



**Universidad Abierta Interamericana**  
**Intervención de trabajo profesional**  
**“Salsa Latin Club”**

**Micaela Calamante**  
**Lic. En Publicidad**  
**Diciembre 21 de 2016**

## **Resumen**

En esta Intervención de trabajo profesional realicé una campaña publicitaria para Salsa Latin Club, una escuela de baile ubicada en la calle Mitre 858 de la ciudad de Rosario. Las escuelas de baile no suelen realizar publicidad, pero en este caso los directores de la academia lo vieron como una oportunidad interesante, para destacarse del resto y así atraer a más público a su escuela.

Realizar esta intervención fue todo un desafío ya que había que empezar de cero, más allá del tiempo que hace que ellos se dedican a dar clases de baile. Además del presupuesto acotado con el que contaban.

En base a esto realicé un estudio profundizado sobre las academias de baile en la ciudad de Rosario, para detectar cuál era la ventaja diferencial que destacaba a Salsa Latin Club entre el resto de las academias de la localidad y así poder explotarla en los medios convenientes.

Mayormente la campaña se llevó a cabo en medios digitales ya que no solicita de gran cantidad de dinero y logra un alcance más que satisfactorio en relación a los objetivos y estrategia planteados.

Tuve la suerte de poder adentrarme a este mundo del baile para poder analizarlo desde cerca y entender la mente del bailarín, y así lograr los resultados esperados.

## ÍNDICE

Entrevista.....	pág 4
Descripción del anunciante y de los servicios.....	pág 6
Análisis de los consumidores.....	pág 8
Análisis de la competencia.....	pág 9
Situación comunicacional.....	pág 15
Posicionamiento.....	pág 16
Problema y solución.....	pág 17
Marco teórico.....	pág 18
Objetivos de marketing.....	pág 20
Objetivos de comunicación.....	pág 20
Público objetivo.....	pág 20
Estrategia de comunicación.....	pág 20
Big idea.....	pág 21
Concepto creativo.....	pág 21
Ideas y soportes.....	pág 21
Análisis P.O.E.M.....	pág 28
Estadísticas actuales de la Fanpage en Facebook.....	pág 29
Objetivos en medios digitales.....	pág 35
Estrategia de medios.....	pág 35
Segmentación del P.O.....	pág 36
Selección de red.....	pág 36
Promoción de la Fanpage.....	pág 37
P.O.E.M. final.....	pág 38
Gráfica de escala de ingreso de alumnos.....	pág 38
Cronograma de publicación.....	pág 39
Presupuesto.....	pág 39
Bibliografía.....	pág 40

**Entrevistados:**

Jesús Ganuza y María de Luján Poquet (directores de la academia)

**Entrevista*****¿En qué año se creó Salsa Latin Club?***

*Jesús:* Salsa Latin Club lo creamos en el año 2010. Arrancamos dando clases en un bar que se llamaba “La Habana”, donde estuvimos 3 años dando clases. Después de los tres años pudimos conseguir un lugar para alquilar y darle espacio propio a la academia, donde estamos ahora en calle Mitre 858.

***¿Qué ritmos se dictan?***

*Marilú:* En la escuela ahora estamos dando bachata, salsa cubana, salsa lineal, flamenco, Street dance, urbankids que sería para niños, contemporáneo, estilo femenino, brasilero y stretching. Tenemos un staff de 12 profesionales los cuales se reparten las disciplinas.

***¿Cuáles son los precios para tomar clases en la academia?***

*Jesús:* En la escuela se paga por ritmo. Si tomás clases de un solo ritmo la cuota sale \$400 y te cubre hasta tres veces por semana. Si tomás clases de dos ritmos, te sale \$430 y te cubre hasta tres veces por semana. Si tomás más de dos ritmos, sale \$500 y podés entrar a los horarios que quieras la cantidad de veces que quieras. Los precios se pagan por mes.

***¿Con qué otros beneficios cuenta la academia?***

*Marilú:* En la academia tenemos además un instructorado de ritmos caribeños, que dura 9 meses. Las clases se dan sólo los días sábado de 14:00 HS a 19:30 HS.

En este instructorado los ritmos que se enseñan son de Cuba conga cubana, complejo de la rumba, complejo del son, salsa rueda casino, timba, de República Dominicana merengue y bachata todos los estilos, de Colombia cumbia colombiana, ballenato, salsa estilo cali, de Brasil samba brasilera, samba enredo, lambada, calipso, forró, de Puerto Rico Salsa estilo puerto rico y de EE.UU. salsa estilo Los Ángeles, salsa estilo New York, boogaló, pachanga.

*Jesús:* Sale \$800 por mes, y el ministerio nos pide un mínimo de %75 de asistencias por alumno, que si no las cumple tiene que hacer un recuperatorio antes del exámen final.

*Marilú:* Otro beneficio que tiene la academia es que se hacen talleres de distintos bailarines en distintos ritmos, que duran dos meses y se dictan todos los sábados. Y el precio de los talleres depende del tallerista que los dicte.

*Jesús:* Nosotros además organizamos también dos competencias a nivel nacional, una es Bachata Jam Argentina, que la organiza Gastón Vidarte. Nosotros nos encargamos de hacer las eliminatorias acá en Rosario para los que quieran clasificar a la final, y cuando se hace la final en Rosario también la organizamos nosotros.

Y también hacemos el World Salsa Open Puerto Rico, que esta es una competencia de salsa. Que es una competencia muy parecida a Bachata Jam solo que se compite en salsa y en Bachata Jam se compite en bachata.

***Estoy enterada de que hay directores de academias que realizan salseras ¿Ustedes también?***

*Jesús:* Sí, nosotros hacemos Maria Latina que es una salsera que hacemos en el boliche Maria que queda en Santa Fe y Roca. Lo abrimos a las 11 de la noche y termina a las 5:30. Ahí pasamos salsa, bachata y hacemos un bloque de ritmos latinos como en los boliches normales, pero corto porque al salsero lo aburre. Y también invitamos a escuelas para que presenten coreografías en un momento de la noche.

***¿Cuál es el costo para ir a bailar a Maria Latina?***

*Marilú:* Sale \$100 la entrada pero en la academia se entregan descuentos con los que se pagan \$80.

***Salsa Latin Club ¿es la única sucursal que tienen para tomar clases de baile?***

*Jesús:* No, este año el dueño del gimnasio M37 nos ofreció dos salones que tiene en desuso para dar clases. Como a nosotros nos estaba quedando chica la escuela respecto a la cantidad de alumnos aceptamos la oferta y le pusimos el nombre “Bachata Latin Club”, y tenemos 4 profesores de Salsa Latin Club dando clases ahí. Pero como el espacio no es nuestro arreglamos con el dueño del gimnasio en pagar comisión por cada alumno que toma clases.

***¿Cuál es la ubicación de esta sede?***

*Marilú:* El gimnasio queda en San Martín 1150, a pocas cuerdas de Salsa Latin Club.

## **Descripción del anunciante y de los servicios**

Salsa Latin Club es un estudio de baile ubicado en la calle Mitre 858, entre Rioja y Córdoba, de la ciudad de Rosario, dirigido por dos bailarines de salsa y bachata, Jesús María Ganuza y María de Luján Poquet. El mismo fue creado en el año 2010, dando inicio en un bar llamado La Habana seguido del Gimnasio Equilátero. Luego de tres años se consolidó dándole un lugar propio a Salsa Latin Club.

Cuenta con 11 ritmos: salsa cubana, salsa lineal, bachata, rueda casino, flamenco, street dance, urbankids (ritmos para niños), contemporáneo, estilo femenino, brasilero y stretching. Entre ellos los más destacados y los que le dan identidad al estudio son salsa y bachata, ritmos en los cuales Salsa Latin Club se especializa puntualmente.

El staff cuenta con 12 profesionales de distintos ritmos: Jesús María Ganuza, María de Luján Poquet, Andrés Albuerne, Carla Suárez, Nicolás Miranda Corelli, Sergio Meza, Alejandro Angelini, Leilén Destéfano Beltrán, Joe Alvarez, Javier Cagna, Micaela Calamante y Antonella Acuña.

Los precios para tomar clases se abonan en efectivo con carácter mensual dependiendo de la cantidad de ritmos a los que se asisten. Para practicar un ritmo el precio es de \$400 mensual, hasta tres veces por semana. Para practicar dos ritmos, \$430 mensual hasta tres veces por semana. Y para aquellos que decidan abonar full (se pueden tomar todas las clases que uno desee), el precio es de \$500 mensual.

