

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

PROVINCIA DE SALTA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PROGRAMA PROFOCO

INFORME FINAL

TOMO II

MAYO 2.021

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Índice

1.- Introducción	4
2.1 El Hornero	6
2.1.1 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor	6
2.1.2 Diseño de un nuevo logo	8
2.1.3 Asistencia en registro de marca en el INPI	9
2.1.4 Asesoramiento Contable-Impositivo	9
2.1.5 Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales	11
2.1.6 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales	22
2.2 Accesorios MIRI	23
2.2.1 Diseño de un nuevo logo	23
2.2.2 Denominación	24
2.2.3 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor	24
2.2.4 relevamiento de altas impositivas determinación de Impuestos/tasas Mun, Pciales y Nac	26
2.2.5 Asistencia en registro de marca en el INPI	27
2.2.6 Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales	28
2.2.7 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales	37
2.3 GOAL diseño de interiores	38
2.3.1 Denominación	38
2.3.2 Nuevo logo	39
2.3.3 Asistencia desde el programa	39
2.3.4 Plataformas de E-commerce	50
2.3.5 Asistencia en registro de marca en el INPI	54
2.3.6 Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales	56
2.3.7 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales	64
2.4 Atacopampa	65
2.4.1 Nuevo Logo	65

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

2.4.2 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor	65
2.4.3 Alianzas estratégicas y estrategia de distribución	65
2.4.4 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales	67
2.4.5 Brochurre	68
2.5 El rincón del pastel	79
2.5.1 Denominación	79
2.5.2 Nuevo logo	81
2.5.3 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor	81
2.5.4 Asistencia en registro de marca en el INPI	83
2.5.5 Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales	83
2.5.6 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor	84
2.6 La casa de las ceras	84
2.6.1 Denominación	84
2.6.2 Nuevo logo	87
2.6.3 Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales	87
2.6.4 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales	95
2.7 Claudia Medina diseños	96
2.7.1 Denominación	96
2.7.2 Diseño de un nuevo logo	97
2.7.3 Asistencia en registro de marca en el INPI	97
2.7.4 Análisis de potenciales proveedores	99
2.7.5 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor	100
2.7.6 Relevamiento de altas impositivas determinación de Impuestos/tasas Mun, Pciales y Nac	102
2.7.7 Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales	103
2.7.8. Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales	112

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

2.8 Trending envases innovadores	113
2.8.1 Denominación	114
2.8.2 Diseño de nuevo logo	117
2.8.3 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor	117
2.8.4 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales	121
2.8.5 Breve Manual de uso de la marca en la redes	121
2.9 El Mojon	128
2.9.1 diseño de un nuevo Logo	128
2.9.2 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales	129
2.9.3 Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales	130
2.9.4 Asistencia en registro de marca en el INPI	137
2.9.5 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor	138
3. Conclusiones	141
4. ANEXO	143

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

1.- Introducción

Al inicio de la asistencia nuestro equipo se encontró con comerciantes con escasa capacidad de poder adaptarse a las circunstancias de una pandemia mundial, el inicio formal de este proyecto fue en el mes de setiembre del 2.020, momento de mayor pico de casos de covid positivos en la provincia, en estos momentos además de convivir con el temor de la enfermedad se debía interactuar con bajas en las logísticas, las entregas, los proveedores todos por tener casos positivos en sus dotación, contracción de la demanda en general por la incertidumbre y varios meses acumulados de algunas actividades cerradas por completo. Fue un gran desafío para el equipo lograr que los comerciantes se enfocaran en sus proyectos, sus necesidades de comunicar ofertas, el trabajo de posicionar y diferenciar sus marcas y productos. En ciertos momentos también nosotros como integrantes de un equipo profesional debíamos dejar la sensibilidad de lado y proponer acciones motivantes y desafiantes y enfocarnos juntos con los empresarios asistidos en proyectos sustentables y acciones duraderas en el tiempo.

A este grupo de empresarios se los asistió en diseñar sus costos, conocer mejor a sus proveedores e interactuar con otros proveedores potenciales a negociar por estacionalidad, lotes de envíos, etc. Se realizó un relevamiento de la instancia contable e impositiva de cada proyecto de manera de crear una conciencia en la formalidad de las operaciones y de una competencia basada en construir una relación con los clientes y no hacer uso de ventajas temporales y desleales como la venta informal. (gran parte de las operaciones comerciales de productos y servicios se realizan de manera informal en nuestra región NOA)

Se invirtió una gran cantidad de tiempo en trabajar en fortalezas de cada uno de los productos y traducirlas en ventajas competitivas que comunicadas con buen profesionalismo en las redes se traducirá en un crecimiento sostenido en cada proyecto.

Una vez asistidos en sus costos y conocimiento metodológico de cada negocio a los emprendedores y comerciantes, se comprende las posibilidades que ellos tienen de seguir impulsando sus productos en las redes sociales y comerciando sus servicios y productos a través del comercio electrónico. Es importante que el apoyo que se otorgue en plataformas de redes sociales, una vez que el equipo PROFOCO se retira de la

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

asistencia esta impulsión continúe en el tiempo con lo cuál proponer herramientas de vanguardia o muy lucidas y que luego el emprendedor no pueda continuar por que estas son muy complejas o muy poco conocidas en la provincia es no hacer foco en una asistencia que sea efectiva, continúe en el tiempo y repercuta en un crecimiento sustentable en cada uno de los comercios que participaron en este proyecto piloto.

También hay que dar una correcta dimensión a la escala de la provincia donde la demanda potencial es mucho menor a la de los grandes centros de consumo y donde el promedio de las compras (ticket promedio) también es más reducido, esto repercute no solo en los presupuestos publicitarios sino también en la apertura del ofrecimiento (cantidad de productos, gramajes, colores, sabores, etc. ofrecidos), esto también llevó al equipo PROFOCO a recomendar días de stock necesarios para cumplir de una manera eficaz y rentable con los productos de gran rotación de cada emprendedor.

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



2.1.1 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor

Al inicio de la asistencia esta empresa solo contaba con Facebook con escaso movimiento, la recomendación del equipo PROFOCO fue crear un Instagram y cambiar la imagen de la compañía en su Facebook, también nuestro equipo recomendó el desarrollo de una web que sirva de ancla para todos aquellas personas que se vean interesadas debido al conocimiento de la empresa a través de las redes. El equipo PROFOCO modificó totalmente la imagen de la compañía.

Facebook: ya había un desarrollo inicial por parte de la empresa, se realizó un cambio en su imagen.

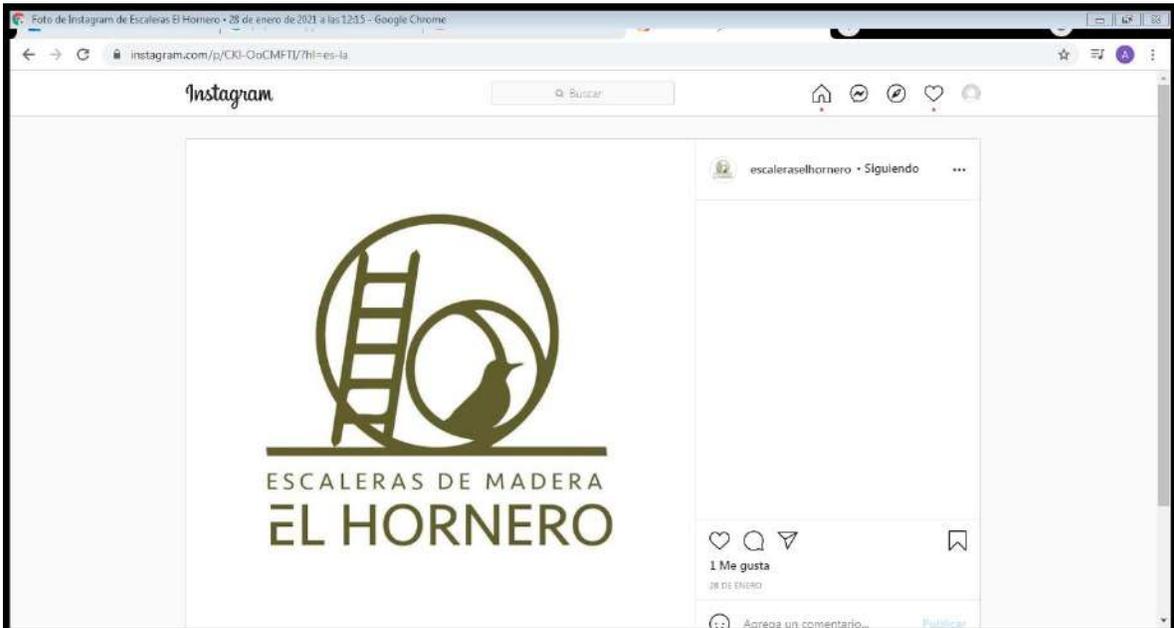
<https://www.facebook.com/El-hornero-767063900167535/>

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



Instagram: el equipo PROFOCO realizó un desarrollo para esta empresa

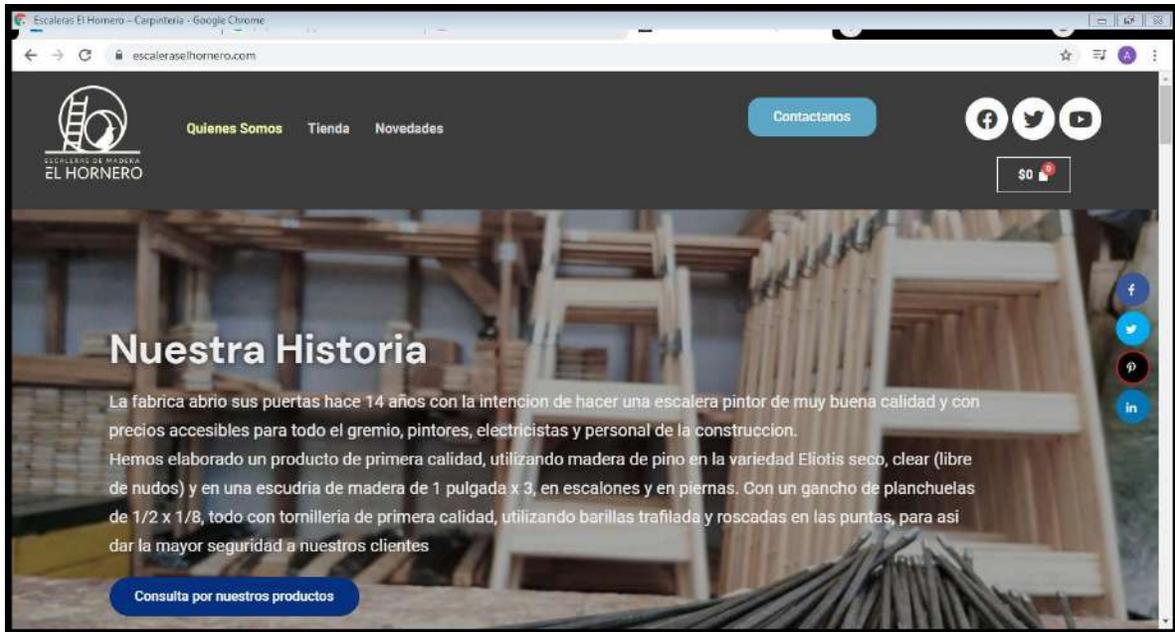
<https://www.instagram.com/p/CKI-OoCMFTI/?hl=es-la>



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

web: todo lo relacionado al desarrollo del sistema de la web estuvo a cargo de la empresa, todo el desarrollo de la imagen estuvo a cargo del equipo profoco

<https://escaleraselhornero.com/>



A través de su incursión en las redes la compañía recibió una propuesta formal de abastecimiento de 600 escaleras mensuales para una empresa con sede en España. Actualmente escaleras el hornero tiene la capacidad y expertise para este abastecimiento pero no tiene antecedentes de exportación ni ninguna experiencia al respecto, actualmente este empresario está siendo asesorado por la fundación PROSALTA para asistirlo en su primer exportación.

2.1.2 Diseño de un nuevo logo

Antes	Ahora
-------	-------

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



2.1.3 Asistencia en registro de marca en el INPI

Se asesoró a esta compañía para que registre la propiedad intelectual de su marca en el INPI. Se desarrolló conjuntamente con el CONICET una jornada donde miembros de esta empresa participaron sobre conceptos de propiedad intelectual

Te recomendamos la siguiente herramienta

LA PROPIEDAD INTELLECTUAL EN LAS PYMES

¿Qué es y cómo puede potenciar el crecimiento de la empresa?
a cargo del **Dr. Fidel Pérez**

11/3
15 hs.

