

El horizonte, *a tu nombre.*

18°28' N · 68°24' O



El Caribe desde el rooftop 360° de Bonita Beach (9.ª planta, zona común). Recreación del proyecto.

Propuesta creativa de Lucía Valero
para nacher® estudio creativo

BONITA BEACH x GILMAR · OCTUBRE DE 2026

VÍVELO EN

bonitabeach.luciavaler.com

El Brand Day funcionando en un portal de noticias simulado, el A4 con zoom, esta memoria y todas las descargas.



El reto

Que un inversor español entienda en tres segundos por qué este sitio vale lo que cuesta y por qué se queda en la familia.

EL BRIEF

«Transmitir el valor de la ubicación y posicionar la promoción como una excelente oportunidad de inversión.»

Una página A4 de venta y su adaptación a Brand Day: billboard de 990 x 250 y dos skyscrapers de 450 x 1000. Tipografía y color, libres.

LO QUE PIDE, Y LO QUE NO ESTÁ ESCRITO

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1 Inversión en República Dominicana. | 4 «Uno de los desarrollos más prestigiosos de Cap Cana». |
| 2 Residencial de lujo. | 5 Un legado, no solo una vivienda. |
| 3 Mar y golf. | 6 Que GILMAR lo apruebe mañana. |

Bonita Beach es la primera promoción internacional de GILMAR, que la comercializa en exclusiva para España. El público: el inversor español que ya mira al Caribe, pero que antes de enamorarse quiere estar seguro.

EL LISTÓN



Anuncio actual de GILMAR para Bonita Beach. Homestyle n.º 14, mayo de 2026, pp. 122-123.

- Lo que ya funciona y se conserva: precio, QR, teléfono del Dpto. Internacional y logos en blanco.
- Lo que falta: una idea. Titula con la ubicación sin decir por qué importa, no enseña el golf y no argumenta la inversión.
- Ese es el hueco.

Antes del mar, *la escritura*

Antes de enamorarse del mar, el comprador español pregunta de quién es la escritura. Ahí hay una idea.

30%

QUIÉN COMPRA

Casi uno de cada tres compradores de Bonita Beach es español. Y España fue en 2025 el primer inversor extranjero en la República Dominicana: 1.086 M USD, el 21,5 % del total.

Decisión: hablarle en su idioma. Español de España y el tuteo cálido de GILMAR.

Fuentes: *El Confidencial Digital*, 2-2-2026 (perfil de compradores); CAMACOES con datos del BCRD (inversión extranjera 2025).

Art. 25

QUÉ LE FRENA

Su primera duda no es el clima: es la seguridad jurídica. Y la respuesta juega a favor: propiedad plena, a su nombre, con los mismos derechos que un dominicano.

Decisión: el titular convierte la duda en deseo: «a tu nombre».

Fuentes: Constitución de la República Dominicana, art. 25; U.S. Department of State, *Investment Climate Statement* 2025.

24 veces

QUÉ DICE EL MERCADO

Todo Cap Cana suena igual, y en inglés: *paradise, luxury, exclusive*. Una sola página repite «exclusive» 24 veces. Nadie convierte el legado en algo medible, y menos en español.

Decisión: territorio propio, «Patrimonio con vistas», sin adjetivos de catálogo.

Fuente: recuento propio en 10 páginas de 8 desarrollos de Cap Cana y Punta Cana (6-10-2026).

Y una pista en la propia imagen: el único render oficial con el Caribe de verdad ya traía dibujada la prueba de la ubicación. Una línea.

La línea de firma

En una escritura hay una línea para firmar y, debajo, un nombre. Desde el *rooftop* de Bonita Beach, el Caribe dibuja otra.

Hicimos que fueran la misma.

Un filete de oro trazado sobre el horizonte real del render. Arriba, lo que se mira: «El horizonte,». Debajo, como el nombre impreso bajo la firma, a nombre de quién: «a tu nombre.».

LA ESCRITURA



Arriba se firma; debajo, a nombre de quién.