El estudio dicta clases durante todo el día, dependiendo el día de la semana, desde las 10 HS. hasta las 22 HS.

Salsa Latin Club, además, cuenta con un instructorado de ritmos caribeños llamado “Portal Caribe” con una duración de 9 meses, creando profesionales en 20 ritmos. Éstos se dividen por país de origen: Cuba (conga cubana, complejo de la rumba, complejo del son, salsa rueda casino, timba), República Dominicana (merengue y bachata todos los estilos), Colombia (cumbia colombiana, ballenato, salsa estilo cali), Brasil (samba brasilera, samba enredo, lambada, calipso, forró), Puerto Rico (Salsa estilo puerto rico) y EE.UU. (salsa estilo Los Ángeles, salsa estilo New York, boogaló, pachanga). En ámbito teórico anatomía, coreografía, pedagogía e historia de cada ritmo.

El precio para tomar clases para el instructorado es de \$800 mensual, durante los 9 meses de dictado. Al final de cursado de cada ritmo se le toma a los alumnos un examen que de prueba de en qué situación se encuentra cada uno de los alumnos (cada bloque de clases por ritmo tiene una duración de 4 clases).

El curso se dicta los días sábados de 14 HS. a 19:30 HS. (5 horas y media) las cuales el ministerio aprueba el 75% de las asistencias, por lo contrario, el alumno que no lo

cumpla debe rendir en diciembre un recuperatorio previo al examen final (quien no tiene las cuotas al día, tampoco).

A fin de año, al terminado de cursado final, se monta una puesta en escena en la que los alumnos divididos en grupos preparan coreografías en tres ritmos que se les ordena y las exponen demostrando lo aprendido durante la cursada. Depende de la capacidad que ellos demuestran tener para montar sus coreografías, la nota final y la aprobación de los profesores para eximirse de tal título.

El instructorado cuenta con la resolución ministerial.

Entre otros de los beneficios con los que cuenta Salsa Latin Club, el estudio organiza también talleres coreográficos dictados por profesionales del área en diferentes ritmos y competencias relacionadas con las áreas del mismo, entre ellas a nivel nacional Bachata Jam Argentina y a nivel internacional World Salsa Open Puerto Rico eliminatorias provincia de Santa Fe.

Bachata Jam Argentina es una competencia de bachata en la cual diversos bailarines de distintos puntos de la nación pueden elegir anotarse para realizar eliminatorias por región así quedando eliminados por zona hasta llegar a la final que se realiza según lo decida el presidente de Bachata Jam Argentina (Gastón Vidarte, profesor en Buenos Aires).

Salsa Latin Club es la encargada de realizar el torneo en la zona que le corresponde, compra la franquicia de Bachata Jam al presidente encargándose de realizar los torneos en Rosario y alrededores. Este año, Salsa Latin Club se encargará de realizar las eliminatorias a nivel zonal y además, se compró la franquicia para realizar la final en Rosario. La competencia se divide en quienes compiten en parejas, y solistas mezcladas con hombres y mujeres. El ganador del mismo recibe un monto de dinero como recompensa. Salsa Latin Club, gracias al Bachata Jam Argentina está declarado interés por consejo municipal de la ciudad de Rosario.

World Salsa Open Puerto Rico es una competencia de salsa a nivel nacional, en la cual bailarines divididos en categorías de solistas (divididos en solistas masculinos y solistas femeninos) o parejas, compiten divididos por zona por el lugar final (al igual que Bachata Jam Argentina) por el premio de un viaje a Puerto Rico. El cual el director de Salsa Latin Club lo organiza desde el año 2007. Salsa Latin Club, gracias al World Salsa Open, está declarado como interés por cultura del consejo de la ciudad de Rosario. Durante los años 2011, 2012 y 2013, Salsa Latin Club organizó Bachata Star Europa Internacional, una competencia a nivel internacional con el mismo carácter que las

anteriores, en la cual el ganador es premiado con un viaje a Europa, en la cual se realiza la final a nivel mundial.

Salsa Latin Club compra franquicias para organizar las eliminatorias a nivel zonal. El organizador de World Salsa Open Puerto Rico es Silvio González, profesor y bailarín de salsa de la provincia de Buenos Aires.

Salsa Latin Club además organiza encuentros nocturnos con el fin de bailar y divertirse, llamados “salsera” que se realizan en locales como boliches. La misma lleva el nombre de Maria Latina, donde da lugar el boliche “Maria” de la calle Santa Fe 1551. En las mismas se cobra entrada por un lugar la cual vale \$100 la noche, y en casi de llevar un descuento que se entregan en la academia se paga \$80 la noche. Tiene una duración de 5 hs 30 min (de 23 hs a 5.30 hs), en la cual la música que se escucha es salsa, bachata y un bloque de ritmos latinos variados (entre ellos cumbia, reggaeton, merengue, etc). La misma realiza presentaciones coreográficas de distintos estudios de baile de la ciudad, como invitados.

En el año 2016 los directores recibieron una oferta de parte del gimnasio “M37”, la cual se trataba de que Salsa Latin Club disponía con dos espacios del gimnasio, que se encontraban en desuso, para dictar clases allí paralelamente con “Salsa Latin Club” yendo a comisión por cada alumno con el gimnasio. Ya que a los directores les estaba quedando chico el estudio de baile en relación a la cantidad de alumnos que fueron entrando, aceptaron la oferta del gimnasio. Agregando horarios nuevos de clases de salsa y bachata.

El mismo se encuentra en la calle San Martín 1150 en la ciudad de Rosario, a tan sólo cuatro cuadras de la sucursal principal de Salsa Latin Club.

A la misma se la llamó Bachata Latin Club, y aquí 4 de los profesores de la sucursal principal dictan clases. Entre ellos los directores Jesús María Ganuza y María de Luján Poquet, y los profesionales Andrés Albuerno y Sergio Meza.

### **Análisis de los consumidores**

Existen varios tipos de target dependiendo de los beneficios que ofrece Salsa Latin Club.

El primero, target de la escuela de baile, abarca todas las edades, principalmente entre 15 y 70 años. Hombres y mujeres, nivel socioeconómico medio, medio-alto. Son



personas que les gusta hacer reuniones, socializar, bailar y divertirse. Sociales. Buscan vinculado al baile un espacio que mantenga el antiguo concepto que tenía el club de barrio en la sociedad. Reunión de familia, reunión de amigos. Buscan en este espacio formar una familia, hacer amigos y aprender a bailar. Sea por gusto o por olvidar sus malos ratos.

Éstas personas se dividen en dos tipos: están aquellas personas que concurren a Salsa Latin Club sólo con el fin de divertirse y pasar buenos ratos bailando, y también están aquellas personas que dedican su tiempo a estas actividades con el fin de profesionalizarse en el ámbito y llegar a ser grandes bailarines.

El segundo, al cual se dirige Portal Caribe instructorado de ritmos caribeños, son personas de entre 18 a 40 años. Son activas, les gusta bailar y profesionalizarse en lo que les gusta. Disfrutan de enseñar, son energéticos. Son dinámicos. Les gusta socializar, trabajar en equipo. La mayoría ya tiene trabajo en paralelo.

El tercer target, al cual se dirigen las competencias, son bailarines casi profesionales. Dedicar muchas horas de sus vidas al baile. El mayor porcentaje del día están perfeccionándose en lo que hacen. Se cuidan en las comidas y cuidan su cuerpo desde toda perspectiva. Son jóvenes de entre 18 a 30 años. Adoran lo que hacen y sienten profunda pasión por el baile.

Y el último y cuarto target, al cual se dirige la salsera, son personas de entre 18 a 40 años. Les gusta divertirse y pasar tiempo con amigos. Son sociables. Se divierten con lo que saben y no necesitan ser los mejores en lo que hacen para divertirse con el baile. Se relacionan con todos los que forman parte con su comunidad. Conocen el ámbito de la salsa y la bachata, tanto interno como externo en sus vidas. Utilizan los fines de semana para divertirse y olvidarse de sus obligaciones, despejarse.

### **Análisis de la competencia**

Salsa Latin Club en el área de bachata no cuenta con competidores directos, lo cual es el punto fuerte de la academia. Pero por su trayectoria y cantidad de alumnos considera amenaza a BamBoleo, La Pachanga y Sazón.

