

URBANÍSTICA

podcast

CON ARQ. CLAUDIA HERASME Y ARQ. MICHELLE VALDEZ

LANZAMIENTO JUEVES 5 DE SEPTIEMBRE 2024



MISIÓN

La misión del podcast es compartir y analizar información importante sobre la ciudad de Santo Domingo, a través de conversaciones con expertos en temas urbanos. Con una mirada humanista, optimista y esperanzadora buscamos entregar a los usuarios y visitantes de Santo Domingo diversas perspectivas del quehacer de la ciudad, en un lenguaje llano y accesible. Nuestro deseo es fortalecer el entendimiento colectivo de la ciudad y promover la participación en la vida civil desde la información, buscando aportar a la visión, ejecución y gestión de una mejor ciudad para todos.



ARQ. CLAUDIA HERASME



Urbanista y planificadora estratégica. Claudia, con una mirada curiosa y observadora, estudia el comportamiento humano, el de las ciudades, y la relación entre estos. Cuenta con 20 años de experiencia en el sector público, en los ayuntamientos de Nueva York y Chicago desde donde ha desarrollado políticas públicas y estrategias de desarrollo urbano. Actualmente es Socia de la firma Partners in Public Design, basada en la Ciudad de Nueva York, y profesora de la Maestría de Diseño Urbano de Columbia University.

ARQ. MICHELLE VALDEZ

Arquitecta y urbanista. Con un ejercicio profesional multifacético: es miembro del equipo editorial de la Revista ARQUITEXTO; catedrática universitaria enfocada en desarrollar proyectos experimentales en la ciudad, llamados urbanismo táctico. Es gerente de Cristóbal Valdez y Asociados, firma familiar donde ha sido líder de proyectos de diferentes escalas tanto de diseño arquitectónico como de diseño urbano.



PÚBLICO OBJETIVO

Nuestro público objetivo desarrollan sus vidas en el polígono central de la ciudad de Santo Domingo. Por lo general utilizan medio de transporte privado y residen en zonas urbanas de alto valor adquisitivo. Este grupo demográfico tiene un alto nivel educativo, ocupaciones prestigiosas o empleos bien remunerados en sectores específicos. Valoran la calidad, la comodidad y un estilo de vida equilibrado. Disfrutan de eventos sociales de arte y cultura, viajes a destinos culturales, ciudades urbanas del mundo y experiencias personalizadas.



50%

50%

18-24 años	05%	05%
25-34 años	30%	40%
35-44 años	45%	35%
45+ años	20%	20%

DATOS PSICOGRÁFICOS

La personalidad de nuestro público objetivo es creativa y emocional. Llevan un estilo de vida activo y suelen salir a eventos culturales o gastronómicos. Sus intereses y opiniones se reflejan en buscar una solución para mejorar sus estilos de vida y las actividades que disfrutan. Tienen una actitud positiva y valoran la calidad en sus estilos de vida.

TEMPORADA 1

LANZAMIENTO JUEVES 5 DE SEPTIEMBRE 2024



TEMAS

- ★ 1 Introducción
- ✓ 2 La Ciudad de Santo Domingo
- ✓ 3 El ABC de la planificación de la ciudad
- 4 Marco Legal de la planificación del territorio
- 5 Política urbana a nivel municipal
- ✓ 6 Participación Ciudadana en la Planificación
- ✓ 7 Espacio Público y Movilidad
- 8 Manejo de Aguas
- 9 Desarrollo Inmobiliario y Arquitectura Urbana
- 10 Arte Urbano
- 11 La Ciudad desde la academia: La experiencia de colaboración UNPHU y Columbia University
- 12 Reflexión de la temporada