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN
<https://bit.ly/207rRRt>

CUPOS LIMITADOS

CONICET
Secretaría de Industria, Comercio y Empleo
Ministerio de Producción y Empleo del Gobierno de Salta

para tu Comercio Salteño

profoco
Salta | Argentina

profocosalta@gmail.com

2.1.4 Asesoramiento Contable-Impositivo

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final		
	Emisión: 22 de mayo de 2.021		

Relevamiento Contable-Impositivo					
AFIP	NO	MONOTRIBUTISTA	RESPONSABLE INSCRIPTO	SOCIEDAD	Alícuota
	--	si	--	--	--
DGR	NO	INGRESOS BRUTOS	CONVENIO MULTILATERAL	AGENTE DE RETENCION/PERCEPCION	Alícuota
	--	si	--	--	3%
Municipalidad	NO	TISSH	HABILITACION MUNICIPAL	IMPUESTO PUBLICIDAD/PROPAGANDA	Alícuota
	--	--	--	--	--
¿Contrata un profesional para que le lleve los papeles?:	si				
CUIT:	23-11745626-9				
Actividad/es:	Fábrica de escaleras				
¿Presenta deudas impositivas?:	no				

Esta empresa cuenta con un contador con lo cual no fue necesario recomendar alguna estrategia de categorización o de re categorización de impuestos nacionales, municipales o provinciales.

2.1.5 Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



Herramientas Digitales para Comercios Salteños
 profocosalta@gmail.com
 Salta | Argentina

Manual de **Redes Sociales**
 Elementos Gráficos



profoco enfocá tu comercio

ESCALERAS DE MADERA EL HORNERO

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Secretaría de Industria, Comercio y Empleo

Ministerio de Producción y Desarrollo Sustentable Gobierno de Salta

Grupo Profoco

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Datos a tener en cuenta

Un estrategia visual para usar en las redes, debe considerar el uso de colores de la marca y su paleta complementaria

Tenemos que tener coherencia y armonía en el uso de los elementos que deben evolucionar con el tiempo siempre de forma complementaria armónica y dinámica.

Se aconseja usar una paleta coherente y filtros que tengan que ver entre sí.

* Siempre hacer aplicaciones en el feed y en las stories en conjunto, para cada posteo.

Feed



stories



Paleta de Color



CMYK: 55-47-95-30



CMYK: 28-45-64-4



CMYK: 18-17-84-0

Colores permitidos que complementan la imagen



#615D2B



#B48E67



#D7C44D

Color de texto sobre blanco/gris



100% NEGRO



80% NEGRO



30% NEGRO



100% NEGRO



100% NEGRO



100% NEGRO



0% NEGRO



0% NEGRO



30% NEGRO

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Tipografía

Familia

Aa

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 - ! @ #
 \$ % & * () - _ = + . >

Símbolos

Párrafo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit.

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Elementos Distintivos

1. Títulos DIN Bold Condensadas



Aplicación de la variación tipográfica itálica para títulos y también texto de descripción de contenido

Icono de geolocalización y sus versiones permitidas. Estos pueden estar presente en cualquier pieza gráfica.



Elementos Distintivos

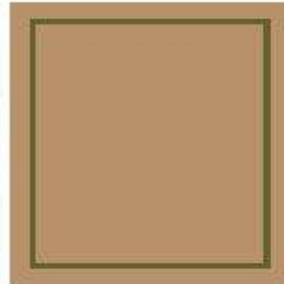
3. Recuadro para texto

Rectángulos utilizados para resaltar texto y despegarlo del fondo. Puede utilizarse sobre imágenes y fondos plenos.



4. Recuadro sobre imagen

Este recuadro se emplea solo sobre fotos tipo retrato para resaltar al autor de una cita o resaltar al protagonista de un enunciado.



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

VIDEO

Formatos Frecuentes



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Video . Cápsula Informativa

<p>- Placa principal</p> 	<p>- Voz en off + video</p> 	<p>- Texto sobre impreso</p> 	<p>- Cierre de logo</p> 
--	---	---	---

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Stories

El uso que se le puede dar a las Historias de Instagram es infinito y depende mucho de la creatividad y los conocimientos en diseño de cada uno. Sin embargo, es importante tener en cuenta el formato en el que siempre debe estar la imagen, el contenido debe ser atractivo y en caso de ser un video, no debería extenderse de 15s de duración.

Formato

9:16 - 1080 x 1920px



Stories

Recuadros

- Foto con marco, text, logo



- Línea lza, icono, logo, descripción



- foto, Descripción, fecha, logo



Posteos

Este tipo de fórmulas son aplicables y restructurables en su necesidad, es importante que sean bastante limpias y concisas entre ellas. Pueden utilizarse tanto iconos como emojis en las ptacas de color pleno, teniendo mucho cuidado cuando sea necesario aplicarlas sobre imagenes, ya que podría competir con el icono o con el texto descriptivo.

Es importante siempre mantener una coherencia visual a medida que se va posteando en el feed. En lo posible deben subirse formulas 1x1 o 3x1.

Ej:

- 1 foto = img 95% blanco + imagen color
- 3 fotos full color

* En formato carrusel se debe tener en cuenta que tipo de imagen viene. Manteniendo la indicada siempre al principio de post.

Formato opciones para el feed

1:5 - 1080 x 1350px



1:1 - 1080 x 1080px



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Posteos

Fotos y placas plenas

- Fondo pleno, icono, texto, logo



- Collage



- Imagen 85%, texto, logo



- Foto, logo



Relización de diseño de marca
y concepto para usos de redes
2020 - 2021



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

2.1.6 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales

En la actualidad esta empresa estar haciendo sus trámites para comercializar sus escaleras a través de mercado libre.

Se recomendó a la compañía la publicación tanto en Instagram como en Facebook según días y horarios donde sea más permeable su mensaje

Emprendimiento:	El Hornero
Rubro:	Fabrica de escaleras/Corralón



Red social	Horarios	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	Información
Instagram 		No recomendable	11 am - 1 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm		El miercoles tiene el mayor nivel de interaccion
Facebook 		1-4 pm		1-4 pm		1-4 pm	1-4 pm	1-4 pm	Fines de semana tiene mayor Intereacción
 IMPORTANTE:	<ul style="list-style-type: none"> - Tener en cuenta las fechas importantes de calendario para preparar posteos especiales (Ver Hoja 2 "Calendario") - Esto es una guía, tener en cuenta lo que a tu emprendimiento le resulta mejor. Modificá los días y horarios según la reacción que recibas (Likes, comentarios, shares) - Videos cortos o imágenes sin texto suelen ser los favoritos de los seguidores. - Te sugerimos reparar durante el fin de semana lo que se publicara durante la semana e incluso hacer una planificación mensual. 								

Se desarrolló un calendario anual para fechas puntuales para las publicaciones de escaleras El Hornero

CALENDARIO DE FECHAS IMPORTANTES							
<p>En este calendario podés organizar acciones especiales en tus redes sociales (como eventos, colaboraciones, concursos, promociones, etc). El calendario está completo con fechas importantes de Argentina y a nivel mundial. En amarillo están marcadas las épocas de ofertas y en gris avisos de mi parte.</p>							
ENERO							
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
				1 Año nuevo	2	3	
4	5	6 Día de los Reyes Magos	7	8	9	10	



2.2 Accesorios Miri

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



2.2.1 Diseño de un nuevo logo

Se pudo desarrollar un logo satisfacción del emprendedor que se decidió entre varias alternativas de distintos colores para trabajar en tinta de presentaciones con distinta plataforma o por algún evento un.



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

ANTES	AHORA
	

2.2.2 Denominación

El equipo PROFOCO recomendó una nueva denominación ya que en los buscadores tradicionales las palabras claves *accesorios miri* arrojan cuatro resultados diferentes y no es muy sencillo llegar al emprendimiento que se quiere instalar en las redes, la decisión de la propietaria del negocio fue NO CAMIAR su denominación.

2.2.3 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor

No solamente se rediseñó el logo, también se realizó una mejora de la imagen en su placa de presentación en facebook donde se volcó toda la oferta de productos

<https://www.facebook.com/MIRIsalta/?ti=as>

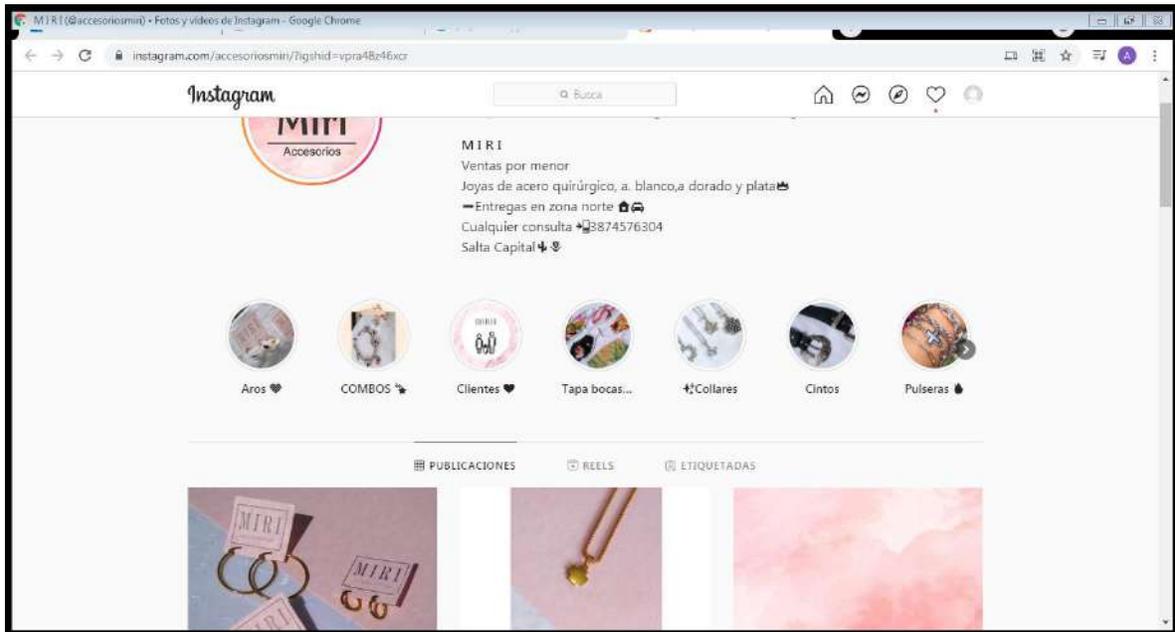
Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



Se analizó en profundidad las apariciones de accesorios miri en Instagram considerando el mediano plazo y el equipo PROFOCO recomendó un relanzamiento para comercializar sus productos, el siguiente es el rediseño de imagen de Instagram de la empresa

<https://www.instagram.com/accesoriosmiri/?igshid=vpra48z46xcr>

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



2.2.4 relevamiento de altas impositivas determinación de Impuestos/tasas Mun, Pciales y Nac

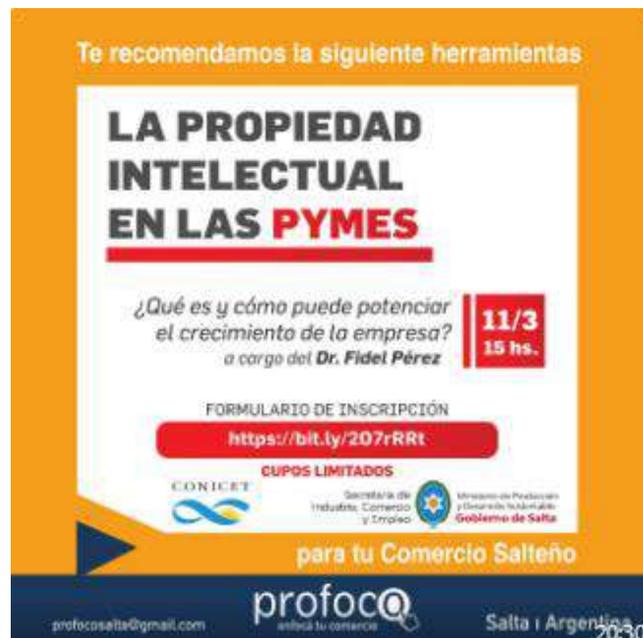
Relevamiento Contable-Impositivo					
AFIP	NO	MONOTRIBUTISTA	RESPONSABLE INSCRIPTO	SOCIEDAD	Alícuota
	--		--	--	--
DGR	NO	INGRESOS BRUTOS	CONVENIO MULTILATERAL	AGENTE DE RETENCION/PERCEPCION	Alícuota
	--		--	--	3%
Municipalidad	NO	TISSH	HABILITACION MUNICIPAL	IMPUESTO PUBLICIDAD/PROPAGANDA	Alícuota
	--	--	--	--	--
¿Contrata un					

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

profesional para que le lleve los papeles?:		
CUIT:		
Actividad/es:		
¿Presenta deudas impositivas?:		

2.2.5 Asistencia en registro de marca en el INPI

Se asesoró a esta compañía para que registre la propiedad intelectual de su marca en el INPI. Se desarrolló conjuntamente con el CONICET una jornada donde miembros de esta empresa participaron sobre conceptos de propiedad intelectual



Te recomendamos la siguiente herramienta

LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LAS PYMES

¿Qué es y cómo puede potenciar el crecimiento de la empresa?
a cargo del Dr. Fidel Pérez

11/3
15 hs.