El Área de salsa cuenta con diferentes escuelas competidoras: Cuba Ballet, Negra Tabaco y Ron, Dame Salsa, Caribe Club, Mambo King, Aguanilé, Grupo Bembé, Ritmo Latino, Otro Mambo, Dancing, Habanera, Criminal Mambo, Amici, Salsaos, Salsa Hot, La Timba, La Cubana, Mundo Danza, La Mulata, Cubame Mucho.

Entre sus competidores indirectos Arte Fusión, Flavio Mendoza.

Los antes nombrados también realizan comunicación, en mayor o menor medida dependiendo del presupuesto de los mismos, a través de fanpages de facebook y flyers gráficos repartidos alrededor de la ciudad, comunicando sus beneficios.

En el área de salseras cuenta con competidores como Mister Mambo organizada por Marcelo Fleitas, Rumbavana organizada por Daniel Barbosa profesor y director de la escuela de baile “La Pachanga”, PaTíPa Mí organizada por Leandro Burgüener profesor y director de “PaTíPa Mí”, Chamuyera organizada por Carolina Ramírez profesora y directora de la escuela “La Cubana” junto a Luciana Bregani, Changó organizada por Osvaldo Gímenez director de la escuela “Salsaos”, El Malecón organizada por Raul Araya director y profesor de la escuela “Grupo Bembé”, Batiry organizada por Sebastián Shneider profesor y director de la escuela “Rumbera” y Fin del mundo organizada por Nicolás Heredia profesor y director de “Criminal Mambo” y por Sebastián Shneider.

Las mismas realizan comunicación a través de fanpages en Facebook generando flyers gráficos compartidos en la misma, y flyers repartidos alrededor de la ciudad de Rosario.

Se puede decir que la competencia directa a nivel local la conforman 3 escuelas “La pachanga”, “Bamboleo” y “Sazón”. Los directores de Salsa Latin club plantean que es complicado definir una competencia fuerte ya que la academia se especializa en bachata y no existe academia en Rosario que supere o iguale el nivel de tal ritmo. Pero detectan a dichas academias como competencia ya que tienen una gran trayectoria en el mercado y pelean con Salsa Latin Club en cantidad de comunidad lograda.

- **La pachanga**

“La Pachanga” es una academia de baile ubicada en las calles Ituzaingo 1578, esquina Pte Roca, en el club “Ben Hur”. Su director es Tati Barbosa, y tiene una trayectoria de 12 años. Aquí se enseñan 5 ritmos: salsa, bachata, rumba, rueda casino, afrocubano. Además realizan preparación física y enseñan mix de técnicas. En su facebook cuenta con una comunidad de 3.723 seguidores (la mitad de la cantidad de seguidores que cuenta Salsa Latin Club”).



*Horarios*

LA PACHANGA ITUZAINGO 1578		LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	SÁBADO
<b>2016</b> NUEVOS HORARIOS A PARTIR DEL 21 DE MARZO  CONSULTAS VÍA  A LA PACHANGA ROSARIO O AL 0341 153286784	17:30 HS					PREPARACIÓN FÍSICA Y MIX DE TÉCNICAS
	18:15 HS			PREPARACIÓN FÍSICA Y MIX DE TÉCNICAS		
	19:15 HS	AFROCUBANO (INICIAL)	BACHATA (INICIAL)	RUMBA (INICIACIÓN)	BACHATA (INICIAL)	
	20:15 HS	SALSA Y BACHATA (NIVEL 2)	RUMBA (INTERMEDIO) + SALSA (NIVEL 4)	SALSA Y RUEDA DE CASINO (NIVEL 2)	AFROCUBANO (INTERMEDIO) + SALSA (NIVEL 4)	
	21:15 HS	SALSA Y BACHATA (INICIAL)	SALSA (NIVEL 3)	SALSA Y BACHATA (INICIAL)	SALSA Y RUEDA DE CASINO (NIVEL 2)	

Diseño : fly\_graph 153765093

## Antecedentes publicitarios



### ? BamBoleo

BamBoleo es un estudio de bailes caribeños con una trayectoria de 10 años. Se encuentra en la calle Cochabamba 1570, en el club “El Tala”. Su director es Gustavo Pinat. Aquí enseñan diferentes ritmos, entre ellos: salsa, bachata, zumba, chachacha, son, rumba, rueda casino y afrocubano. En su fan page en facebook tienen 3.179 seguidores (la mitad de la comunidad que tiene Salsa Latin Club), y además cuentan con una web muy sencilla de navegar.

El mismo también cuenta con un curso de formación llamado “raíces” donde se profundizan conocimientos sobre la danza afrocubana. Se trata de dos clases por mes de 2:30 horas.



## Horarios

HORARIOS de CLASES • todos LOS ritmos					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
18,30 hs	Salsa Principiante	Zumba	Salsa Principiante	Zumba	Salsa Principiante
19,30 hs	Salsa 1 Pre-Intermedio	Afro / Rumba iniciación	Salsa 1 Pre-Intermedio	Cha cha cha	
20,30 hs	Rueda de Casino	Afro / Rumba desarrollo	Rueda de Casino	Afro / Rumba todos los niveles	
21,30 hs	Salsa 2 Intermedio	Salsa 3 Nivel Avanzado	Salsa 2 Intermedio	Salsa 3 Nivel Avanzado	

Informes: Club Tala • Cochabamba 570 • (0341) 156 205777  
estudiobamboleo@gmail.com

## Antecedentes publicitarios



- **Sazón**

Academia ubicada en las calles Riobamba 839, con una trayectoria de 22 años en la localidad. La misma está dirigida por Marcelo Petrín. Aquí se enseña salsa, mambo, chachacha, bachata y merengue. En la fanpage de facebook cuentan con una comunidad de 657 personas.



*Antecedentes publicitarios*



## Situación comunicacional

El estudio realizó comunicación en televisión llevando a cabo notas hechas por los directores del estudio en canal 5, canal 3 y canales del interior. Las mismas se realizaron a lo largo del año 2015. También los directores del estudio realizaron un programa radial durante el año 2014 en la radio 94.5 FM Latina, el cual llevaba el nombre de Bachata Latin Club. El mismo espacio se utilizaba no sólo para pasar música latina, sino también para comunicar Salsa Latin Club con todos sus beneficios. A su vez notas en radio en el año 2014 (radio Pop y Latina).

Actualmente comunica a través de una fanpage en facebook, generando gráficas como flyers con distinto contenido dependiendo de la estacionalidad y momentos contextuales relacionados al ámbito. Entre ellos información sobre la escuela, sobre las competencias organizadas en el momento, talleres dictados por distintos bailarines, sobre Portal Caribe, sobre la salsera, y todos los beneficios brindados por el estudio.

Además el estudio cuenta con flyers que se renuevan a medida que se considere necesario y se reparten en distintos puntos de la ciudad, en salseras organizadas por ellos, competencias y talleres.

Los mismos son de contenido con información sobre la escuela, Portal Caribe y eventos realizados por Salsa Latin Club.



## **Posicionamiento**

La academia Salsa Latin Club, hoy se encuentra, entre sus competidores, posicionada como una de las escuelas más reconocidas a nivel regional y lucha por tomar ese puesto a nivel nacional. Se destaca en su enseñanza en el ritmo Bachata, ya que su director fue un pionero en la localidad y tiene 17 años de experiencia en la misma en la cual año tras año fue perfeccionándose. En su mayoría, recibe muy buenos comentarios en relación a su modo de enseñanza y el nivel del staff de profesores.

De todos modos, en el ámbito de la bachata y la salsa, existen muchos estilos de los mismos ritmos dependiendo de los que adquieran los directores de las academias en base a toda su experiencia en el ámbito, innovando permanentemente nuevos movimientos que lo identifiquen. Los alumnos adquieren dichos estilos dependiendo del que realice el director del estudio del que el mismo concurra. Los alumnos pueden sentirse identificados con tales ritmos y deciden dónde estudiar en base a esto.