EL HORIZONTE



Arriba, lo que se mira; debajo, a nombre de quién. Dos líneas, una sola.

Al milímetro



El render curvaba el horizonte. Lo medimos columna a columna y lo enderezamos para que el filete coincida con el mar en todo el ancho. Medido en 62 columnas del A4 final: 50,00 mm ± 0,4 mm.

Un recurso con reglas

Filete oro de 1 pt de sangre a sangre y nodos de Ø 2,1 mm colgados en el margen, para que se vea a un metro y después de la imprenta. Solo existe donde hay horizonte: en el sky del golf se corta detrás del edificio. Y nunca se anima con zoom.

El legado, en orden

El legado no lo dice un adjetivo: lo dice el orden de los nombres.

La estrenas tú. Luego, tus hijos. Después, los suyos.

Cada palabra, por algo

El horizonte, a tu nombre.

Cuatro palabras con doble lectura. El horizonte es la ubicación; «a tu nombre», la escritura (inversión y seguridad jurídica) y también una dedicatoria (legado). Responde al brief sin citarlo y cabe en un móvil de 320 x 100.

«Hay líneas que se miran y líneas que se firman.»

La primera frase del cuerpo explica la idea entera: una línea la dibuja el Caribe; la otra es la de tu escritura, en plena propiedad.

Bonita Beach. *Patrimonio con vistas.*

Un guiño a *Una habitación con vistas* (E. M. Forster; James Ivory, 1985): el lujo como mirada, no como adjetivo. «Patrimonio» dice inversión y herencia en una sola palabra.

La estrenas tú. Luego, tus hijos. Después, los suyos.

Homenaje a la idea generacional de Patek Philippe, con un giro: allí nunca eres del todo dueño; aquí la escritura está a tu nombre. Tres frases, tres generaciones. En el Brand Day, una por pieza.

Tú, no usted

Es la voz de GILMAR: cálida y concreta. Para prensa económica hay una variante en usted lista, con los mismos datos.

«Frente a su propia playa», no «primera línea»

La parcela está entre el golf y la costa, y en España la publicidad inmobiliaria obliga como un contrato (TRLGDCU, art. 61). Decimos lo que es verdad y vende igual: su playa es la laguna de 15.000 m²; el Caribe, el horizonte.

Lo que no decimos

Que las ventajas fiscales se heredan. CONFOTUR beneficia al primer adquirente y no se transmite, así que el legado vive en la escritura y en la tríada, y el ahorro fiscal va con asterisco y su condición.

PALABRAS QUE NO USAMOS

~~paraíso exclusivo único sueño oasis espectacular «primera línea» inversión segura y rentable~~

Ni «lujo» fuera del logo, ni exclamaciones, ni rentabilidades en porcentaje. El lujo se demuestra con datos.

Dos marcas, una línea

TIPOGRAFÍA

Aa

Noto Serif Display Light

Titulares · la letra de la web del promotor

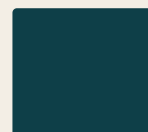
Aa

Jost

Texto y datos · la letra de gilmar.es

La tipografía une las dos marcas. Caja baja y gran cuerpo (65,8 pt en el A4, para que los finos sobrevivan al offset), frente a la serif dorada en versal que uniforma el sector.

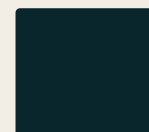
PALETA



Laguna

#0E3F48

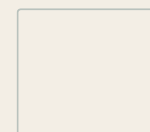
El agua y el azul del logo



Abismo

#08262C

Texto y velos



Arena

#F3EEE5

El papel, la playa



Bronce

#7E5F33

Rótulos y firma



Oro viejo

#CDAA70

Solo la línea



Taupe

#8A735C

Pies de foto

Oro solo como filete: patrimonio, no ostentación. El naranja de GILMAR vive dentro de su logo. Contraste de Laguna sobre Arena: 9,97:1.