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN
<https://bit.ly/207rRRt>

CUPOS LIMITADOS

CONICET
Secretaría de Industria, Comercio y Empleo
Ministerio de Producción y Consumo
Gobierno de Salta

para tu Comercio Salteño

profoco
enfoca tu comercio

Salta | Argentina 2020

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

2.2.6 Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Datos a tener en cuenta

Un estrategia visual para usar en las redes, debe considerar el uso de colores de la marca y su paleta complementaria

Tenemos que tener coherencia y armonía en el uso de los elementos que deben evolucionar con el tiempo siempre de forma complementaria armónica y dinámica.

Se aconseja usar una paleta coherente y filtros que tengan que ver entre sí.

* Siempre hacer aplicaciones en el feed y en las stories en conjunto, para cada posteo.

Feed



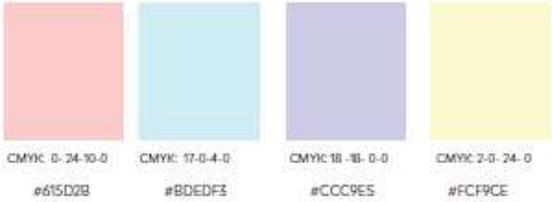
stories



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Paleta de Color

Colores permitidos que conforman la imagen



Color de texto sobre color



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Tipografía complementaria de la marca

Familia *highline*

Aa

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 - / @ #

Simbolos : \$ % > & ' () - _ = + . >

Párrafo : Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Elementos Distintivos

1. Títulos Highline

Aplicación de la variación tipográfica itálica para títulos y también texto de descripción de contenido



2. Iconos para agregar



Iconos de geolocalización y versiones de productos nuevos.

Estos pueden estar presente en cualquier pieza gráfica.



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Elementos Distintivos

3. Recuadro para texto

Rectángulos utilizados para resaltar texto y despegarlo del fondo. Puede utilizarse sobre imágenes y fondos plenos.



4. Recuadro sobre imagen

Este recuadro se emplea solo sobre fotos tipo retrato para resaltar al autor de una cita o resaltar al protagonista de un enunciado.



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

VIDEO

Formatos Frecuentes

1:5 - 1080 x 1350px



1:1 - 1080 x 1080px



9:16 - 1080 x 1920px



16:9 - 1920 x 1080px

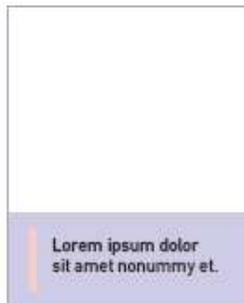


Video . Cápsula Informativa

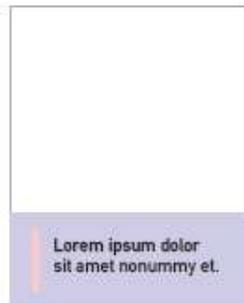
- Placa principal



- Voz en off + video



- Texto sobre Impreso



- Cierre de logo



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Stories

El uso que se le puede dar a las Historias de Instagram es infinito y depende mucho de la creatividad y los conocimientos en diseño de cada uno. Sin embargo, es importante tener en cuenta el formato en el que siempre debe estar la imagen, el contenido debe ser atractivo y en caso de ser un video, no debería extenderse de 15s de duración.

Formato

9:16 - 1080 x 1920px



Stories

Recuadros

- Foto con marco, text, logo



- Línea lzaq, Icono, logo, descripción



- foto, Descripción, fecha, logo



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Posteos

Este tipo de fórmulas son aplicables y restructurables en su necesidad, es importante que sean bastante limpias y concisas entre ellas. Pueden utilizarse tanto iconos como emojis en las placas de color pleno, teniendo mucho cuidado cuando sea necesario aplicarlas sobre imágenes, ya que podría competir con el icono o con el texto descriptivo.

Es importante siempre mantener una coherencia visual a medida que se va posteando en el feed. En lo posible deben subirse formulas 1x1 o 3x1.

Ej:

- 1 foto + img 95% blanco + imagen color
- 3 fotos full color

* En formato carrusel se debe tener en cuenta que tipo de imagen viene. Manteniendo la indicada siempre al principio de post.

Formato opciones para el feed

1:5 - 1080 x 1350px



1:1 - 1080 x 1080px



Posteos

Fotos y placas plenas

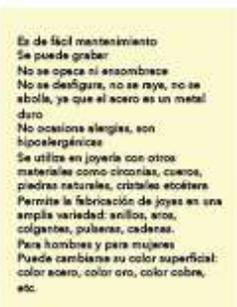
- Fondo pleno, icono, texto, logo



- Collage



- Imagen 85%, texto, logo



- Foto, logo



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



TODO EN ACERO QUIRÚRGICO

Relización de diseño de marca
y concepto para usos de redes
2020 - 2021



Grupo Profoco

2.2.7 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales

Emprendimiento:	Accesorios Miri
Rubro:	Venta de Accesorios



Red social	Horarios	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	Información
Instagram 		No recomendabl	11 am - 1 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm		El miercoles tiene el mayor nivel de interaccion
Facebook 		1-4 pm		1-4 pm		1-4 pm	1-4 pm	1-4 pm	Fines de semana tiene mayor intereacción
IMPORTANTE:	<ul style="list-style-type: none"> - Tener en cuenta las fechas importantes de calendario para preparar posteos especiales (Ver Hoja 2 "Calendario") - Esto es una guía, tener en cuenta lo que a tu emprendimiento le resulta mejor. Modifica los días y horarios según la reacción que recibas (Likes, comentarios, shares) - Videos cortos o imágenes sin texto suelen ser los favoritos de los seguidores. - Te sugerimos reparar durante el fin de semana lo que se publicara durante la semana e incluso hacer una planificación mensual. 								

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

CALENDARIO DE FECHAS IMPORTANTES

Podés organizar acciones especiales en tus redes sociales (como eventos, colaboraciones, concursos, promociones, etc). El calendario muestra fechas importantes de Argentina y a nivel mundial. En amarillo están marcadas las épocas de ofertas y en gris avisos de mi parte.

ENERO						
Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Lunes
			1 Año nuevo	2	3	4
5	6 Día de los Reyes Magos	7	8	9	10	11
12	13	14 ¡Falta un mes para San Valentín! Prepará tus estrategias	15	16	17	18



2.3 Goal Arquitectura



2.3.1 Denominación

Se hizo un trabajo de naming para el nuevo nombre del negocio y la identidad del mismo, el cual llevo a “GOAL interiores” que es pasar del emprendimiento anterior a un trabajo de una redefinición de un nuevo negocio con

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

una nueva oferta servicio. Dicho nombre fue buscado dentro de la base de datos el INPI para poder registrar el mismo, y nadie lo tiene registrado, por lo que tiene total disposición del mismo.

Antes	Ahora
Goal Arquitectura	Goal Interiores

2.3.2 Nuevo logo

Antes	Ahora
	

2.3.3 Asistencia desde el programa

Se desarrolló un proceso estandarizado para que con un formulario se puedan conocer las preferencias y necesidades de cada cliente,

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfNfM0qYfzYH43Y5FXn3WAYII5e_E_TbI4KYpnYJX99mtYqDw/viewform

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



Asesorías Online

Nos sentimos muy honrados de que esté interesado nuestro servicio y nos encantaría obtener más información sobre su proyecto de diseño de interiores. Completa el Cuestionario a continuación lo mejor que puedas (cuanto más especifique, mejor) y nos pondremos en contacto dentro de 24 horas. ¡Muchas gracias!
Goal Interiores.

*Obligatorio

Dirección de correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico

Nombre y Apellido

Tu respuesta

Edad

Tu respuesta

Domicilio

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

¿Que tipo de asesoría te interesa?

Plan Inspiración
 Plan 3D
 De Compras
 No lo decido

Que lugar o espacio te gustaría decorar o remodelar?

Tu respuesta

¿En qué estado se encuentra este espacio?

Sin muebles
 A medio amoblar
 Necesita un cambio
 Otro

¿Cuál es tu necesidad para este ambiente o que es lo que quieres lograr? Mas allá de su función también puede haber una necesidad de mayor luminosidad, más color o confort.

Tu respuesta

Envíame una copia de mis respuestas.

Enviar

También se desarrollaron tres nuevos productos enfocados remodelación de un interior del hogar



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



De esta manera el ticket es más pequeño y es mucho más fácil poder cerrar un trato comercial, el primero son sólo consejos de diseño tips para mejorar sus ambientes aconsejando paleta de colores y algunos accesorios con muebles que mejore el interior, en el segundo ya hay un desarrollo con imágenes reales con el interior específico de cada cliente aconsejando también paleta de colores y muebles específicos, el tercer producto tiene que ver con una mejora del segundo donde hay más nivel de detalle en cuanto a litros de pintura, centímetros de cortinas, metros de alfombras, relevamiento de precios y consejos de donde comprar no sólo en esta instancia se aconseja que se propone una remodelación del interior sino también se avanza hacia el consejo de compras final el siguiente es un ejemplo real de uno de los primeros trabajos de Goal interiores realizado el presente año

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



PROYECTO INTERIORISMO
 LOCAL: LIVING
 DIRECCION: Saita Capital.

REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE: Renovación de colores en tonos claros, "mantener los blancos". Espacio principal living conectado con Altillo en doble altura. A considerar la expansión de dimensiones de los sillones e iluminación del espacio bajo entrepiso. Mantener el tono de madera en carpinterías, escaleras y mobiliario.

EQUIPAMIENTO EXISTENTE: Mobiliario fijo existente, living, escalera de madera-metal, solado.

Concepto sugerido "claridad":

ESTILO DESEADO "BOHEMIO CLARO"



Estilo Bohemio: Se dice que proviene de grupos nómadas y de culturas como la gitana árabe y marroquí, donde la música, el baile y las reuniones sociales son un modo de vida. También podemos identificar parcialmente en este estilo a la corriente hippie de los años 70. El boho más puro se define por el abundante empleo de colores saturados y oscuros en paredes y mobiliario, pero en este caso se emplearán tonos claros para generar amplitud y luminosidad.

Este estilo es propio de una persona vital, desenfadado, relajado y pacífico, con gusto por el arte, la creación artesanal y el respeto a la naturaleza.

Premisas:

- TEXTILES DEL MUNDO
- TAPICES ARTESANALES
- NATURALEZA
- ARTE
- MUEBLES VINTAGE

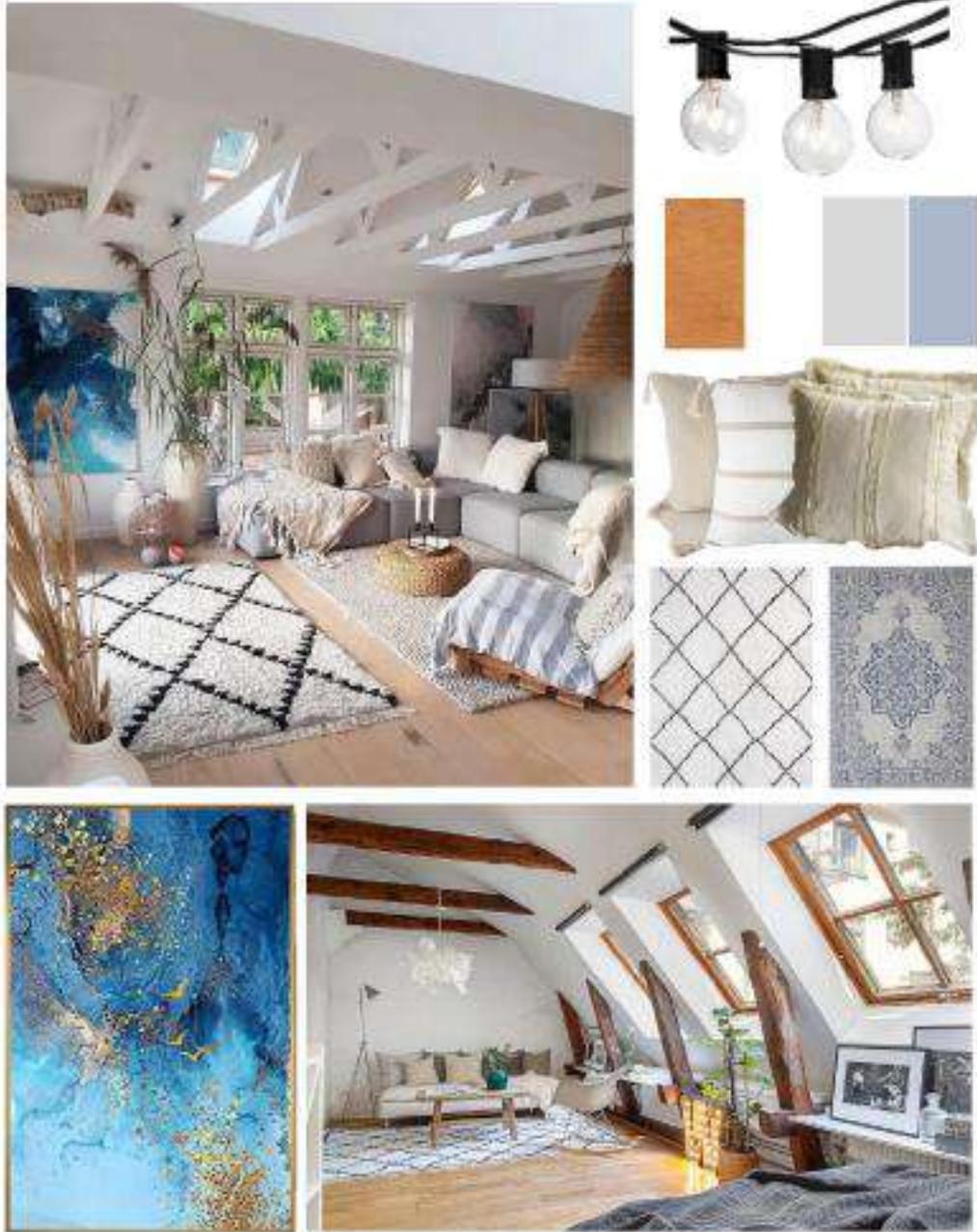
Lo que caracteriza a esta «versión ligera» del estilo bohemio elegida es el uso estratégico y mesurado del color en mobiliario y elementos decorativos, priorizando los tonos neutros y la luz natural para aportar una mayor claridad al espacio, e introduciendo algunos detalles elegantes que aporten contraste y salpiquen de color el conjunto, convirtiéndolo en único y personal.