Para establecer el análisis de Salsa Latin Club en el mercado, utilizamos *mapas de posicionamiento*, que constituyen una herramienta de mucho valor para medir las percepciones de los consumidores sobre la marca y sus competidores. Para ello utilizaremos los siguientes atributos, considerados relevantes para los usuarios:

1. Reconocimiento de marca
2. Nivel de staff de profesores
3. Cantidad de eventos de los que se encargan
4. Cantidad de alumnos que manejan



## MAPAS DE POSICIONAMIENTO



### Problema y solución

Salsa Latin Club busca penetración en un público que desconozca el ámbito de la salsa y la bachata. El principal problema es que las mismas terminan por decidirse por escuelas de baile cercanas a sus hogares y/o trabajos para la practicidad de sus días sin tener en cuenta los diferentes estilos en salsa y bachata y la capacidad de los profesores de las mismas. Es por eso que a Salsa Latin Club le cuesta penetrar en este público, ya que deben dar a conocer cuáles son los beneficios de estudiar en la misma.

Salsa Latin Club cuenta con una ventaja, el mismo se encuentra en plena zona céntrica de la ciudad de Rosario, estando cerca del mayor porcentaje de trabajo de la población.

## **Marco teórico**

La danza está siempre en todas las épocas de la evolución de la historia del hombre. Es muy difícil ubicar el origen de la danza en un espacio y tiempo exacto ya que ha sido inherente al ser humano desde la prehistoria, utilizada para su comunicación al expresar sus sentimientos y emociones. Sin dudas su origen es el mismo, la necesidad del ser humano de utilizar su cuerpo para comunicarse y expresar sus necesidades vitales. Poco a poco surgen diversos tipos de danzas siempre manteniendo un carácter colectivo. En sus principios era utilizada principalmente en acontecimientos importantes, como nacimientos, bodas, entre otros.

La misma hoy en día se lleva a cabo con movimientos del cuerpo acompañados de una música, como una forma de expresión e interacción social con fines de entretenimiento, artístico o religioso.

En la antigüedad, desde las primeras culturas la danza se utilizaba de dos formas: en actos religiosos o destinada a diversiones populares. Los primeros danzantes profesionales fueron creados por la aristocracia para el espectáculo.

Los primeros en reconocer la danza como un arte fueron los griegos. Su práctica estaba ligada al culto del dios Dionisos, sin embargo la danza todavía también cumplía una función de comunicación. En la antigua Grecia, bailar formaba parte de los planes de educación. Aparecía en todas las ceremonias religiosas, civiles, y de todos los juegos públicos y festividades.

En Roma, la danza adquiere importancia, cuando conquistan Grecia. Ellos se traen a los grandes danzantes de Grecia y la convierten en una necesidad social.

Sin embargo, la danza se encuentra muy apartada del desarrollo de las demás artes. La iglesia prohíbe la ejecución de la misma, ya que la encontraba cargada de connotaciones sexuales, y el cristianismo no apoyaba ningún uso del cuerpo con fin estético.

De todas formas, no se siguieron de manera estricta las reglas en esa época, ya que el pueblo siguió bailando en sus celebraciones. Es aquí cuando se perjudica el desarrollo de la danza como actividad artística, pero crece la danza popular, lo que se conoce como el folclore.

Muchas de las danzas folclóricas que se conservan hoy en día, provienen de estas danzas medievales de creación popular.

Con el Renacimiento la danza comienza a cobrar importancia, esto se debe a la nueva organización social. Para el humanismo, movimiento intelectual de aquella época, el hombre pasa a ser el centro de la cultura y el pensamiento, con lo que las artes comienzan a desarrollarse. Los señores burgueses, quienes aparecen y dominan las

ciudades italianas, comienzan a competir por traer espectáculos a los extranjeros y demostrar su riqueza y poder.

Aquí también, Domenico Piacenza, considerado el primer coreógrafo de la historia, saca el primer manual de baile en 1450 estableciendo los elementos fundamentales de la danza.

En el siglo XIV, Catalina de Médicis (Italiana Reina consorte de Francia desde 1547 a 1559) lleva el ballet comique a Francia, es allí cuando nace el Ballet y se empieza a conocer la danza dentro de las primeras cortes, donde predominaba el diseño espacial por sobre la creación de pasos. Los bailarines no precisaban cualidades físicas especiales, si no estar acompañados de un decoro, elegancia y porte. Éste es considerado el primer ballet de la historia.

En 1661, aparece el Rey Louis XIV profesionalizando a los bailarines ya que crea la “Real Academia de la Danza”, siendo la primera academia y modelo de las que le siguen.

Éste fue el primer acto de gobierno de Louis, cuando toma el poder del trono tras el golpe de estado propinado a su madre. Louis XIV utilizaba las artes como un sistema propagandístico e inventaba a la política como espectáculo. Por otro lado, le quita los nobles la danza “entregándosela” a los plebeyos con el objetivo de profesionalizarla. Los cursos en la misma eran gratis y había una razón para ello: los plebeyos no contaba con el mismo fondo financiero que los nobles, y además, que sea gratuito lo hacía obligatorio.

El Rey Louis quería que la técnica se fundara sobre una teoría. Ésto le da lugar a la evolución y el desarrollo de la danza.

Luego a lo largo del tiempo comienzan a surgir muchas otras danzas alrededor de todo el mundo. Un listado inconmesurable ya que todas las religiones, localidades y culturas fueron creando hasta la actualidad, generando así en cada una de las danzas una historia y fundamentos distintos.

La mayoría de ellos nacen en las calles de las ciudades de la que provienen, con artistas callejeros que expresaban sus sentimientos creando nuevos ritmos. Luego comienzan a instalarse en distintas academias de baile con el fin de profesionalizar cada ritmo, y a su vez, exportándose a distintas ciudades.

## **Objetivos de Marketing**

- ? Aumentar la cantidad de alumnos de Salsa Latin Club en un 40% sobre la cantidad de alumnos actuales, los cuales son alrededor de 200, en un período de 12 meses.

## **Objetivos de comunicación**

- ? Aumentar la notoriedad de marca 40 cuadras a la redonda de Salsa Latin Club (zona céntrica de la ciudad de Rosario), y en todo el ambiente de la salsa y la bachata en un período de 12 meses.

## **Público Objetivo**

El público al que Salsa Latin Club quiere llegar, son personas entre 20 y 35 años, de un nivel socioeconómico medio / medio-alto. Son de la ciudad de Rosario. La mayoría de ellos viven en la zona céntrica de la ciudad, y en caso de no vivir, trabajan o estudian en la zona.

Estas personas no suelen elegir el baile para mantener su cuerpo en buen estado, si no que, lo hacen para olvidarse por ratos del estrés que pueda causarles sus obligaciones, como el trabajo o el estudio.

Les gusta bailar y disfrutan dedicar tiempo de sus vidas en esto.

Disfrutan de pasar tiempo con personas, de conocer gente nueva. Les gusta escuchar música y divertirse. Aceptan probar cosas nuevas, aprender cosas nuevas.

En los fines de semana suelen seguir realizando estas actividades, en encuentros que se realizan en algunos lugares, como el parque España, o el Monumento nacional a la Bandera. Donde quienes son del ambiente ponen música con aprobación de la municipalidad, para que amantes del ritmo bailen durante toda la tarde entre amigos. Normalmente dedican sus domingos a esta actividad.

También suelen concurrir a lo que se le llaman Salseras o Bachateras, los cuales son “boliches” donde un disc jockey sólo pasa salsa y bachata. Los mismos suelen hacerse de jueves a domingo, durante la noche, dependiendo de la salsera.

## **Estrategia de comunicación**

Logrando penetración en un público desconocedor del ámbito, en la zona céntrica de la ciudad de Rosario, a través del concepto “Baila tu cuerpo, habla tu alma”, para tener una recordación efectiva y a su vez generando contenido relevante para el target dando a

conocer los beneficios de la marca, en un período de 12 meses a través de la fanpage en facebook y acciones en diversos puntos de la ciudad.

### **Big idea**

Lo que Salsa Latin club quiere comunicar con esta campaña es que el alma de los bailarines habla bailando.