IMAGEN Y RECORTE



La única imagen oficial con el Caribe real. Recortada para dejar fuera la bandeja con copas, el parasol y los bañistas cortados; la tarima baja del 60 % al 38 % del hero.

La aérea de la Fig. enseña lo que el rooftop no puede: golf, laguna y edificio.

LA LÍNEA



Filete oro de 1 pt (0,353 mm) con el eje a 50,00 mm, justo sobre el horizonte. El titular se apoya en él y solo la coma lo cruza: el único carácter que «firma» por debajo.

Nodos de Ø 2,1 mm colgados en el margen, como la puntuación colgada.

La página A4

1 Arriba, la emoción. El Caribe real, una pareja mirándolo y el titular apoyado en el horizonte. Solo la coma firma bajo la línea.

2 El cuerpo, en 71 palabras. Abre con «Hay líneas que se miran y líneas que se firman» y cierra con la tríada del legado, en su propia línea.

3 Abajo, la razón. Cinco cifras con fuente; los tres 15 riman: 15.000 m², hasta 15 años y 15 min.

INVERSIÓN EN REPÚBLICA DOMINICANA · CAP CANA

BONITA BEACH
LUXURY RESIDENCES

El horizonte, a tu nombre.

18°28' N - 68°24' O

El Caribe desde el rooftop 360° de Bonita Beach (9.ª planta, zona común). Recreación del proyecto.

Residencias frente a su propia playa, junto al golf de Jack Nicklaus y con el Caribe en el horizonte.

Hay líneas que se miran y líneas que se firman. Desde el rooftop de Bonita Beach, el Caribe dibuja la primera; la segunda es la de tu escritura, en plena propiedad. Por eso importa dónde esté: en uno de los desarrollos más prestigiosos de Cap Cana. Con ventajas fiscales CONFOTUR* y un socio hotelero internacional que gestiona el alquiler cuando no estés. La estrenas tú. Luego, tus hijos. Después, los suyos.

Bonita Beach. Patrimonio con vistas.

15.000 m ² LAGUNA Crystal Lagoons® con playa privada y beach club	hasta 15 años* CONFOTUR sin IPI y 0 % del impuesto de transferencia	15 min AEROPUERTO de Punta Cana, con vuelo directo desde Madrid (9 h)	2 campos JACK NICKLAUS Las Iguanas y Punta Espada, este en el Top 100 mundial	+80% VENDIDO en las fases I y II. Fase III, a la venta
--	---	---	---	--

*Beneficios fiscales sujetos a la clasificación CONFOTUR (Ley 158/01 y mod.) y aplicables al primer adquirente que compra directamente al promotor: exención del Impuesto al Patrimonio Inmobiliario (IPI) hasta 15 años y 0 % del impuesto de transferencia (ordinario: 5 %). Consulte condiciones. Promoción en construcción; entrega prevista en 2029. Precio sin impuestos, según disponibilidad y vigente a la fecha de publicación; superficies aproximadas. Vistas al mar desde plantas altas y zonas comunes; varían según la vivienda. La gestión del alquiler no garantiza ingresos. Las Iguanas (Jack Nicklaus): 9 hoyos en juego; apertura completa prevista en 2027. Punta Espada: Golf Digest, World's 100 Greatest Golf Courses 2023-27 (n.º 57). Ventas: dato de GILMAR, enero de 2026. Tiempos y coordenadas aproximados. Crystal Lagoons® es marca registrada del grupo Crystal Lagoons. Playa privada en laguna artificial de 15.000 m². Arquitectura: GVA; construcción: Sinercon. Vendedores: Paridera Investors S.R.L. Comercializa en exclusiva para España: CONSULTING INMOBILIARIO GILMAR, S.A. Las imágenes y diseño así como la ambientación del mobiliario son de carácter ilustrativo y de apreciación artística no comprometen al promotor y están sujetos a cambios. Información completa en gilmar.es.