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

PROPUESTA

COLORIMETRIA ELEGIDA: GAMA DE GRISES, BLANCOS, CEDRO Y ARTE EN AZULES.



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

ESPACIOS RESULTANTES



Debido a que el mobiliario existente de madera es de tonos oscuros, se dispondrá emplear tonos claros y neutros en el resto del espacio para lograr un ambiente amplio y luminoso.

CERRAMIENTOS: los tonos elegidos son blanco puro en paredes y cielorraso. Pudiendo elegir otros tonos dentro de la paleta, pero siguiendo el lineamiento de claros.

Se dispondrá en la posible pintar el cielorraso de entrepiso en tono claro para reforzar la claridad y ayudar a la iluminación nueva.

MOBILIARIO: en el existente se ampliará la medida de asiento de sillones para tener dimensiones más cómodas (60cm mínimo de asiento), en las esquinas se dejará un espacio para no superponer y se podrá ampliar la mesa de apoyo. Tapizado en tono gris y soporte extendido en mismo tono para generar unidad.

Se agregará una mesa de centro en un tono más claro que respetará las medidas más adelante indicadas. También una vinoteca bajo escalera.

TIPS A RESPETAR:

- *Mantener estilo de Mobiliario*
- *Colores de la paleta neutros*
- *Se pueden usar varias estampas pero sin saturar de colores*
- *Mesa de centro puede ser un mueble restaurado en tono mas claro*
- *Lamparas de papel o fibra natural.*
- *Elementos artisticos darán los toques de color al espacio.*

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



ILUMINACION: Se reforzará la iluminación bajo entrepiso empleando lámparas colgantes en ambos extremos o una línea de guirnaldas. En ambos casos la pantalla podrá ser de fibras naturales o lámparas en tonos cálidos.

DECORACION: En este tipo de Estilo se pueden mezclar varios lineamientos de otros estilos decorativos por lo que solo se intentara no saturar el espacio de colores para mantener la premisa de Claridad.

ARTE: los toques de color lo pueden dar amplios cuadros en colores referidos, en este caso se priorizo el Azul, pero se puede intercambiar en el tiempo. Mantener los marcos en un solo tono o combinario con tonos tierra o dorados.

TEXTILES: Para los sillones dado que son colores claros se recomienda el uso de tapizados de fibras o cuero de fácil mantenimiento.

Para acompañar este estilo se recomienda el uso de una alfombra para remarcar la centralidad del espacio y darle confort visual.

El cortinado puede seguir los tonos de la paleta o mantenerse blanco

La chimenea se puede pintar en tono blanco o arena.

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

MOBILIARIO EN CONSULTA

MUEBLE BAJO ESCALERA

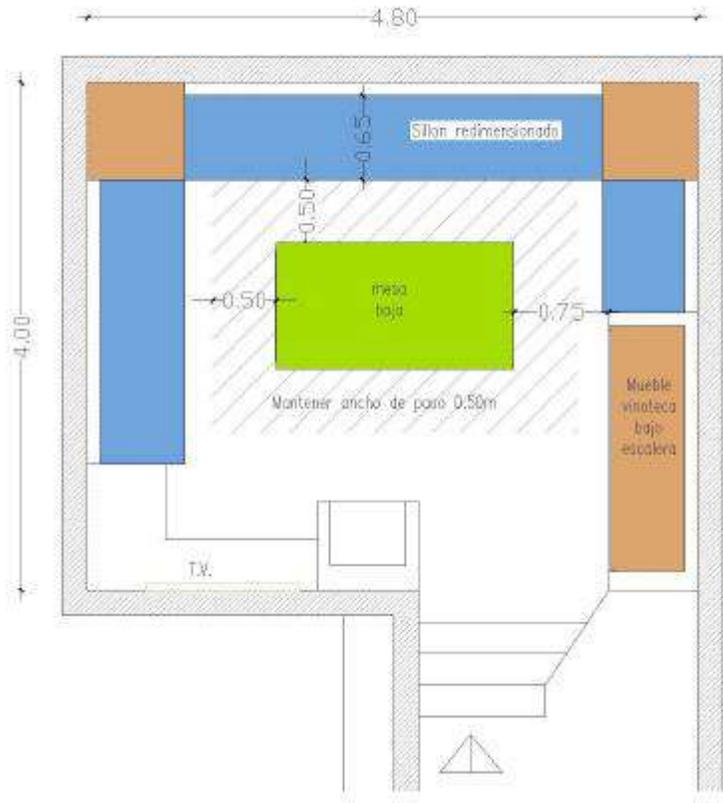
Según las medidas del espacio se podrá disponer de un sector de almacenamiento a la vista de vinos y copas, y otro donde guardar los elementos de apoyo y servicio, no se contempla la heladera cava pero también podría incorporarse dado su pequeño tamaño.

Para mantener la limpieza en el espacio de mesa se recomienda hacer una tapa bajo la escalera a modo de evitar caída polvo u cualquier otra partícula que pueda desprenderse del calzado.



*Todos los trabajos en carpintería a medida deben ser relevados en el lugar, ésta es solo una disposición sugerida según las medidas que se pueden deducir de fotos enviadas.

LAYOUT PROPUESTA

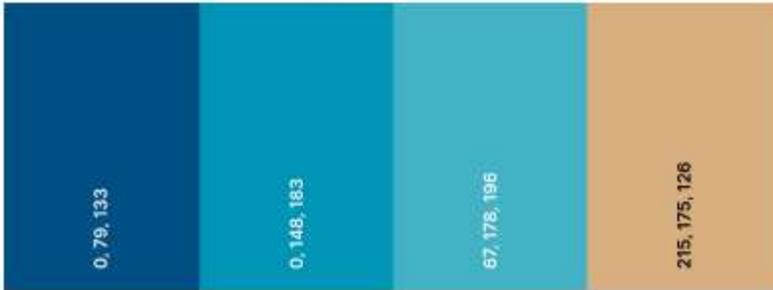


PALETAS DE COLOR

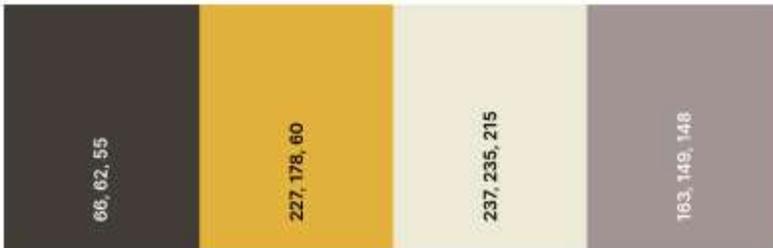
Paleta empleada usada en el Proyecto, "Blanco y grises cortados".



Colores en combinación: Arte. Este es el color que pueden cambiar por otros en el tiempo.



*Sugerencia: Esta paleta se sugiere si quisieran subir el tono a algunos planos manteniendo siempre el blanco de fondo y seguir en la línea bohémia.



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Para Materializar tu cambio te sugerimos éstas Casas de Decoración y proveedores en Salta:

TAPIZADOS:

Estilo Muebles Tel 3874328005

PINTURA:

Pinturerías Martel SUCURSAL CENTRO La rioja 969 SALTA

Tel.: (0387) 4232566 / 2221 / 3717 / 4269803 / 9804

rioja@martel.com.ar

DECORACION:

Casa Bello Salta Balcarce 290

ILUMINACION:

Metainor electricidad Av. Chile 1449

Easy Shopping Portal Salta

Home design - 10 de Octubre 47 Cel.3876 14-9413 Melanie.

Las Durrieu Muebles y Decoración San Lorenzo 0387-154-024392



Cel. 3874834833



2.3.4 Plataformas de E-commerce

Se desarrolló la remodelación de su facebook con nuevo diseño

<https://www.facebook.com/goal.interiores/>

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



Fotos [Ver todo](#)

Goal Interiores
17 de marzo · 🌐

Seguimos en modo Moodboard, ahora ya te das una idea de su uso y lo practico que es para empezar tu dieño.

2 Estilos "norte" , uno lejano y uno de mas que "cercano"...

👉 Mood Estilo Nordico: originario de Noruega, Suecia y Dinamarca, y es considerado uno de los más populares del mundo. También llamado ESCANDINAVO.... [Ver más](#)

living

Escandinavo

Videos [Ver todo](#)

https://www.instagram.com/goal_interiores/



goal_interiores [Seguir](#) [...](#)

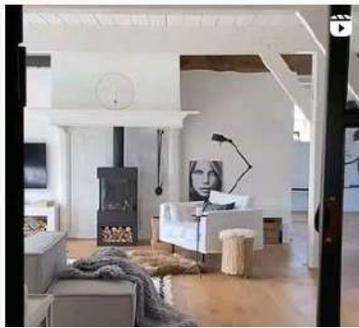
24 publicaciones 347 seguidores 1.140 seguidos

Goal Interiores
Estudio de diseño de interiores
"El espacio que deseas sacara lo mejor de ti"

- ✂️ Diseño de Interiores
- ✂️ Asesorias
- ✂️ Album de Ideas
- @silvana_g.almendras
- 📍 Salta Argentina
- linktr.ee/goal.interiores

Consejos Paletas Estilos Deco Formas de ... Servicios Sobre mi

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Con la asistencia del equipo PROFOCO implementó la participación un una nueva plataforma virtual de google my business

<https://goal-interiores.negocio.site/>

☰ Goal Interiores ■ Obtener Presupuesto ☎ Llamar Ahora

Goal Interiores

Diseño Interior Online
Abierto hoy hasta las 18:00

[OBTENER PRESUPUESTO](#)



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

DISEÑAMOS TU ESPACIO

*Servicio de Diseño interior para espacios reducidos (hasta 25m2).
Te damos una solución con un proyecto acorde a tus necesidades.
Puede ser una guía de diseño para que lo hagas por tus medios., o una más específica con materiales y proveedores para un resultado mas concreto.*

GALERÍA



2.3.5 Asistencia en registro de marca en el INPI

Se asesoró a esta compañía para que registre la propiedad intelectual de su marca en el INPI. Se desarrolló conjuntamente con el CONICET una jornada donde miembros de esta empresa participaron sobre conceptos de propiedad intelectual

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2021	

Te recomendamos la siguiente herramienta

LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LAS PYMES

¿Qué es y cómo puede potenciar el crecimiento de la empresa?
a cargo del **Dr. Fidel Pérez**

11/3
15 hs.