### **Concepto creativo**

“Baila tu cuerpo, habla tu alma”

### **Ideas y soportes**

*Gráficas (Facebook)*



## BAILA TU CUERPO, HABLA TU ALMA



Me fui  
a vivir sola

MITRE 858 - ROSARIO - SANTA FE  
3416 209 521 - 3416 589 325  
f SALSA LATIN CLUB ROSARIO  
SALSA LATIN CLUB

*Salsa Latin Club*  
ACADEMIA DE BAILE

## BAILA TU CUERPO, HABLA TU ALMA

Saqué todas  
las materias



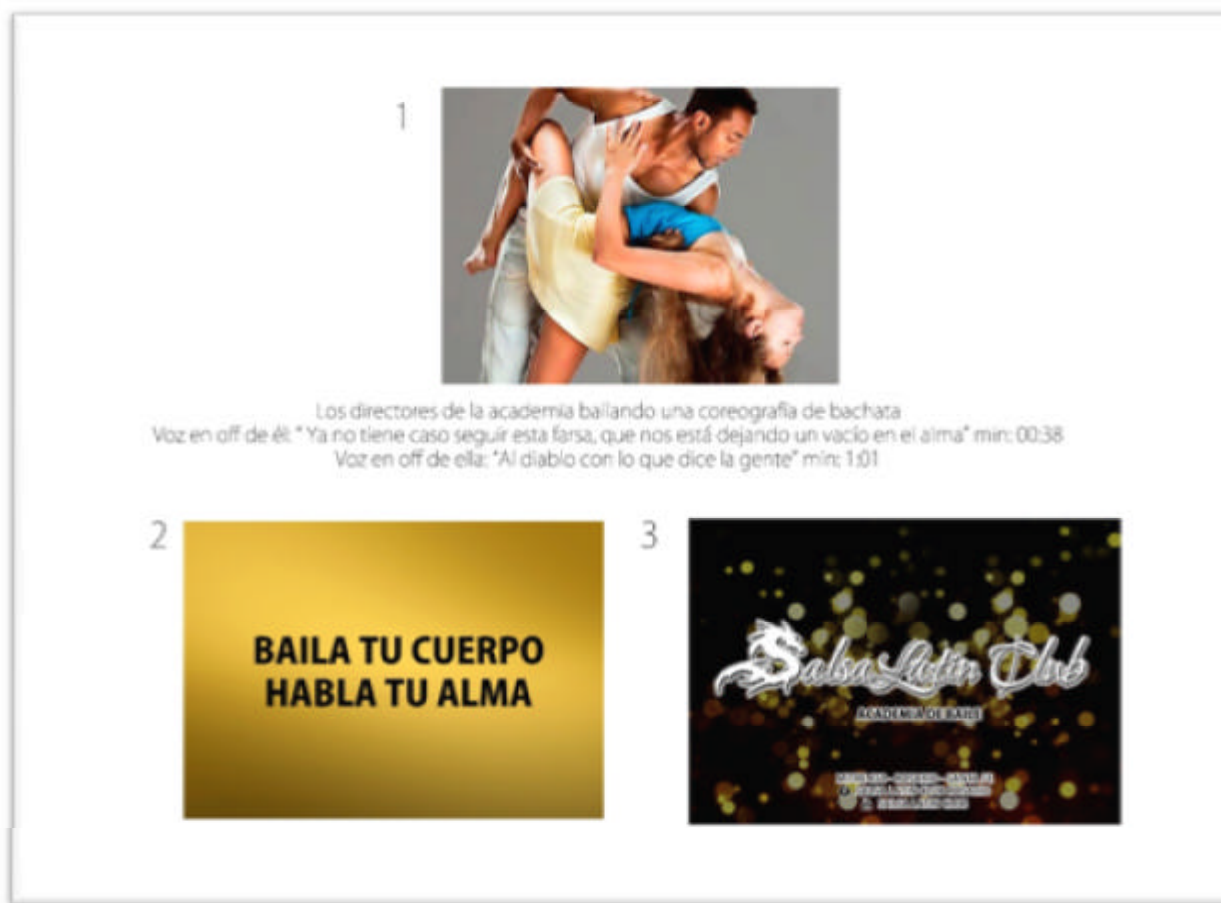
MITRE 858 - ROSARIO - SANTA FE  
3416 209 521 - 3416 589 325  
f SALSA LATIN CLUB ROSARIO  
SALSA LATIN CLUB

*Salsa Latin Club*  
ACADEMIA DE BAILE

Las gráficas serán utilizadas para la campaña en Facebook. En ella aparecerá una persona o una pareja bailando, y de ellos salen un globo diciendo algo que les está

pasando en su vida. Haciendo referencia a que los bailarines expresan sus sentimientos, emociones o acontecimientos importantes a través del baile.

### *Audiovisual (Youtube)*



El corto audiovisual será utilizado para publicarlo en el canal de Youtube y a su vez compartirlo en la fan page de Facebook. Aquí aparecerán los directores de la academia bailando una coreografía con una canción llamada “Al diablo” de Joel Santos, un cantante de bachata. En medio de la coreografía se oyerá una voz en off, la cual correspondería a los bailarines del video repitiendo una frase de la canción. Ellos en su coreografía interpretando la letra de la misma, haciendo referencia de que utilizan el baile para expresar “Al diablo con lo que dice la gente”, frase del estribillo de la canción.

El video se grabó en uno de los salones de la academia, especialmente iluminada para lograr un efecto de la pareja en soledad, ya que la canción habla de que no importa lo que diga la gente, ellos se quieren, demostrar la sensación de que no importa el resto, solo ellos dos.

En el final una placa con la frase de campaña “Baila tu cuerpo, habla tu alma” y la firma Salsa Latin Club con los iconos de las redes sociales que maneja.

## *Acción en Facebook*

1.

“Buen día almas latinas! ¿Quieren participar por una beca por todo lo que resta del año en Salsa Latin Club? Estén atentos al concurso “Deja hablar a tu alma”, en unas horas podés ganarte la posibilidad de dejar que tu alma hable bailando el año entero sin abonar las cuotas!

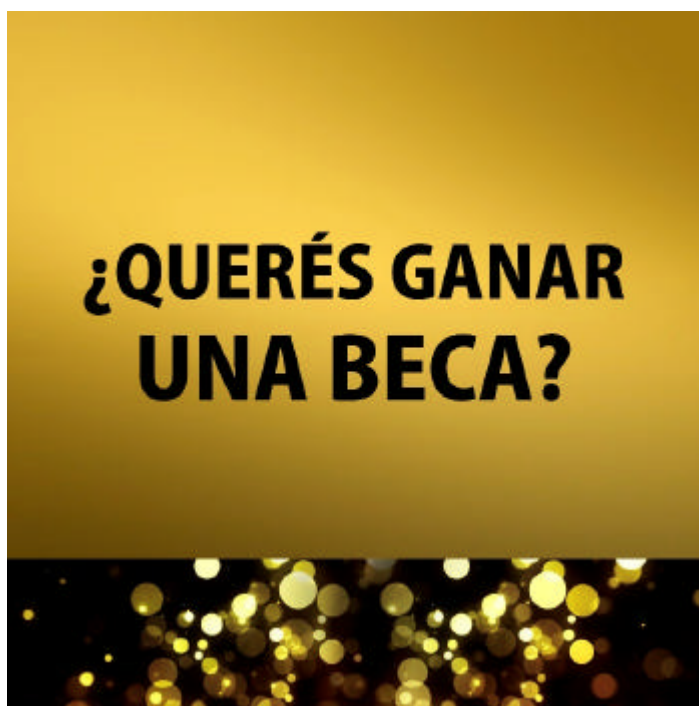
La consigna es muy sencilla.

Nosotros publicaremos una pregunta en la fanpage.

La persona que conteste más rápido (y correctamente) la pregunta, se ganará una beca durante lo que resta del año en el estudio.

No te quedes afuera y participá por esta increíble oportunidad!!”

#BailaTuCuerpo #HablaTuAlma #SalsaLatinClub





2.

La pregunta es...



3.

¡Felicitaciones a “Juan González”! Él es el ganador del concurso “Deja a tu alma hablar” por una beca para tomar todas las clases que él desee por lo que resta del año en Salsa Latin Club. Gracias por haber participado y por formar parte de esta gran familia de baile que es Salsa Latin Club. ¡Felicitaciones! #BailaTuCuerpo #HablaTuAlma #SalsaLatinClub



## ***BTL***

El ballet de Salsa Latin Club (el grupo de bailarines de mayor nivel en bachata de la academia) realizará un “flashmob” de baile. Un flashmob de baile es una acción que consiste en que un grupo de personas comienzan a bailar una coreografía armada en un lugar público, y luego personas que parecen no conocer a los personajes de dicha acción comienzan a bailar junto a ellos la misma coreografía, y así cada vez más bailarines (camuflados entre el público) siguen sumandose al evento, hasta finalizar la coreografía. La acción se llevará a cabo en el Playón del parque España, con el permiso y acuerdo previo de secretaría de cultura.