SOLICITA TU PRESENTACIÓN PRIVADA
+34 662 46 99 75
bonitabeach@gilmar.es · gilmar.es

DESDE
300.000 € + IVA
Residencias de 84 a 447 m²
Entrega prevista en 2029

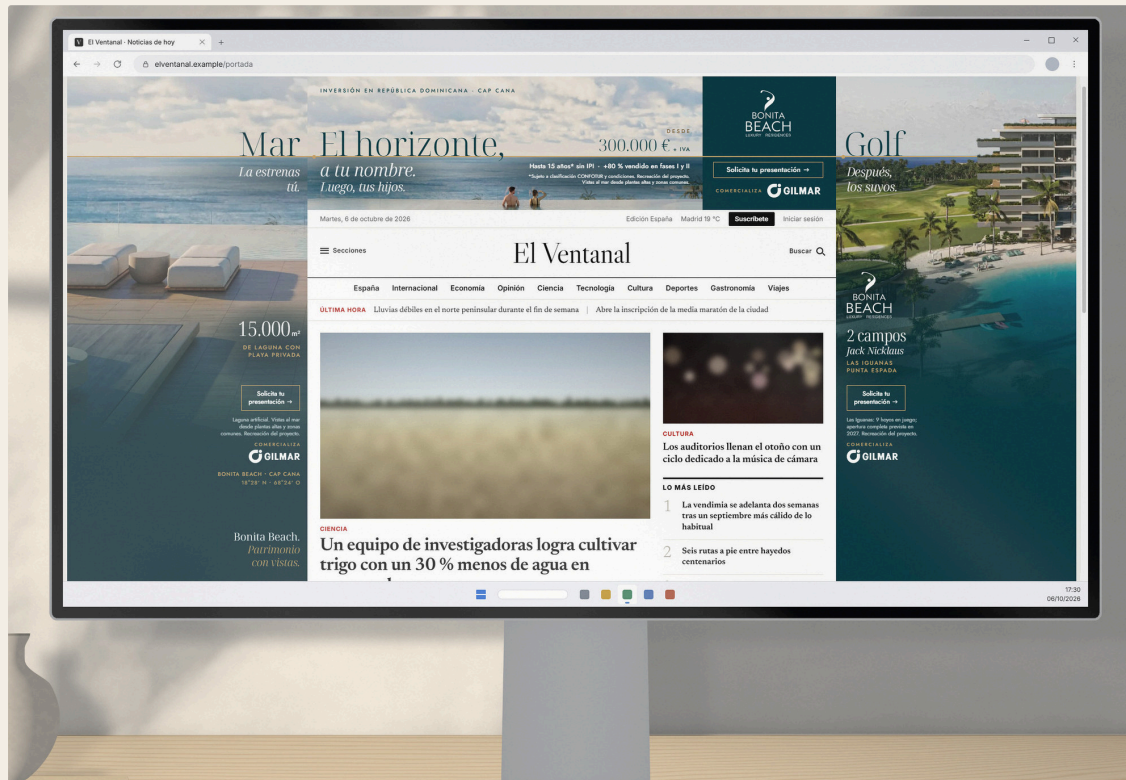
COMERCIALIZA EN EXCLUSIVA
GILMAR
REAL ESTATE

4 La inversión, dicha arriba. «Inversión en República Dominicana · Cap Cana». Manda Bonita Beach: logo de 24 mm, 1,69 veces el área del de GILMAR.

5 La prueba. Golf, laguna y mar, señalados sobre la aérea. Lo que el rooftop no enseña, y el anuncio actual tampoco.

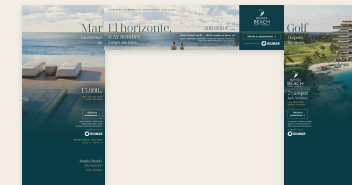
6 El pie de GILMAR, mejor ejecutado. QR redirigible, teléfono del Dpto. Internacional, precio con su ficha y GILMAR REAL ESTATE en blanco.