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN
<https://bit.ly/2D7rRRt>

CUPOS LIMITADOS






para tu Comercio Salteño

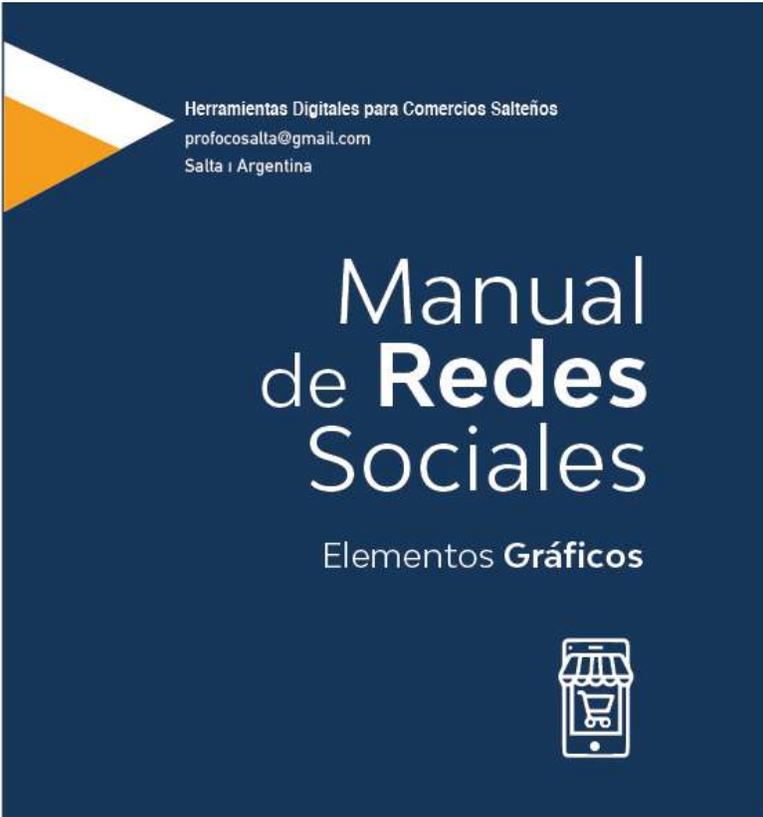
profoco
enfoca tu comercio

profocosalta@gmail.com

Salta | Argentina 2020

2.3.6 Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Datos a tener en cuenta

Un estrategia visual para usar en las redes, debe considerar el uso de colores de la marca y su paleta complementaria

Tenemos que tener coherencia y armonía en el uso de los elementos que deben evolucionar con el tiempo siempre de forma complementaria armónica y dinámica.

Se aconseja usar una paleta coherente y filtros que tengan que ver entre sí.

* Siempre hacer aplicaciones en el feed y en las stories en conjunto, para cada posteo.
Tener en cuenta la estética general del feed y la dinámica de posteos en tres subidas y la posibilidad de postear en carrusel.
De acuerdo a esta temática es conveniente fraccionar fotos ocupando 6 posteos con una foto fraccionada en partes.

Feed



stories

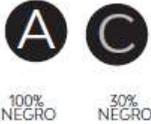


Paleta de Color



Colores
 Se propone trabajar con los colores neutros (negro y gris) en la marca para que luego se puedan variar las paletas en los posteos con colores fuertes. tomar siempre un color pleno princial en este caso se sugiere el magenta.

Color de texto sobre color



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Tipografía complementaria de la marca

Familia
EUROESTILE

Aa

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ~ ! @ #

Símbolos \$ % > & * [] - _ = + , >

Párrafo Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit.

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Elementos Distintivos

1. Títulos destacados

Aplicación de la variación tipográfica itálica para títulos y también texto de descripción de contenido

3. Recuadro para texto

Rectángulos utilizados para resaltar texto y despegarlo del fondo. Puede utilizarse sobre imágenes y fondos plenos.



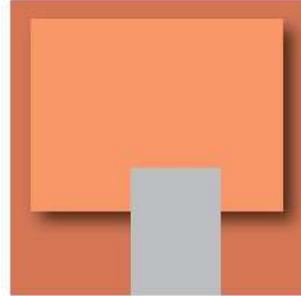
2. Iconos para agregar

Iconos de geolocalización y versiones de productos nuevos.

Estos pueden estar presente en cualquier pieza gráfica.

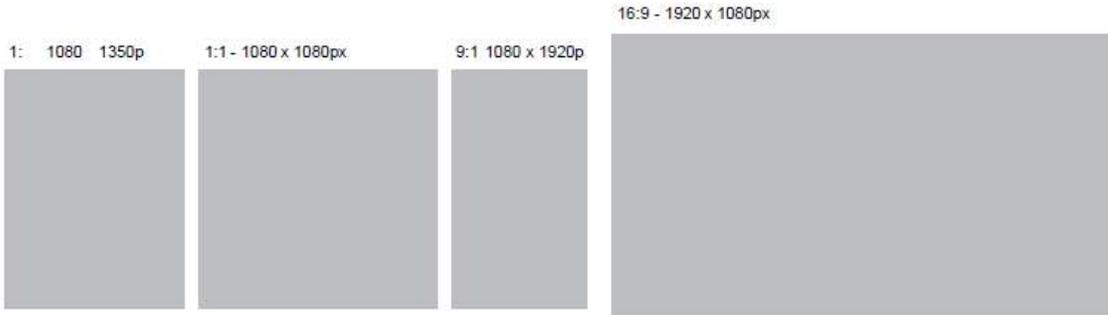
4. Recuadro sobre imagen

Este recuadro se emplea solo sobre fotos tipo retrato para resaltar al autor de una cita o resaltar al protagonista de un enunciado.

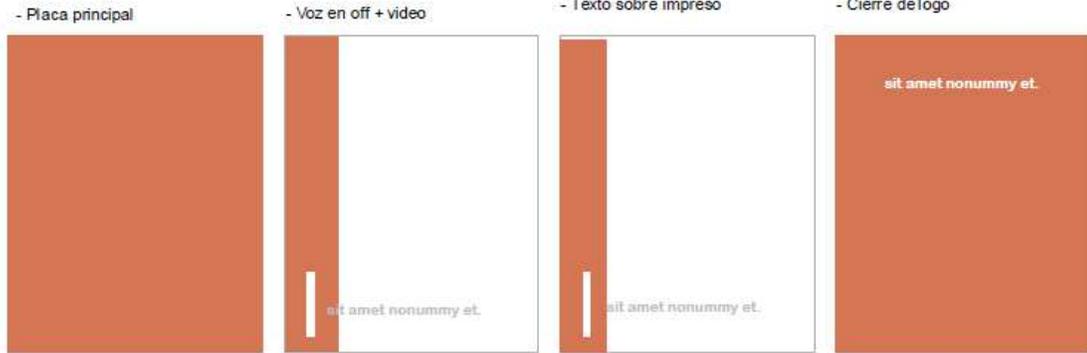


Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

VIDEO



Cápsula de promoción



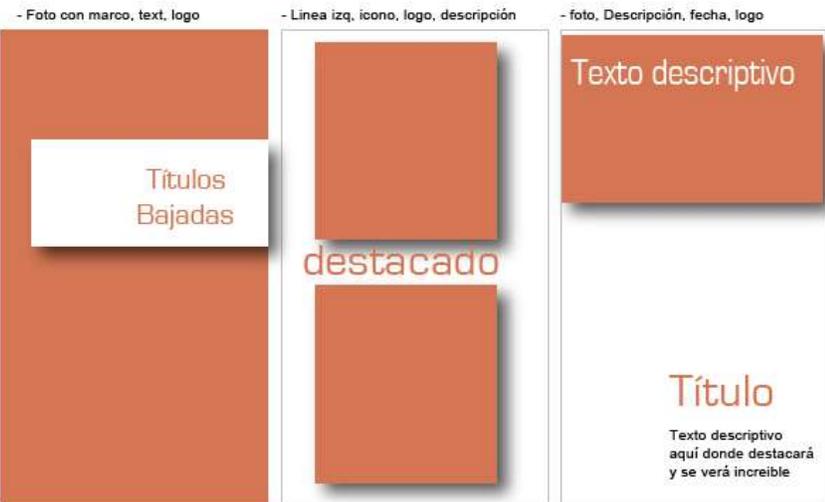
Stories

Recuadros

Formato
9:16 - 1080 x 1920px

El uso que se le puede dar a las Historias de Instagram es infinito y depende mucho de la creatividad y los conocimientos en diseño de cada uno.

Sin embargo, es importante tener en cuenta el formato en el que siempre debe estar la imagen, el contenido debe ser atractivo y en caso de ser un video, no debería extenderse de 15" de duración.



Posteos
Fotos y placas plenas

Este tipo de fórmulas son aplicables y restructurables en su necesidad, es importante que sean bastante limpias y concisas entre ellas. Pueden utilizarse tanto íconos como emojis en las placas de color pleno, teniendo mucho cuidado cuando sea necesario aplicarlas sobre imagenes, ya que podría competir con el ícono o con el texto descriptivo.

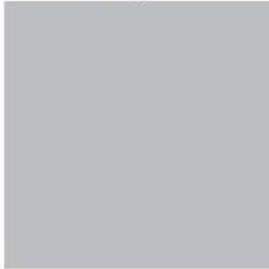
Es importante siempre mantener una coherencia visual a medida que se va posteando en el feed. En lo posible deben subirse formulas 1x1 o 3x1.

Formato opciones para el feed

1:5 - 1080 x 1350px



1:1 - 1080 x 1080px



* En formato carrusel se debe tener en cuenta que tipo de imagen viene. Manteniendo la indicada siempre al principio de post.

- Fondo pleno, ícono, texto, logo



- Collage



- Imagen 85%, texto, logo



- Foto, logo



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



Realización de diseño de marca
y concepto para usos de redes
2020 - 2021

enfocá tu comercio

Grupo Profoco

2.3.7 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Emprendimiento:	GOAL interiores
Rubro:	Diseño de interiores



Red social	Horarios	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	Informacion
Instagram 		No recomendable	11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		El miercoles tiene el mayor nivel de interaccion
Facebook 		1-4 pm		1-4 pm		1-4 pm	1-4 pm	1-4 pm	Fines de semana tiene mayor intereacción
IMPORTANTE:	<ul style="list-style-type: none"> - Tener en cuenta las fechas importantes de calendario para preparar posteos especiales (Ver Hoja 2 "Calendario") - Esto es una guía, tener en cuenta lo que a tu emprendimiento le resulta mejor. Modificá los días y horarios según la reacción que recibas (Likes, comentarios, shares) - Videos cortos o imágenes sin texto suelen ser los favoritos de los seguidores. - Te sugerimos reparar durante el fin de semana lo que se publicara durante la semana e incluso hacer una planificación mensual. 								

CALENDARIO DE FECHAS IMPORTANTES

En este calendario podés organizar acciones especiales en tus redes sociales (como eventos, colaboraciones, concursos, promociones, etc). El calendario está completo con las fechas importantes de Argentina y a nivel mundial. En amarillo están marcadas las épocas de ofertas y en gris avisos de mi parte.

ENERO						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1 Año nuevo	2	3
4	5	6 Día de los Reyes Magos	7	8	9	10
11	12	13	14 ¡Falta un mes para San Valentín! Prepará tus estrategias	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24

2.4 Atacopampa

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



2.4.1 Nuevo Logo

Antes	Ahora
	

2.4.2 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor

ATACOPAMPA está en un proceso de hacer un cambio en su estrategia de venta de conservas regionales o un proceso de desarrollo de distribuidores locales para eso mejoró la imagen de su marca y desarrolló nuevos productos y actualmente está en un proceso de lanzamiento de una nueva fábrica aprovechando todos estos cambios se desarrolló una buena campaña de difusión. El siguiente es un detalle de las publicaciones de la empresa en distintos medios:

Relanzamiento de la nueva marca

<https://insalta.info/enfoque/conservas-atacopampa-el-desafio-de-un-emprendedor-que-no-acepta-limitaciones>

Apertura nueva fábrica

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

<https://www.youtube.com/watch?v=dZBEYZwFT8>

Visita de la intendente de la ciudad de Salta a la nueva planta de ATACOPAMPA

<https://www.youtube.com/watch?v=yflfNjbX2uk>

2.4.3 Alianzas estratégicas y estrategia de distribución

Una de las recomendaciones del equipo PROFOCO fue poder desarrollar alianzas estratégicas con otro tipo de empresas con productos con sinergia a los productos de la empresa

<https://www.sugeridos.com.ar/servicios/alimentos-naturales/92/conservas-atacopampa>

<https://www.cafayatewines.com.ar/conservas/conservas-atacopampa/>

<https://www.picuki.com/profile/atacopampa>

<https://e-levinc.com/productor/41/ATACOPAMPA>

Estrategia de distribución

El objetivo de propietario Santiago de la Cuesta fue desarrollar una estrategia de distribución y dejar de ofrecer sus productos en su propio mostrador.

La recomendación del equipo PROFOCO diferenciarse de los demás productos regionales y artesanales de conservas para esto se desarrolló un catálogo específico para ser presentado ante potenciales distribuidores

2.4.4 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Emprendimiento:	Atacopampa
Rubro:	Venta Conservas



Red social	Horarios	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	Información
Instagram 		No recomendable	11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		El miercoles tiene el mayor nivel de interaccion
Facebook 		1-4 pm		1-4 pm		1-4 pm	1-4 pm	1-4 pm	Fines de semana tiene mayor intereacción
IMPORTANTE:	<ul style="list-style-type: none"> - Tener en cuenta las fechas importantes de calendario para preparar posteos especiales (Ver Hoja 2 "Calendario") - Esto es una guía, tener en cuenta lo que a tu emprendimiento le resulta mejor. Modificá los días y horarios según la reacción que recibas (Likes, comentarios, shares) - Videos cortos o imágenes sin texto suelen ser los favoritos de los seguidores. - Te sugerimos reparar durante el fin de semana lo que se publicara durante la semana e incluso hacer una planificación mensual. 								