La selección del parque España fue llevada a cabo ya que es un punto de la ciudad donde se concentra una gran cantidad de gente durante los fines de semana, además de la cercanía con la academia de baile.


La misma se llevaría a cabo un día domingo, ya que es el día de descanso de la mayor cantidad de la población, lo cual convierte al mismo en un punto para disfrutar del día en la ciudad. Sería alrededor de las 17 HS., donde todavía permanece el sol y con él, las personas.

En medio del flashmob, habrá personajes encargados de colocar banners del estudio, como firma de dicha acción y comunicando el concepto general de la campaña: “Baila tu cuerpo, habla tu alma” y de entregar flyers del estudio.

Se contará con tres cámaras, dos de ellas grabando desde distintas perspectivas el flashmob y la tercera capturando las caras y reacciones de las personas, las cuales ya estarían ocupando el puesto de público.

BANNER

**BAILA TU CUERPO  
HABLA TU ALMA**



**Salsa Latin Club**  
ACADEMIA DE BAILE  
MITRE 858 - ROSARIO - SANTA FE  
3416 209 521 - 3416 589 325  
f SALSA LATIN CLUB ROSARIO  
SALSALATINCLUB SALSA LATIN CLUB

## FLYER



### Análisis P.O.E.M.

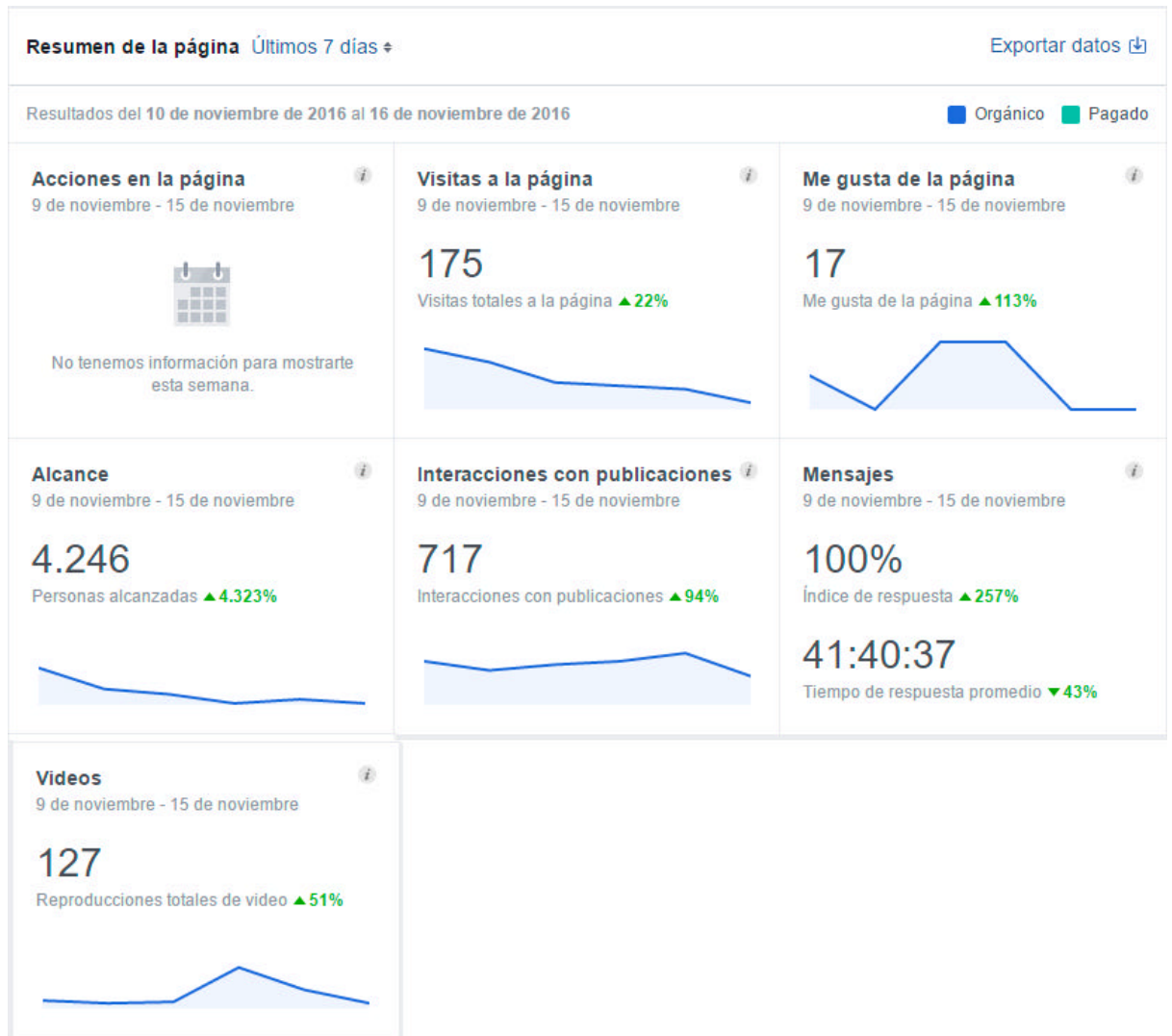
Medios pagos: en medios pagos la marca comunica a través de gráficas como flyers en distintos puntos de la ciudad (calle, locales de ropa, de impresión, etc).

Medios propios: la marca cuenta con una fanpage en la cual comunica día a día generando contenido con información sobre los beneficios de la marca y novedades sobre los mismos.

Además cuenta con una website muy sencilla de navegar con información sobre la academia y un canal en Youtube donde publican videos de presentaciones de la escuela de años anteriores, con coreografía de distintos ritmos llevada a cabo por todos los niveles de cada uno de ellos.

Medios ganados: La página de la marca cuenta con 7.191 seguidores, los cuales interactúan permanentemente con la marca dando “me gusta” a las publicaciones, comentando y hasta compartiendo contenido. Los comentarios que los usuarios hacen sobre la marca son altamente positivos.

## Estadísticas actuales de la fanpage en Facebook



Los datos diarios se registran según la hora del Pacífico.

15 1M 1T



Inicio 19/10/2016  
Fin 16/11/2016

Total de Me gusta de la página hasta hoy: 7.212



**PUNTO DE REFERENCIA**  
Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.  
Total de Me gusta

Me gusta netos

Número de Me gusta nuevos menos el número de Ya no me gusta.



**PUNTO DE REFERENCIA**  
Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.

Ya no me gusta  
Me gusta orgánicos  
Me gusta pagos  
Me gusta netos

**¿QUIERES MÁS ME GUSTA?**  
Crea un anuncio para conseguir que más personas indiquen que les gusta tu página.

[Promocionar página](#)

Dónde se produjeron los Me gusta

Número de veces que se hizo clic en "Me gusta" en tu página, desglosado por el lugar donde se produjo.

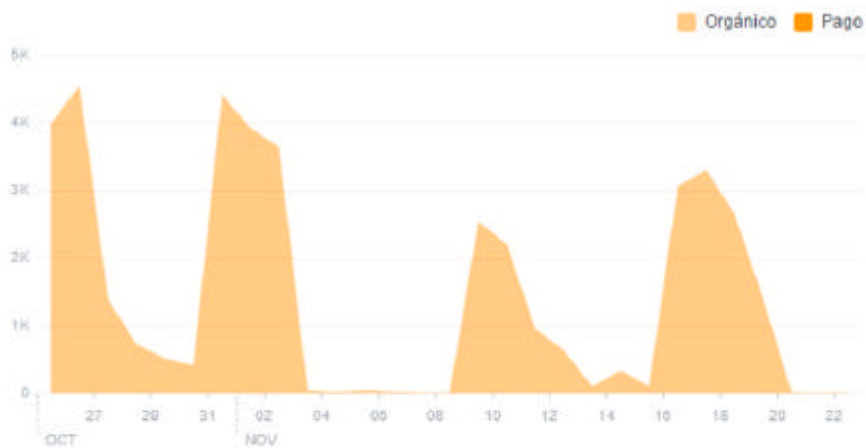


**PUNTO DE REFERENCIA**  
Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.

En tu página  
API  
Computadora sin clasificar  
Sugerencias de páginas  
Celular sin clasificar

### Alcance de la publicación

Número de personas a las que se mostró tu publicación.