Una frase sobre *una línea*



Mar · El horizonte, *a tu nombre* · Golf

- Un sistema, no un A4 encogido: cada pieza lleva un punto del brief y, juntas, forman una frase.
- La línea se dibuja en cascada a la misma velocidad en las tres piezas y se detiene tras el edificio. Sin zoom, para no despegarla del horizonte.
- La tríada se reparte en la U y queda fija en el frame final. Todo lo crítico cabe en los 120 px interiores de cada sky.



I Sky izquierdo · el mar

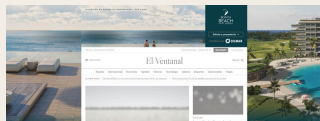
II Billboard · legado, inversión y CTA

III Sky derecho · el golf

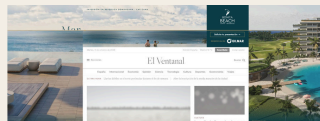
EN VIVO

bonitabeach.luciavaler.com/brandday

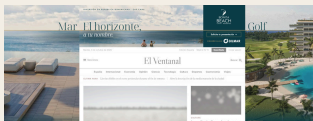
La U funcionando en un portal de noticias simulado, con la animación sincronizada y vistas a 1366, 1440 y 1920 px.



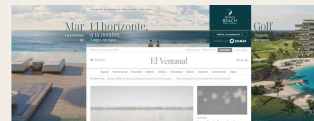
F1 1,2 s · La línea nace a la izquierda



F2 2,8 s · Cruza el billboard



F3 4,95 s · La firma de «a tu nombre»



F4 6,6 s · La tríada, en reposo



F5 7,8 s · Las pruebas y el precio



F6 12 s · Frame final = JPG de respaldo

Lista para producir

A4 · IMPRENTA

- PDF/X-4, Coated FOGRA39, 216 × 303 mm con 3 mm de sangrado y marcas.
- 300 ppp efectivos; texto pequeño en 100 K con sobreimpresión; TAC ≤ 300 %.
- Legal a 6 pt y prueba de color ISO 12647-7 antes del medio.

BRAND DAY · ADSERVER

- HTML5 nativo de 12 s, una pasada (variable LOOPS), clickTag y UTM por pieza.
- JPG de respaldo ≤ 49 KB · ZIP ≤ 98 KB, con versiones HQ y Lite.
- Zonas seguras de los skys (x 320-440 y 10-130; y 46-646) y ficha de tráfico.

Un QR que se puede redirigir

En esta prueba, el QR del A4 lleva a bonitabeach.luciavaler.com/qr: una dirección corta que hoy abre la demo y mañana puede apuntar a otro sitio sin reimprimir. En el arte final para el cliente, el QR va a la ficha de Bonita Beach en gilmar.es con UTM (utm_source=prensa · utm_medium=print · utm_campaign=bonitabeach_horizonte), para contar cada lead que llega desde el papel.

DATOS CON FUENTE

- Cada cifra lleva fuente y fecha en el legal; CONFOTUR, con asterisco y la condición del primer adquirente.
- Top 100 solo para Punta Espada (*Golf Digest* 2026-27, n.º 57); Las Iguanas, con sus 9 hoyos.
- Ni rentabilidades prometidas ni número total de viviendas.

EXTRAS

- A4 en inglés, variante en usted, *Homestyle* 210 × 276 y plan B de la celda 5.
- Robapáginas 300 × 600, móvil 320 × 100, storyboard, vídeo y mockups.
- Y la web demo, con todo funcionando.



A4 · EN



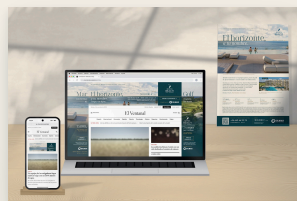
A4 · usted



Roba 300 × 600



Móvil 320 × 100



Mockups de presentación

«Lo único que no hemos tenido que inventar es el horizonte. Bueno: lo hemos enderezado 13 píxeles.»

VÍVELO EN

bonitabeach.luciavaler.com



Lucía Valero Monge

Dirección de arte & creatividad · Madrid

luciavamon19@gmail.com · luciavaler.com