CALENDARIO DE FECHAS IMPORTANTES
En este calendario podés organizar acciones especiales en tus redes sociales (como eventos, colaboraciones, concursos, promociones, etc). El calendario está completo con fechas importantes de Argentina y a nivel mundial. En amarillo están marcadas las épocas de ofertas y en gris las de reparte.



ENERO						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1 Año nuevo	2	3
4	5	6 Día de los Reyes Magos	7	8	9	10
11	12	13	14 ¡Falta un mes para San Valentín! Prepará tus estrategias	15	16	17

Lunes	Martes
1	2
8	9
15 Carnaval	16 Carnaval

2.4.5 Brochure

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

¡Buenos momentos, con ricos sabores!

conservas
Atacopampa

Salta - Argentina

 Conservas Atacopampa

 Atacopampa

 0387 605-5972

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Nos dedicamos a producir, comercializar y distribuir alimentos en conservas sin aditivos químicos agregados y de la manera más amigable con el medio ambiente.

Hacemos escabeche de hongos, ají locoto, porotos blancos, porotos negros y berenjenas.

conservas
Atacopampa

¡Buenos momentos, con ricos sabores!

Soy Santiago de la Cuesta, soy el fundador y director de este gran proyecto que junto a Celedonio de la Cuesta llevamos a cabo. Tengo 27 años, perdí la vista gradualmente, seguí siempre adelante con mucha fuerza, entusiasmo y amor por la vida.

“Conservas Atacopampa” es una empresa que empecé en Septiembre del 2017 debido a mi inquietud emprendedora, ya que, por mi discapacidad visual, insertarme en el sistema laboral fue inaccesible.

Por eso le dí forma a esta idea de negocio y creé mi propia fuente de ingresos.

conservas
Atacopampa

¡Buenos momentos, con ricos sabores!

- “Ser ciego para mí supone un desafío inmenso, en el que me supero día a día, con cada acción y cada logro. Trabajando por mí, por mi familia y el país.”

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Conservas

Hongos en Escabeche



Esta receta está inspirada en una verdadera innovación familiar.

Tiene 4 tipos de hongos incluidos en el mismo frasco portobello, champiñón, hongos secos de pino y gírgolas traídas del localidad de Cerrillos; con un maridaje de vinagre de alcohol, vino blanco y aceite de la mejor calidad condimentados con orégano, pimentón dulce, ají molido, pimienta en grano, ajo picado, laurel y sal.

Excelente para acompañar carnes, salsas, pizzas, entradas, entre otros.

Mayorista: \$290

Minorista: \$360



conservas
Atacopampa

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Conservas

Poroto Negro en Escabeche



Realizado con porotos negros traídos de la localidad de Las Lajitas, Anta.

Se integran pimientos y cebollas cortados en pequeños cuadraditos con vinagre de alcohol y aceite de la mejor calidad; condimentado con orégano, pimentón dulce, ají molido, pimienta en grano, ajo picado, laurel y sal. En el tiempo de cocción adecuada dan por resultado la cremosidad justa.

Esta receta proviene de la antigua cocina de mi abuela, especial para acompañar picadas gourmet, entre otros.

Mayorista: \$185

Minorista: \$230



conservas
Atacopampa

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Conservas

Berenjenas en Escabeche



Realizada con berenjenas peladas y cortadas en rectángulos medianos inmersas en vinagre de alcohol y aceite de la mejor calidad, condimentadas con orégano, pimentón dulce, ají molido, pimienta en grano, ajo picado, laurel y sal.

Una receta tradicional y sencilla a la cual la empresa aporta calidad dando un producto por excelencia. Bueno para incluir en pizzas y picadas gourmet.

Mayorista: \$185

Minorista: \$230



conservas
Atacopampa

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Conservas

Poroto Blanco en Escabeche



Realizados con porotos blancos Alubia proporcionados por productores locales de Las Lajitas, Anta.

Se preparan junto a pimientos y cebollas picados en cuadraditos, en vinagre de alcohol, vino blanco y aceite de la mejor calidad, condimentado con orégano, pimentón dulce, ají molido, pimienta en grano, ajo picado, laurel y sal.

Receta milenaria de la familia.

Excelente acompañante de asados, picadas gourmet, entre otros.

Mayorista: \$185

Minorista: \$230



conservas
Atacopampa

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Conservas
 Aji Locoto en Escabeche



De origen Andino, el aji locoto proporciona un sabor picante exclusivo de cualquier paladar preparado para sentir verdadero picor, acompañado de cebollas y bastones de zanahorias embebidos por todo el poder del Aji Locoto hacen de este escabeche una prueba infaltable en la vida de un buen comensal.

Sumergidos en vinagre de alcohol, vino blanco y aceite de la mejor calidad y condimentado con orégano, pimentón dulce, pimienta en grano, ajo picado, laurel y sal.

Compañía Premium de cualquier asado o acompañado con snacks en una noche de películas.

Mayorista: \$200
 Minorista: \$260

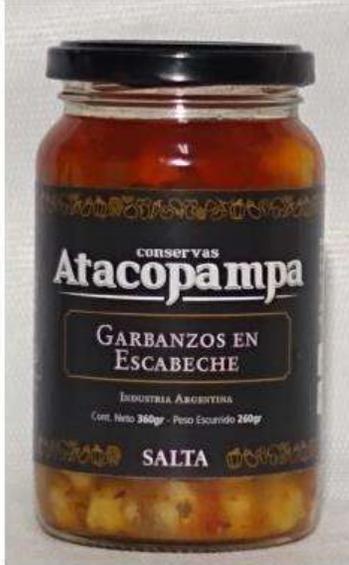


conservas
Atacopampa

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Conservas

Garbanzos en Escabeche



Realizado con Garbanzos cosechados de la mejor calidad, acompañado con cebollas y pimientos cortados en dados pequeños para favorecer su manejo a la hora de probar, cubiertos por vinagre de alcohol, vino blanco y aceite y condimentado con orégano, pimentón dulce, ají molido, pimienta en grano, ajo picado, laurel y sal.

Excelente acompañante de asados, picadas gourmet, entre otros.

Mayorista: \$185

Minorista: \$230

conservas
Atacopampa

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Conservas

Cebollas Caramelizadas en Escabeche



Cebollas cuyo proceso de caramelización se realiza de manera lenta para su mejor cocción y sabor óptimo.

Es la compañía perfecta para aquellos gustos agri dulces que pueden acompañar cualquier carne y picada.

Elaborado con vinagre de alcohol, vino blanco y aceite y condimentado con orégano, pimentón dulce, ají molido, pimienta en grano, ajo picado, laurel y sal.

Mayorista: \$185

Minorista: \$230



conservas
Atacopampa

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Conservas

Pimientos en Escabeche



Pimientos cortados en cuadrados justos para cualquier porción junto a una tostada recién preparada.

Su sabor ahumado hacen de este escabeche una explosión de sabores y una conjunción de los mismos en un deleite para el paladar.

El toque de humo con vinagre de alcohol, vino blanco, aceite y condimentado con orégano, pimentón dulce, ají molido, pimienta en grano, ajo picado, laurel y sal agregan un nuevo sabor a tu vida.

Mayorista: \$210

Minorista: \$260



conservas
Atacopampa

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Conservas

Berenjenas y Pimientos en Escabeche

Tenemos aquí el choque de dos estrellas en Conservas Atacopampa.

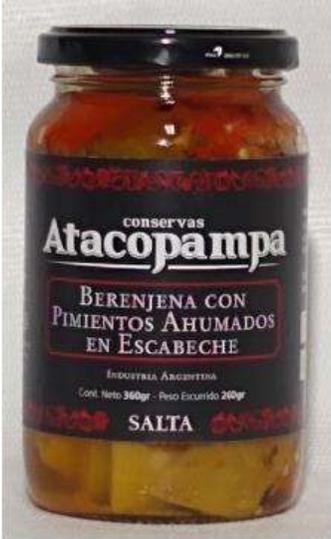
Berenjenas y pimientos unidos en un solo escabeche, preparados con un suave toque de humo para producir una fusión perfecta de sabores.

Aquí somos presentes de la creación de un nuevo sabor y un nuevo logro llevado a tu mesa.

Elaborado con vinagre de alcohol, vino blanco, aceite y condimentado con sal, ají molido, pimentón dulce, ajo picado, pimienta negra en grano y laurel.

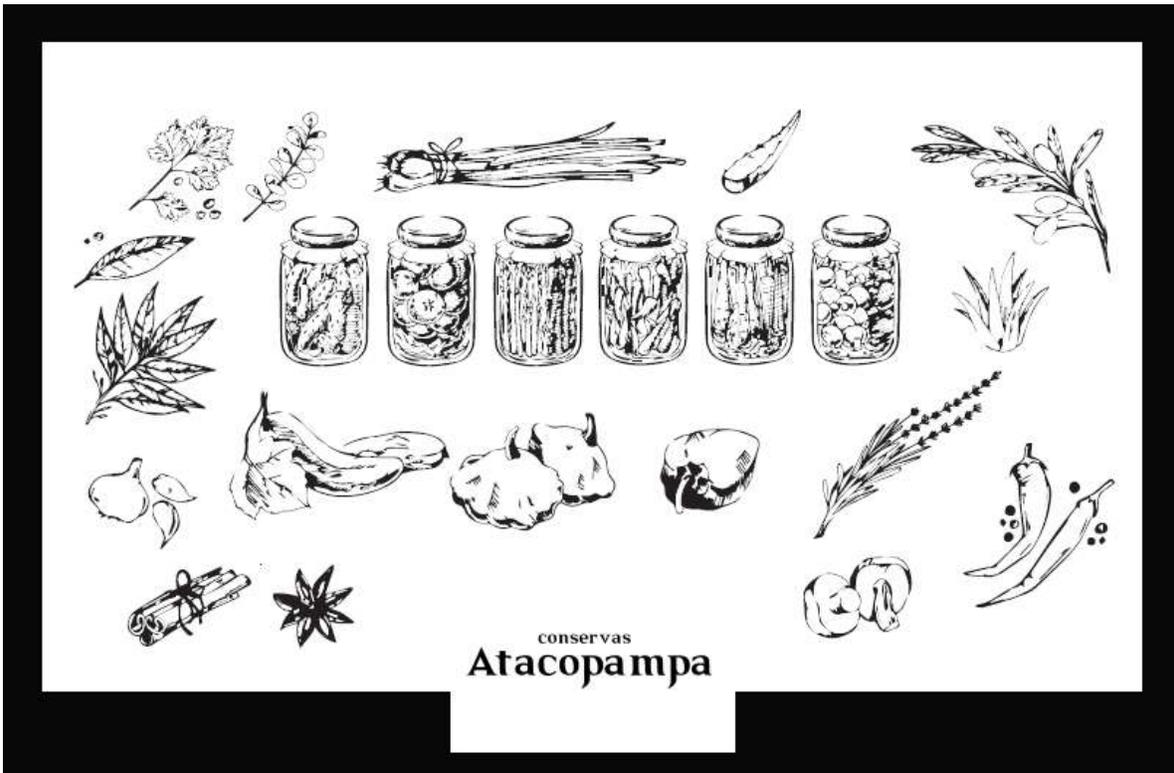
Mayorista: \$210

Minorista: \$260



conservas
Atacopampa

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



2.5 El rincón del pastel



2.5.1 Denominación

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Unos de las recomendaciones del equipo PROFOCO, fue salirse del actual nombre, entendíamos que no hace una referencia específica a sus actuales productos y sería complejo poder posicionar este nombre en la mente de potenciales consumidores. Ya que desarrollaríamos una nueva y mejor comunicación recomendamos empezar con un nuevo nombre, en un trabajo de namig se propusieron los siguientes nombres:

- 1.-dulces de ensueño
- 2.- capas dulces
- 3- el punto dulce
- 4.- la reina del pastel
- 5.- fantasías dulces
- 6.- dulces tentaciones
- 7.- delicias dulces
- 8.- dulce rincón
- 9.- la pastelería de la abuela
- 10.- la canasta dulce

La emprendedora preseleccionó los siguientes nombres:

- 1.- dulce momento
- 2.- dulce rincón
- 3.- dulces creaciones

Luego de un análisis de los últimos tres nombres resultó a satisfacción de la emprendedora: **DULCE RINCÓN**