#### PUNTO DE REFERENCIA

Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.

Orgánico

Pago

### Reacciones, comentarios y veces que se compartió

Estas acciones te ayudarán a llegar a más personas.



#### PUNTO DE REFERENCIA

Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.

Reacciones

Comentarios

Veces que se compartió

### Ocultar, reportar como spam y Ya no me gusta

Estas acciones reducirán el número de personas a las que llegas.



#### PUNTO DE REFERENCIA

Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.

Ocultar publicación

Ocultar todas las publicaciones

Reportar como spam

Ya no me gusta esta página

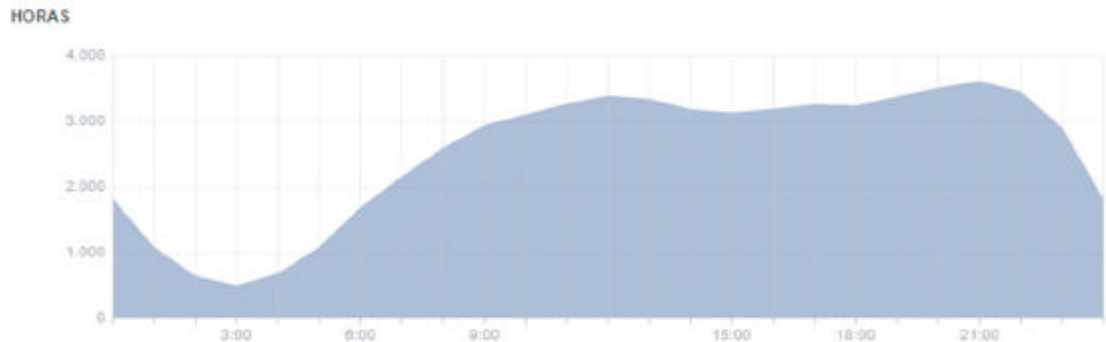
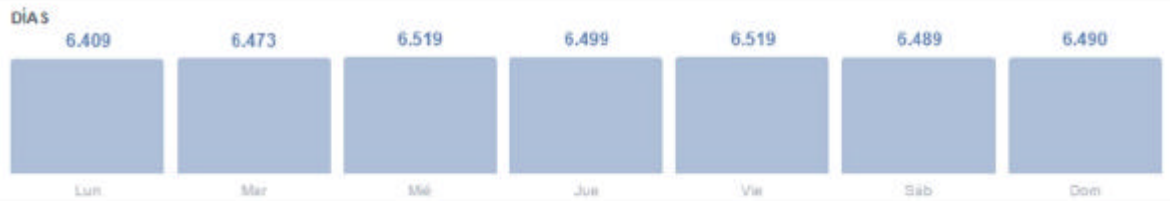




**Cuándo están conectados tus fans** Tipos de publicaciones

**Publicaciones destacadas de tus páginas en observación**

Los datos mostrados corresponden a la última semana. Las hora del día se muestran en la zona horaria local de tu computadora.



**Todas las publicaciones realizadas**

Alcance: orgánico/pagado  Clics en publicaciones  Reacciones, comentarios y veces que se compartió

Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Participación	Promocionar
16/11/2016 19:31	Salsa nivel 1 colaboración Javi y dani	Video	Global	1,7K <input type="button" value="v"/>	288 94 <input type="button" value="v"/>	<input type="button" value="Difundir publicación"/>
16/11/2016 18:35	seguimos sumando gente a esta gran familia	Text	Global	4,4K <input type="button" value="v"/>	102 14 <input type="button" value="v"/>	<input type="button" value="Difundir publicación"/>
14/11/2016 18:37	Este viernes 18 de Noviembre vuelve Maria La	Text	Global	255 <input type="button" value="v"/>	8 10 <input type="button" value="v"/>	<input type="button" value="Difundir publicación"/>
14/11/2016 16:37	<a href="https://www.facebook.com/MariaLatinaSalsaY">https://www.facebook.com/MariaLatinaSalsaY</a>	Link	Global	136 <input type="button" value="v"/>	5 3 <input type="button" value="v"/>	<input type="button" value="Difundir publicación"/>
14/11/2016 10:44	Las Clases de la mañana por el momento no s	Text	Global	202 <input type="button" value="v"/>	1 6 <input type="button" value="v"/>	<input type="button" value="Difundir publicación"/>
26/10/2016 20:58	Bachata 3	Video	Global	2,7K <input type="button" value="v"/>	537 130 <input type="button" value="v"/>	<input type="button" value="Difundir publicación"/>
26/10/2016 14:04	SALSA LATIN CLUB P RESENTA DANIEL SA	Text	Global	1,1K <input type="button" value="v"/>	29 32 <input type="button" value="v"/>	



Analizando las estadísticas podemos destacar que el alcance de la página actual es de 4.300 personas aproximadamente, la interacción con publicaciones es de un 94%. Hoy la página cuenta con 7.212 “me gusta”, los cuales en su totalidad son orgánicos. Sin embargo, este último período, aunque son minoría, aumentó la cantidad de “Ya no me gusta” de la página. La mayoría de los “me gusta” se produjeron directamente en la página, algunos pocos se distribuyen entre API, computadoras sin clasificar, sugerencias de páginas y celulares sin clasificar.

El alcance de las publicaciones es orgánico en su totalidad. Llama la atención que el número de “veces que se compartió” es mucho mayor a los comentarios en las publicaciones. El punto positivo es que aparece sólo un “ocultar publicaciones” en la página.

La mayor cantidad de visitantes de la página son mujeres entre 25 y 34 años, y la mayoría de ellos lo hace desde sus smartphones. Pocos lo hacen desde sus computadoras. Los orígenes principales para llegar a ella es desde Facebook, aunque algunos pocos llegaron desde la página [www.google.com.ar](http://www.google.com.ar)

La mayoría de los fans aparecen conectados a las 21 hs., todos los días mantiene aproximadamente la misma interacción.

El mayor alcance e interacción se logra con las publicaciones de horarios de la academia, y lo siguen los videos.

Los fans se dividen en un 83% mujeres, y un 17% hombres. El 27% de los fans son mujeres entre 25 y 34 años. El 23% son mujeres entre 35 y 44 años. Pero hay una variedad de fans entre los 13 y +65 años, divididos entre mujeres y hombres.

En su mayoría son argentinos, y los siguen los españoles con un número mucho menor pero sigue siendo un número grande (1.874 “me gusta” españoles).

### **Objetivos en medios digitales**

- ? Aumentar en un 30% de los 7.191 seguidores actuales de Facebook, en 12 meses.
- ? Aumentar la interacción en un 10%, en 12 meses.

### **Estrategia de Medios**

Optimizando los medios propios, publicando y promocionando imágenes, videos y concursos que generen interacción en la página de Facebook que posee una amplia comunidad.

Complementando a un BTL y flyers que se entregarán en la vía pública.

### **Segmentación del P.O.**

La marca se dirige a hombres y mujeres de entre 20 y 35 años, de un nivel socioeconómico medio, medio-alto. La mayoría de ellos suelen tener independencia económica. Disfrutan de distenderse con amigos y utilizando la disciplina del baile para ello.

Estudian o trabajan pero su tiempo libre se lo dedican a bailar, ya sea en la academia o en una plaza con amigos del ambiente.

Escuchan todo tipo de música, llevan sus auriculares a todos lados.

Prefieren pasar el tiempo acompañados de amigos, antes que estar solos.

Son muy sociables, hacen amigos fácil.

Suelen mirar videos en Youtube, especialmente videos en los que se muestren coreografías de distintos bailarines reconocidos a nivel mundial.

Usan mucho Facebook e interactúan permanentemente con sus “amigos” del mismo.

Comparten todo lo que hacen en sus redes sociales.

Están permanentemente conectados con sus smartphones.

### **Selección de Red**

La campaña se publicará en Youtube y en Facebook.

Los videos publicados en Youtube serán compartidos en Facebook, y en el mismo se publicarán datos relevantes sobre la marca. Como avisos de eventos, fotos, gráficas de la marca, sorteos, etc.

Además se promocionará la Fanpage.

Se destinarán \$1.000 mensuales para la promoción de la Fanpage.

