. ¿Qué estrategias puedes implementar para maximizar su valor económico? Considera la sostenibilidad: ¿cómo puedes mantener estos activos a largo plazo?

#### 4. Ejemplo:

*Considera el caso de una marca de ropa sostenible que utiliza historias de impacto ambiental para conectar con sus clientes. Por ejemplo, podrías mapear cómo la historia de reducción de residuos en la producción se conecta con el compromiso de los clientes hacia el medio ambiente, y cómo esto puede aumentar la lealtad y las ventas a largo plazo. Reflexiona sobre cómo esta estrategia podría aplicarse en tu propio emprendimiento para aumentar su valor intangible.*

# Ejercicios para la videoclase U4C2

## Marketing digital

Los siguientes ejercicios están diseñados para afianzar los conocimientos ofrecidos en esta videoclase en conjunto con el material de lectura U4C2 Generación de ingresos.

Los ejercicios contienen las instrucciones, una autoevaluación y un ejemplo para que puedas realizarlos por tu cuenta.

---

### Ejercicio 2: Plan de Diversificación

#### Objetivo:

Desarrollar un plan de diversificación de ingresos basado en ejemplos del documento.

#### 1. Selecciona un modelo de diversificación:

Escoge uno de los modelos mencionados en el documento (por ejemplo, talleres, suscripciones o colaboraciones empresariales).

#### 2. Elabora un plan detallado:

- Describe cómo implementarás este modelo en tu emprendimiento:
- Objetivos específicos.
- Recursos necesarios.
- Cronograma de implementación.

#### 3. Autoevaluación:

- Reflexiona sobre los riesgos asociados con este modelo. ¿Cómo puedes mitigar esos riesgos? Evalúa cómo esta diversificación contribuirá a la sostenibilidad económica de tu proyecto.

#### 4. Ejemplo:

*Considera el caso de una tienda de libros que decide diversificar sus ingresos ofreciendo talleres de escritura creativa. Reflexiona sobre cómo podrías aplicar un modelo similar en tu emprendimiento. Por ejemplo, si tienes un negocio de diseño gráfico, podrías ofrecer talleres en línea sobre diseño digital. Piensa en cómo esto podría aumentar tus ingresos y mejorar la resiliencia financiera de tu negocio.*

# Ejercicios para la videoclase U4C2

## Marketing digital

Los siguientes ejercicios están diseñados para afianzar los conocimientos ofrecidos en esta videoclase en conjunto con el material de lectura U4C2 Generación de ingresos.

Los ejercicios contienen las instrucciones, una autoevaluación y un ejemplo para que puedas realizarlos por tu cuenta.

---

### Ejercicio 3: Análisis de Público Objetivo

#### Objetivo:

Segmentar tu audiencia para mejorar la conexión con tus ofertas culturales.

#### 1. Define segmentos de audiencia:

Identifica al menos tres segmentos diferentes que podrían estar interesados en tu oferta cultural (por ejemplo, turistas, locales interesados en cultura, jóvenes creativos).

#### 2. Crea perfiles detallados:

Para cada segmento, describe sus características demográficas, intereses y comportamientos. ¿Qué tipo de experiencias buscan?

#### 3. Autoevaluación:

• Reflexiona sobre cómo puedes adaptar tus ofertas a cada segmento. ¿Cómo esta adaptación puede aumentar tus ingresos y asegurar la sostenibilidad económica?

#### 4. Ejemplo:

*Considera el caso de un festival de música que busca segmentar su audiencia. Por ejemplo, podrías identificar a los turistas interesados en la música local, a los jóvenes que buscan experiencias únicas, y a los locales que valoran la cultura tradicional. Reflexiona sobre cómo podrías adaptar tus ofertas para cada segmento, como ofrecer paquetes turísticos especiales para los visitantes, talleres de música experimental para los jóvenes creativos, y eventos comunitarios para los locales. Piensa en cómo estas estrategias pueden mejorar la conexión con cada grupo y aumentar la participación y los ingresos del festival.*

# Ejercicios para la videoclase U4C2

## Marketing digital

Los siguientes ejercicios están diseñados para afianzar los conocimientos ofrecidos en esta videoclase en conjunto con el material de lectura U4C2 Generación de ingresos.

Los ejercicios contienen las instrucciones, una autoevaluación y un ejemplo para que puedas realizarlos por tu cuenta.

---

### Ejercicio 4: Diseño de Propuesta de Patrocinio

#### Objetivo:

Preparar una propuesta efectiva para buscar patrocinadores.

#### 1. Investiga empresas potenciales:

- Haz una lista de al menos cinco empresas cuyos valores se alineen con los objetivos de tu proyecto cultural.

#### 2. Desarrolla una propuesta atractiva:

Incluye:

- Descripción del proyecto.
- Impacto cultural, social y económico.
- Beneficios tangibles e intangibles para el patrocinador.

#### 3. Autoevaluación:

- Reflexiona sobre cómo puedes mejorar tu propuesta basándote en el feedback que recibas. Considera cómo la obtención de patrocinios puede impactar la sostenibilidad económica de tu emprendimiento.

#### 4. Ejemplo:

*Considera el caso de un festival de música que busca patrocinadores. Por ejemplo, podrías identificar a una empresa de tecnología que valora la innovación y la creatividad, y que podría beneficiarse de asociar su marca con un evento cultural vibrante. Reflexiona sobre cómo podrías estructurar tu propuesta para destacar los beneficios de esta asociación, como la visibilidad de marca y el acceso a un público joven y creativo. Piensa en cómo esta colaboración podría no solo financiar el festival, sino también mejorar la imagen corporativa del patrocinador y aumentar su conexión con el público objetivo.*



# Ejercicios para la videoclase U4C2

## Marketing digital

Los siguientes ejercicios están diseñados para afianzar los conocimientos ofrecidos en esta videoclase en conjunto con el material de lectura U4C2 Generación de ingresos.

Los ejercicios contienen las instrucciones, una autoevaluación y un ejemplo para que puedas realizarlos por tu cuenta.

---

### Ejercicio 5: Estrategia de Crowdfunding

#### Objetivo:

Diseñar una estrategia de financiamiento colectivo para tu proyecto cultural.

#### 1. Investiga plataformas de crowdfunding:

- Analiza el caso de Teatro Carilimpia y elabora una propuesta adecuada para tu proyecto cultural.

#### 2. Desarrolla un plan de campaña:

Define:

- Objetivo financiero.
- Recompensas para los patrocinadores.
- Estrategia de comunicación (videos, redes sociales).

#### 3. Autoevaluación:

- Reflexiona sobre cómo esta estrategia puede diversificar tus fuentes de ingreso y contribuir a la sostenibilidad económica del proyecto. ¿Qué lecciones aprendiste al diseñar esta campaña?

#### 4. Ejemplo:

*Imagina que una sala de teatro lanza una campaña para financiar obras comunitarias. Basado en el modelo de Soo Theatre Project, estructurarían:*

*Meta: €30,000 para renovar butacas y crear talleres inclusivos.*

*Recompensas: Desde postales firmadas (€15) hasta talleres de actuación (€200).*

*Estrategia: Alianzas con cafeterías locales para promoción física + videos en TikTok mostrando avances (como recomiendan las mejores prácticas).*

*Reflexiona cómo adaptarías este modelo a tu proyecto, considerando lecciones clave como la segmentación de audiencias y la transparencia en comunicaciones.*

*Este ejercicio integra patrones exitosos de los casos analizados, como el uso de recompensas escalables y estrategias de comunicación emocional, mientras aborda riesgos específicos del sector cultural.*