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

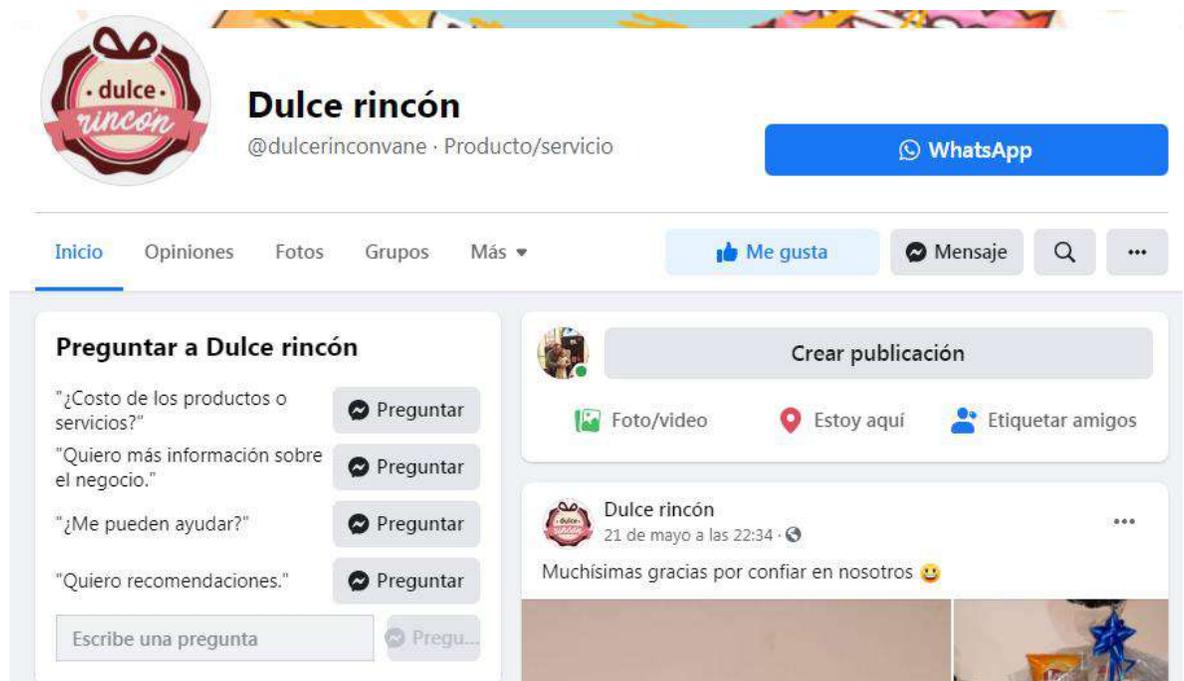
2.5.2 Nuevo logo



2.5.3 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor

Con la nueva denominación y nuevo logo se desarrolló un nuevo Instagram

<https://www.facebook.com/dulcerinconvane/>



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Dulce rincón [WhatsApp](#) [Me gusta](#) [Mensaje](#) [Q](#) [...](#)

Preguntar a Dulce rincón

- "¿Costo de los productos o servicios?" [Preguntar](#)
- "Quiero más información sobre el negocio." [Preguntar](#)
- "¿Me pueden ayudar?" [Preguntar](#)
- "Quiero recomendaciones." [Preguntar](#)

[Pregu...](#)

Información [Ver todo](#)

i realizamos tortas, tartas, masas finas para eventos, pionono, tronquitos, pasta frola, cabsha, lemon pie, cajas sorpresa, chocofrases, desayunos lo qu... [Ver más](#)



Dulce rincón [WhatsApp](#) [Me gusta](#) [Mensaje](#) [Q](#) [...](#)

Fotos [Ver todo](#)



Videos [Ver todo](#)

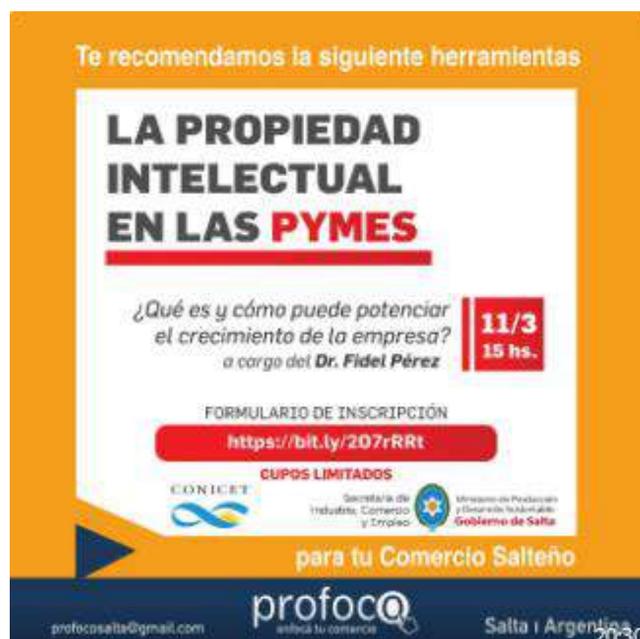



[4](#) [2 veces compartido](#)

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

2.5.4 Asistencia en registro de marca en el INPI

Se asesoró a esta compañía para que registre la propiedad intelectual de su marca en el INPI. Se desarrolló conjuntamente con el CONICET una jornada donde miembros de esta empresa participaron sobre conceptos de propiedad intelectual



2.5.5 Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales

Emprendimiento:	DULCE RINCON
Rubro:	Pastelería



Red social	Horarios	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	Información
Instagram 		No recomendabl	11 am - 1 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm		El miércoles tiene el mayor nivel de interacción
Facebook 		1-4 pm		1-4 pm		1-4 pm	1-4 pm	1-4 pm	Fines de semana tiene mayor interacción
Youtube 						12 pm - 4 pm	12 pm - 4 pm	9 am - 11 am	Las mayores visualización es durante el fin de semana.
IMPORTANTE:	<ul style="list-style-type: none"> - Tener en cuenta las fechas importantes de calendario para preparar posteos especiales (Ver Hoja 2 "Calendario") - Esto es una guía, tener en cuenta lo que a tu emprendimiento le resulta mejor. Modificá los días y horarios según la reacción que recibas (Likes, comentarios, shares) - Videos cortos o imágenes sin texto suelen ser los favoritos de los seguidores. - Te sugerimos reparar durante el fin de semana lo que se publicara durante la semana e incluso hacer una planificación mensual. 								

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

CALENDARIO DE FECHAS IMPORTANTES

En este calendario podés organizar acciones especiales en tus redes sociales (como eventos, colaboraciones, concursos, promociones, etc). El calendario está completo con fechas importantes de Argentina y a nivel mundial. En amarillo están marcadas las épocas de ofertas y en gris ausos de mi parte.



ENERO						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1 Año nuevo	2	3
4	5	6 Día de los Reyes Magos	7	8	9	10
11	12	13	14 ¡Falta un mes para San Valentín! Prepara tus estrategias	15	16	17

Lunes	Martes
1	2
8	9
15 Carnaval	16 Carnaval

2.5.6 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor

https://www.instagram.com/dulce_rincon_vg/



2.6 La casa de las ceras

2.6.1 Denominación

La recomendación del equipo PROFOCO fue salirse de la actual denominación y de la imagen que hacen referencia a la saga de la casa de papel,

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

no hace referencia a la actividad, no ayuda al posicionamiento de marca, se pierde el nombre entre las distintas búsquedas en redes sociales, en definitiva se debía refundar la imagen y denominación de la empresa.

Se propusieron las siguientes opciones

- 1.- piel de diamante
- 2.- el arca de la mujer
- 3.- boutique de la piel
- 4.- Zona ceras
- 5.- todo en ceras

Denominación	
Antes	Ahora
La casa de la ceras	El arca de la mujer

Entendemos que la nueva denominación hace mas referencia al consumidor objetivo.

2.6.2 Nuevo logo

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2021	

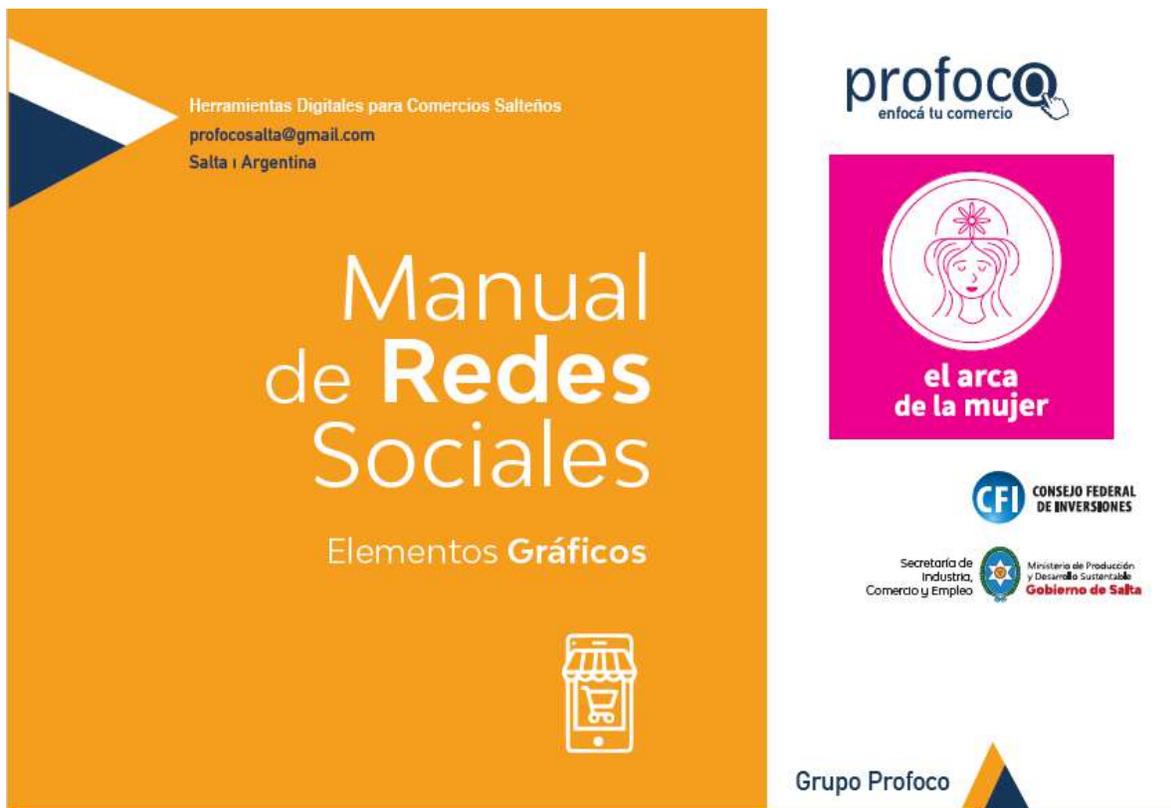


Se eligió el siguiente entre varias opciones

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Antes	Ahora
	

2.6.3 Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales



Herramientas Digitales para Comercios Salteños
profocosalta@gmail.com
Salta | Argentina

Manual de **Redes Sociales**
Elementos Gráficos



profoco
enfocá tu comercio

el arca de la mujer

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Secretaría de Industria, Comercio y Empleo
Ministerio de Producción y Desarrollo Sustentable
Gobierno de Salta

Grupo Profoco

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Datos a tener en cuenta

Un estrategia visual para usar en las redes, debe considerar el uso de colores de la marca y su paleta complementaria

Tenemos que tener coherencia y armonía en el uso de los elementos que deben evolucionar con el tiempo siempre de forma complementaria armónica y dinámica.

Se aconseja usar una paleta coherente y filtros que tengan que ver entre sí.

* Siempre hacer aplicaciones en el feed y en las stories en conjunto, para cada posteo.
Tener en cuenta la estética general del feed y la dinámica de posteos en tres subidas y la posibilidad de postear en carrusel.
De acuerdo a esta temática es conveniente fraccionar fotos ocupando 6 posteos con una foto fraccionada en partes.

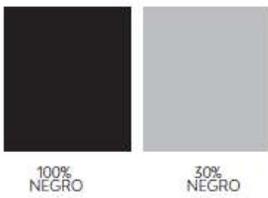
Feed



stories



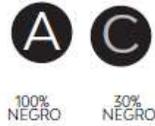
Paleta de Color



Colores

Se propone trabajar con los colores neutros (negro y gris) en la marca para que luego se puedan variar las paletas en los posteos con colores fuertes. tomar siempre un color pleno princiala en este caso se sugiere el magenta.

Color de texto sobre color



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Tipografía complementaria de la marca

Familia

Arial Rounded MT Bold

Aa

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ~ ! @ #

Símbolos : \$ % > & * () - _ = + , >

Párrafo : Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit.

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Elementos Distintivos

1. Títulos destacados

Aplicación de la variación tipográfica itálica para títulos y también texto de descripción de contenido

3. Recuadro para texto

Rectángulos utilizados para resaltar texto y despegarlo del fondo. Puede utilizarse sobre imágenes y fondos plenos.



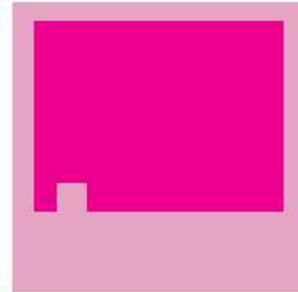
2. Iconos para agregar

Iconos de geolocalización y versiones de productos nuevos.

Estos pueden estar presente en cualquier pieza gráfica.

