

Llevar la realidad virtual más allá de los video juegos. Una realidad virtual de cultura y entretenimiento donde pueda sentir la experiencia inmersa.

Recursos orgánicos con respecto a bandas sonoras para una experiencia más real (instrumentales)

Derecho a una grabación exclusiva de los performancees.

Generación de un video representativo de la variada cultura latinoamericana.

Virtualamérica.

Servicio de internet satelital de alto rendimiento y bajo costo como la que esta creando Space X. Varios países de LatAm como México y Argentina tienen satélites de comunicación en órbita y planean

**Suscripción anticipada a los conciertos y eventos.**

Creación de un banco de datos de establecimientos que sean potenciales difusores de los eventos escénicos.

Creación de una asociación de artistas escénicos de América Latina. Un gran arsenal cultural.

Estrategia de interacción: Espacios durante el evento o festival para entrevistas e interacción con artistas del público.

Apoyo de hologramas para la ambientación de los hogares por cada artista (Músico, Pintores, etc)

Abarcar una temática (Puede ser países o características de "alegría", "nostalgia") por cada festival para darle una personalidad única a este proyecto.

**Creación de un fondo común para gastos relacionados con el Festival.**

Creación de un fondo de ayuda latinoamericano para las industrias creativas y las artes escénicas.

Se crea una área de negocios para las presentaciones y coberturas de los eventos.

Tienda on line para realizar e-commerce para la venta de artículos relacionados con los eventos culturales y artísticos.

Creación de blog dentro de la plataforma con la finalidad de realizar contenidos sobre los eventos, entrevistas, temas de interés para el usuario, que ayude a tener más visitas y difusión.

Capital humano: una plataforma con un contador de historias, que funcione como facilitador, enlace, moderador y generador de experiencias entre el artista y el público.

Capital humano: El mercado es el público seguidor de festivales, que desean tener un acercamiento con un grupo de artistas, en una interacción personalizada bajo diferentes estrategias de comunicación y tecnológicas.

Estrategia de interacción: Dar espacio a la presentación, previa inscripción y selección de propuestas y expresiones artísticas del público que pueden compartir con el total de asistentes.

Tener en cuenta colaboraciones o patrocinio de marcas (Publicidad).

Ventas dentro del festival con pequeños obras de arte, CD's de los artistas presentados y donaciones a estudios musicales, producción audio visual de manera libre sólo dentro del festival.

Distribución: Transmisión del evento tipo pago por evento, para intermediarios con grupos mayores a 20 personas, y con interacción grupal con el resto del festival.

Experiencia Post evento: Distribución de reseña, con los mejores momentos del evento, que incluye las experiencias del público.

Posicionamiento: Concepto de festival en tu casa o ciudad, que implica una estrategia para que el público acceda o genere un espacio, sensorial, visual y auditivo que permita tener una experiencia más inmersiva.

Remuneración: Venta de tickets a un precio de venta que permita, el pago de artistas, organizadores, publicidad, tecnología, etc, pero con un porcentaje destinado a estimular la industria creativa.

Servicio o producto: Festival para presentación de artistas de diferentes disciplinas como música, artistas plásticos, literatura, etc.

Capital humano: Crear una comunidad de seguidores de festivales latinoamericanos.

Estrategia: Llevar a cabo una segmentación de mercados para llevar el tipo de festival (características) al público meta.

Organización: Llevar a cabo una organización por país, que permita un mayor alcance.

Interacción por medio de las redes sociales y compartir experiencias o comentarios con un # creativo o menciones.

Estudio detallado del comportamiento latinoamericano para dirigirnos al público de manera adecuada.

Materiales P.O.P. del Festival con la intención de vivir la experiencia al 200%

Creación de galerías interactivas dentro de la plataforma como apoyo visual.

La plataforma genera su propia cobertura del evento a través de un programa con duración de 30 minutos.

Creación del área de "usuario creativo", en ella se hacen convocatorias para que ellos creen nuevos escenarios.

Apertura de un espacio para desarrolladores que constantemente aporten a la plataforma en la parte tecnológica.

Creación del área de "Aprende con nosotros", que fomente el aprendizaje de producción y artístico.

Marketing artístico todo en relación a la comercialización de las diferentes producciones de los distintas disciplinas artísticas.

**Promover la inclusión social, cultural, etc.**

POP y ventas: Venta de souvenirs y promocionales previos al festival, por venta en línea.

Periodicidad: lograr una identidad y posicionamiento a través de eventos o festivales realizados de forma periódica.

Estrategia de Interacción: Desarrollo de una app social del evento o festival, para los participantes del evento que permitan una interacción mayor incluso antes del evento.

**Creación de una wiki sobre artistas y temas relacionados.**

**Creación de foros y chats para los usuarios de la plataforma.**

Creación de la parte editorial, para que aquellos que gusta de leer y escribir la plataforma sea una opción de publicación.

Crear el área de "lanzamientos" para las nuevas propuestas musicales y de otras áreas.

"La cueva musical" un espacio interactivo para el intercambio de producciones musicales.

**Inteligencia artificial para producciones interactivas.**

Llevar a cabo ruedas de prensa presenciales y virtuales previas al desarrollo del evento.

**Gema 1:  
Línea de  
producto**

**Haremos**

**Por  
medio  
de**

**Dirigido a**

**Gema 3:  
Estrategia**

**Haremos**

**Colaboraciones con  
patrocinadores**

**Un Festival  
Interactivo  
Latinoamericano**

**Una plataforma con  
una experiencia  
inmersiva, que  
impulsa la  
creatividad de los  
artistas.**

**A todos los  
latinoamericanos  
para apoyar a los  
artistas**

**Gema 2:  
Organización**

**Haremos**

**Por  
medio  
de**

**Dirigido a**

**Por  
medio  
de**

**Dirigido a**

**Plataforma  
FESTILA**

**Áreas de  
negocio,  
patrocinios y  
data**

**Los usuarios,  
empresas,  
instituciones,  
organizaciones,  
marcas e  
independientes**

**Redes  
Sociales,  
medios, sitios  
web, blogs y  
nuestra  
plataforma**

**Todos los usuarios y  
artistas que  
busquen espacios  
creativos digitales**