INVITADO

Michelle y Claudia

Erick Dorrejo

Patricia Cuevas

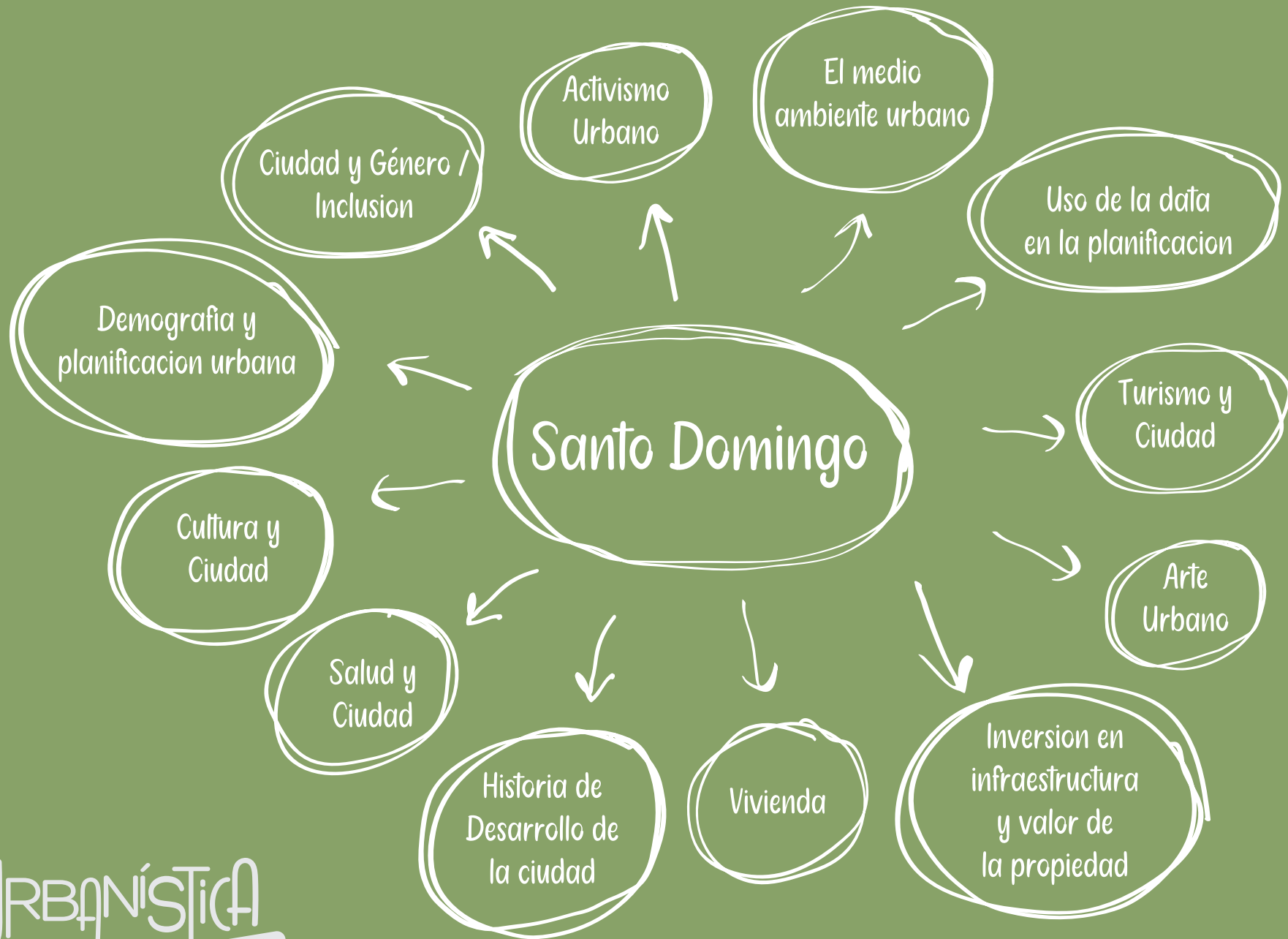
David Arbona

José Marión Landais / Nathalie García

Michelle y Claudia



DE QUE HABLAREMOS



PATROCINIOS

Standard

por
DOP \$60.000
Mensual

1 mención por episodio

1 segmento publicitario en
cada episodio

1 cintillo o un banner
publicitario cada 10 minutos
con presencia de 6 segundos

1 banner publicitario en los
clips promocionales para las
redes sociales cada semana

Premium

por
DOP \$95.000
Mensual

2 menciones por episodio

1 segmento publicitario en
cada episodio

1 cintillo o un banner
publicitario cada 10 minutos
con presencia de 6 segundos

2 banners publicitarios en los
clips promocionales para las
redes sociales cada semana

product placement en el set
durante la temporada

1 espacio publicitario en la
página web

Deluxe

por
DOP \$125.000
Mensual

3 menciones por episodio

1 segmento publicitario en
cada episodio

1 cintillo o un banner
publicitario cada 10 minutos
con presencia de 6 segundos

2 banners publicitarios en los
clips promocionales para las
redes sociales cada semana

product placement en el set
durante la temporada

3 espacios publicitarios en la
página web