## Promoción de la fanpage

Promocionar negocio local

Es posible que las herramientas publicitarias de Facebook no funcionen del modo previsto si activaste un bloqueador de anuncios en un navegador web. Desactiva el bloqueador o agrega la URL de esta página web como una excepción para poder crear anuncios sin problemas. Después de desactivarlo, debes actualizar la pantalla.

**PÚBLICO**

Lugar  
Mitre 858, Rosario

Radio  
1 kilómetro

Alcance potencial  
21.000 personas



Edad  
- 20 - 35

Sexo  
Todos Hombres Mujeres

Intereses  
tata bailar urbano flamenco rueda casino danza escenario

Incluye entre 3 y 5 intereses para llegar a las personas adecuadas

Instagram  
 Publicar promoción en Instagram

**SECCIÓN DE NOTICIAS DE LA COMPUTADORA** SECCIÓN DE NOTICIAS DEL CELULAR INSTAGRAM

**Salsa Latin Club Rosario**  
Publicidad ·

Estudio de danzas para todas las edades y niveles. Salsa, bachata, estilo femenino, ritmos urbanos y mucho más. Mitre 858, Rosario. Tel: 0341 156 589 325.



Salsa Latin Club Rosario **Cómo llegar** Mitre 858

Abierto · Hoy a las 10:00-22:00

**CONTENIDO DEL ANUNCIO**

Esta imagen es demasiado pequeña. Usa una de mayor tamaño. Tamaño mínimo: 600 x 600 píxeles. Tamaño recomendado: 1080 x 1080 píxeles

Texto  
Estudio de danzas para todas las edades y niveles. Salsa, bachata, estilo femenino, ritmos urbanos y mucho más. Mitre 858, Rosario. Tel: 0341 156 589 325.

Título  
24/25  
Salsa Latin Club Rosario

Agregar una imagen  
Subir Seleccionar imagen Recortar imagen

Llamada a la acción  
Cómo llegar

Dirección  
Mitre 858, Rosario · Editar  
Elige la dirección a la que quieres que se redirija a las personas.  
 Incluye una foto con mapa que muestre la ubicación de tu negocio

**PRE SUPUESTO Y DURACIÓN**

Presupuesto diario  
\$35.00

El importe real gastado al día puede variar.

Alcance diario estimado  
2.000 - 5.400 personas de 21.000

Límite el público o aumenta el presupuesto para llegar a las personas que lo impulsan.

Duración  
7 días 14 días 28 días

Publicar este anuncio hasta el 14/12/2016

PAGO  
Método de pago  
Visa \*2610 Cambiar

## POEM Final

Medios pagos: -Flyer en vía pública

-Facebook Adds

-BTL (Flashmob)

Medios propios: -FanPage en Facebook

-Canal de Youtube

-Eventos

Medios ganados: -Nuevos alumnos

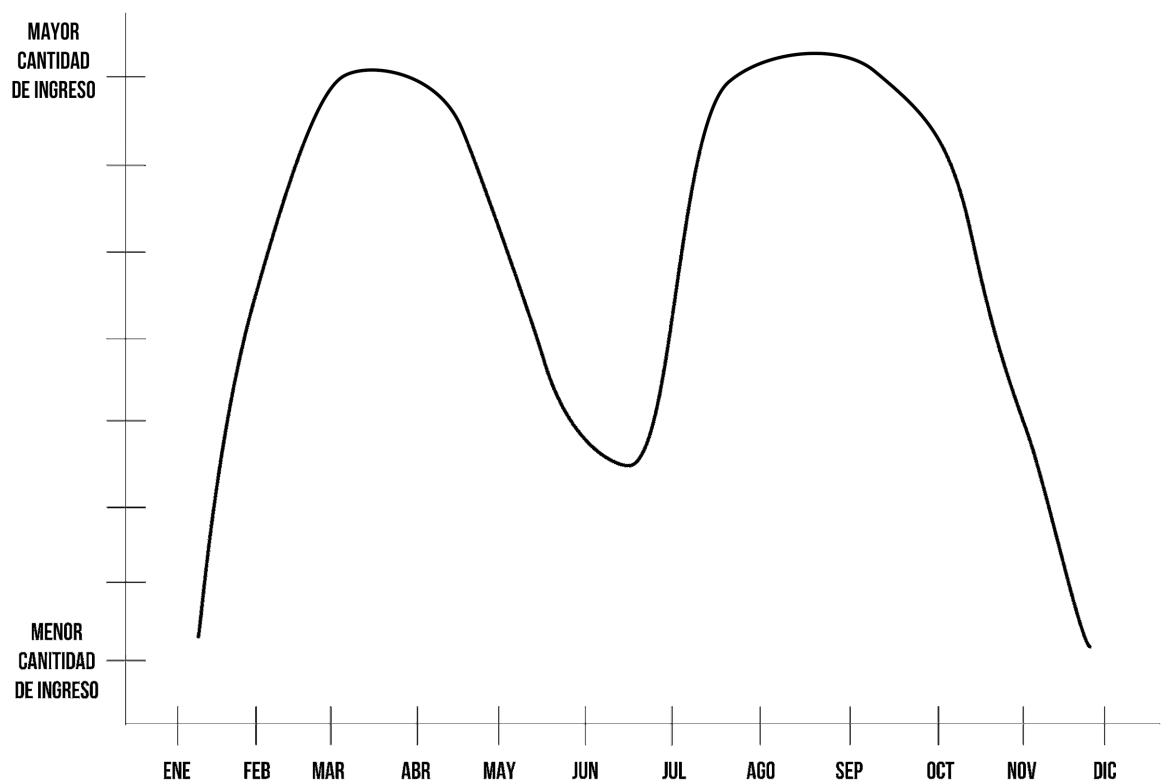
-Nueva comunidad

-Sugerencias

-Comentarios

-Viralización de videos

## Gráfica de escala de ingreso de alumnos



## Cronograma de publicación

	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Gráfica facebook	X	X		X	X		X	X		X	X	
Video facebook			X						X			
Youtube			X	X					X	X		
Flashmob				X						X		
Flyer via pública				X	X					X	X	
Sorteos facebook					X	X					X	X

## Presupuesto

Medio	Costo por mes	Duración	Total
Promo Facebook	\$1.000	12 meses	\$12.000

Medio	Fotógrafo + edición	Luces	Locación	Duración
Audiovisual Youtube	\$500	\$0	\$0	3 hs.

Medio	Fotógrafos + edición	Bailarines	Ayudantes	Duración
BTL	\$1.000	\$0	\$0	10 min.

Medio	Cantidad impreso	Precio por cantidad
Flyer	500	\$375

Medio	Cantidad impreso	Precio por unidad
Banner	1	\$650

Presupuesto campaña 12 meses		
Promo Facebook	\$12.000	
Audiovisual Youtube	\$500	
BTL	\$1.000	
Flyer	\$375	
Banner	\$650	
Subtotal	\$16.268	
Servicio de agencia	\$813,4	5%
<b>Total</b>	<b>\$17.081,4</b>	

## Bibliografía

- Raquel Ayestarán, Celia Rangel y Ana Sebastián, Planificación estratégica y gestión de la publicidad (2012): “El pensamiento estratégico”, ESIC. Madrid
- El lenguaje de la tipografía: “Clasificación de las variables”, Comunicación visual 1, Licenciatura en comunicación social.
- El lenguaje publicitario: “Elementos funcionales en los avisos gráficos”, Comunicación visual, Licenciatura en publicidad.
- Orlando C. Aprile, La publicidad estratégica (2000): “La comunicación bien entendida”, PAIDÓS. Buenos Aires, Barcelona, México.
- Orlando C. Aprile, La publicidad puesta al día (2003): “El mundo de la publicidad”, La cirujía. Buenos Aires
- Fernando Roig, Concepto e idea (2011): “La estrategia creativa”, Infinito.
- Jean-Marie Floch, Semiótica, marketing y comunicación: “Bajo los signos, las estrategias”, PAIDOS. Barcelona, Buenos Aires, México.
- <http://www.iasorecords.com/es/musica/historia-de-la-bachata>
- <https://arteescenicas.wordpress.com/2010/10/03/historia-de-la-danza-1/> - 3 de octubre de 2010
- <http://www.danzahoy.com/home/2013/04/louis-xiv-y-su-escuela/> - 21 de abril de 2013