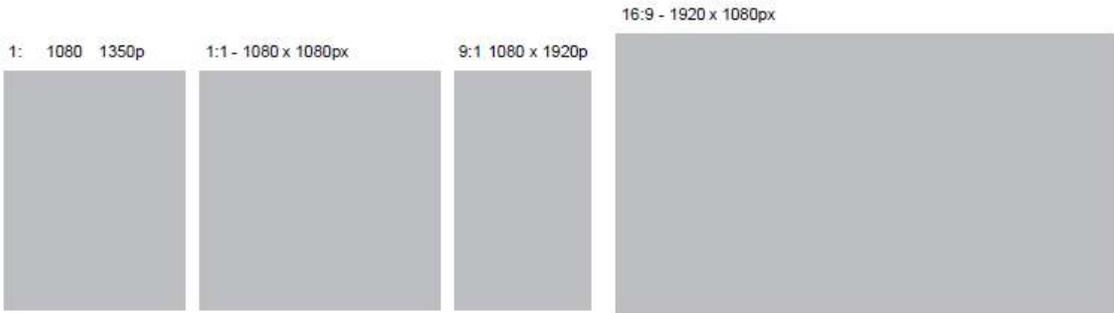
4. Recuadro sobre imagen

Este recuadro se emplea solo sobre fotos tipo retrato para resaltar al autor de una cita o resaltar al protagonista de un enunciado.



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

VIDEO



Cápsula de promoción

- Placa principal



- Voz en off + video



- Texto sobre impreso



- Cierre de logo



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Stories
Recuadros

Formato
9:16 - 1080 x 1920px



El uso que se le puede dar a las Historias de Instagram es infinito y depende mucho de la creatividad y los conocimientos en diseño de cada uno.

Sin embargo, es importante tener en cuenta el formato en el que siempre debe estar la imagen, el contenido debe ser atractivo y en caso de ser un video, no debería extenderse de 15" de duración.

- Foto con marco, text, logo



- Línea izq, icono, logo, descripción



- foto, Descripción, fecha, logo



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Posteos
Fotos y placas plenas

Este tipo de fórmulas son aplicables y restructurables en su necesidad, es importante que sean bastante limpias y concisas entre ellas. Pueden utilizarse tanto iconos como emojis en las placas de color pleno, teniendo mucho cuidado cuando sea necesario aplicarlas sobre imagenes, ya que podría competir con el icono o con el texto descriptivo.

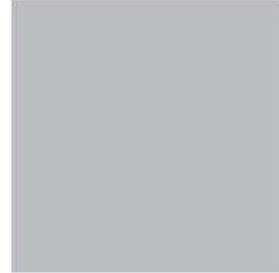
Es importante siempre mantener una coherencia visual a medida que se va posteando en el feed. En lo posible deben subirse formulas 1x1 o 3x1.

Formato opciones para el feed

1,5 - 1080 x 1350px



1:1 - 1080 x 1080px



* En formato carrusel se debe tener en cuenta que tipo de imagen viene. Manteniendo la indicada siempre al principio de post.

- Fondo pleno, icono, texto, logo



- Collage



- Imagen 85%, texto, logo



- Foto, logo



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



Realización de diseño de marca y concepto para usos de redes 2020 - 2021



2.6.4 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales

Emprendimiento:	El arca de la mujer
Rubro:	Venta productos de depilación



Red social	Horarios	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	Información
Instagram 		No recomendable	11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		El miércoles tiene el mayor nivel de interacción
Facebook 		1-4 pm		1-4 pm		1-4 pm	1-4 pm	1-4 pm	Fines de semana tiene mayor interacción
IMPORTANTE:	<ul style="list-style-type: none"> - Tener en cuenta las fechas importantes de calendario para preparar posteos especiales (Ver Hoja 2 "Calendario") - Esto es una guía, tener en cuenta lo que a tu emprendimiento le resulta mejor. Modifica los días y horarios según la reacción que recibas (Likes, comentarios, shares) - Videos cortos o imágenes sin texto suelen ser los favoritos de los seguidores. - Te sugerimos reparar durante el fin de semana lo que se publicara durante la semana e incluso hacer una planificación mensual. 								

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2021	

CALENDARIO DE FECHAS IMPORTANTES	
En este calendario se detallan acciones y eventos importantes (como congresos, talleres, conferencias, etc.). El calendario es consultable con la última versión de la página y su disponibilidad en el momento de la impresión de esta página no garantiza su actualización.	



ENERO						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1 Año nuevo	2	3
4	5	6 Día de los Reyes Magos	7	8	9	10
11	12	13	14 Día del hombre para las Naciones Unidas Preparar los documentos	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25 Día Mundial de los pueblos indígenas Día mundial de Community Manager	26	27	28	29	30	31

FEBRERO				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
1	2	3	4 Día Mundial contra el Cáncer	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17 Carnaval	18 Carnaval	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30

2.7 Claudia Medina diseños



2.7.1 Denominación

Claudia es una diseñadora de prendas inspiradas con insumos de la región y proyecta diseños de alta costura, su icono de inspiración es el diseñador belga Drien Van Noten por lo cual Claudia pretendía mantener su nombre en la denominación de su proyecto, la recomendación del equipo PROFOCO fue pensar en nuevo nombre para poder explotar sus diseños y crear una identidad para el emprendimiento, Se realizó un proceso de NAMING para la creación de “eter”,

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

también se buscó en la base de datos del INPI y este nombre si se encontraba disponible estaba libre para su uso,

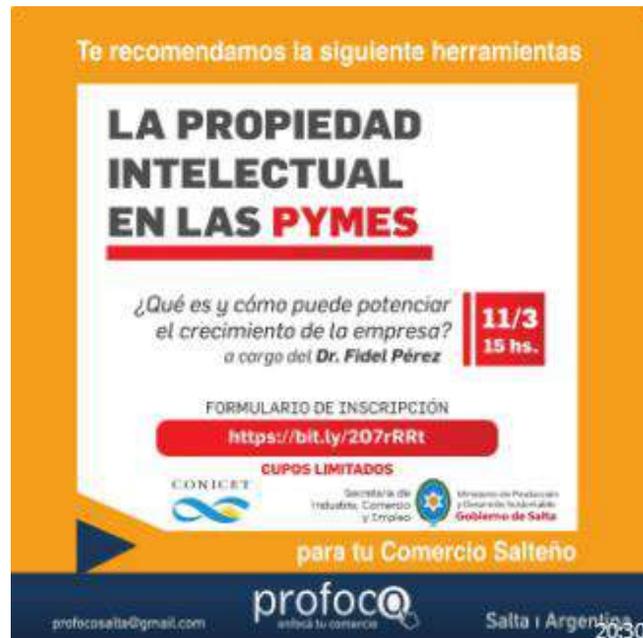
2.7.2 Diseño de un nuevo logo

Antes	Ahora
	

2.7.3 Asistencia en registro de marca en el INPI

Se asesoró a esta compañía para que registre la propiedad intelectual de su marca en el INPI. Se desarrolló conjuntamente con el CONICET una jornada donde miembros de esta empresa participaron sobre conceptos de propiedad intelectual

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2021	



Con asistencia del equipo PROFOCO Claudia Medina inició los trámites para inscribir su marca **éter** en el **Instituto Nacional de Patentes e Invenciones**

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

PROTECCION
<p>CLASE 25</p> <p>TIPO DE PROTECCION: <i>Solamente lo Sigue</i></p> <p>PROTECCION: ABRIDOS; ABRIDOS CORTOS; ABRIDOS DE ALGODÓN; ABRIDOS DE INVIERNO; ABRIDOS DE NOCHE; ABRIDOS DE PIEL DE OVEJA; ABRIDOS CRUELOS; ABRIDOS IMPERMEABLES; ABRIDOS PARA SEÑO; BANDANAS (PAÑUELOS PARA EL CUELLO); BERMUDAS; BLOUSES; BLAZERS; BLUSAS; BLUSAS DE ESPALDA DESCUBIERTA; BLUSAS DE TRAPÉZ; BLOUSES; BOOYS (PRENDAS DE VESTIR); BUFANDAS; BUFANDAS (CACHEMIRA); BUFANDAS DE CUELLO; BUFANDAS DE SEGA; BUFANDAS (VESTIDOS); CAMISA (CANESÚS); CAMISA (PECHERAS DE); CAMISAS; CAMISAS CON CUELLO; CAMISAS INFORMALES; CAMISAS PARA TRAJE; CAMISOLAS; CAPAS; CAPAS DE LLUVIA; CHALECO; CHALES; CHALES PARA LA CABEZA; CHAQUETAS DE PUNTO; CHAQUETAS DE TRAJE; CHAQUETAS IMPERMEABLES; CHAQUETAS LARGAS; CHAQUETILLAS; CONJUNTO DE DOS PIEZAS (TWIN SETS); CONJUNTOS DE VESTIR; ESMOQUIN; ESMOQUINES; FALDA PANTALÓN CORTO; FALDAS; FALDAS PANTALÓN; FALDAS PLISADAS; FALDAS PLISADAS PARA QUIMONOS FORMALES (HAKAMA); FALDAS SHORT; GABARDINAS; GABARDINAS (PRENDAS DE VESTIR); GABARDINAS (VESTIMENTA) IMPERMEABLES; IMPERMEABLES CRUZADOS; JERSEIS; KIMONOS; MALLAS; MONOS CORTOS (PRENDAS DE VESTIR); MONOS CORTOS (ROPA); MONOS DE VESTIR; PANTALÓN CORTO; PANTALONES; PANTALONES CORTO; PANTALONES DE VESTIR; PANTALONES INFORMALES; PANTALONES LARGOS; PANTALONES VAQUEROS; PAÑUELOS DE CABEZA; PAÑUELOS DE CUELLO; PAÑUELOS DE CUELLO DE CAÑALLERO; PAÑUELOS DE CUELLO DE HOMBRE; PAÑUELOS DE HOMBRE PARA EL CUELLO; PAÑUELOS PARA EL CUELLO; PAÑUELOS PARA LA CABEZA; PAÑUELOS (ROPA); PAREOS; PARKAS; POLERAS; POLLERAS; PRENDA INTERIOR; PRENDA DE NOCHE; PRENDAS DE PROTECCIÓN PARA LA ROPA; PRENDAS DE PUNTO; PRENDAS DE VESTIR; PRENDA DE VESTIR DE LINO; PULÓVERES; ROPA DE CACHEMIRA; ROPA DE CONFECIÓN; ROPA DE LANA; ROPA DE LLUVIA; ROPA DE MUJER; ROPA DE PLAYA; ROPA DE SEDA; ROPA INFORMAL; ROPA PARA LA PLAYA; SHORT SOBRESTIDOS; SUÉTERES; TAPADOS; TOPS (ROPA); TRAJES DE ETIQUETA; TRAJES DE FALDA; TRAJES DE NOCHE DE GALA; TRAJES DE NOVA; TUNICAS; UNIFORMES; UNIFORMES DE ENFERMERA; UNIFORMES ESCOLARES; UNIFORMES PARA USO COMERCIAL; VAQUEROS; VESTIDOS; VESTIDOS DE CEREMONIAS PAR SENORAS; VESTIDOS DE COCTEL; VESTIDOS DE DAMA DE HONOR; VESTIDOS DE FIESTA; VESTIDOS DE NOVA; VESTIDOS DE PLAYA; VESTIDOS DE PUNTO; VESTIDOS PARA MUJERES; VESTIMENTA</p>
REPRESENTACION
INFO: <i>Se da</i>
PROPIEDADES
INFO: <i>Se da</i>
DATOS COMPLEMENTARIOS
RENUNCIA A LAS ACCIONES JUDICIALES: NO OBSERVACIONES:

INPI INSTITUTO NACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL ARGENTINA
SOLICITUD DE NUEVA MARCA: TRAMA30021
DATOS PRINCIPALES
 <p>Cuit (suano): 27283970073 Anzoleite: 110001 N de referencia web: 1198908</p> <p>FECHA DE CARGA: 01/12/2020 06:55:44 p.m. DOMICILIO LEGAL: CANTIDAD TITULARES: 1 CANTIDAD DE REPRESENTACION: 0 DENOMINACION: ETER CANTIDAD DE PRIORIDADES: 0 TIPO DE MARCA: D- DENOMINATIVA ANTECEDENTE: CANTIDAD DE ADJUNTOS: 0 ANCHO: - ALTO: - ENUNCIACION DE COLORES: -</p>
TITULARIDAD
NOMBRE: CLAUDIA ROXANA MEDINA DOMICILIO LEGAL: CODIGO POSTAL LEGAL: - PAIS: AR DOMICILIO REAL: PETTORUTI 3 Pto - Dpto - LOCALIDAD: Salta SALTA CODIGO POSTAL: 4400 TIPO DOC: DNI NUMERO: 28387007 CUIT: 27283970073 EMAIL: claudia.medina@gmail.com PORCENTAJE: 100 ESTADO CIVIL: Casado/a CONYUGE: ANGEL ROLANDO ANTONETTI

2.7.4 Análisis de potenciales proveedores

Se realizó un estudio de proveedores, buscando las opciones de nuevos proveedores para fortalecer la cadena de producción y el abastecimiento para las creaciones en nuevas temporadas, y también el tener segunda opción de proveedores en caso de inconvenientes externos.

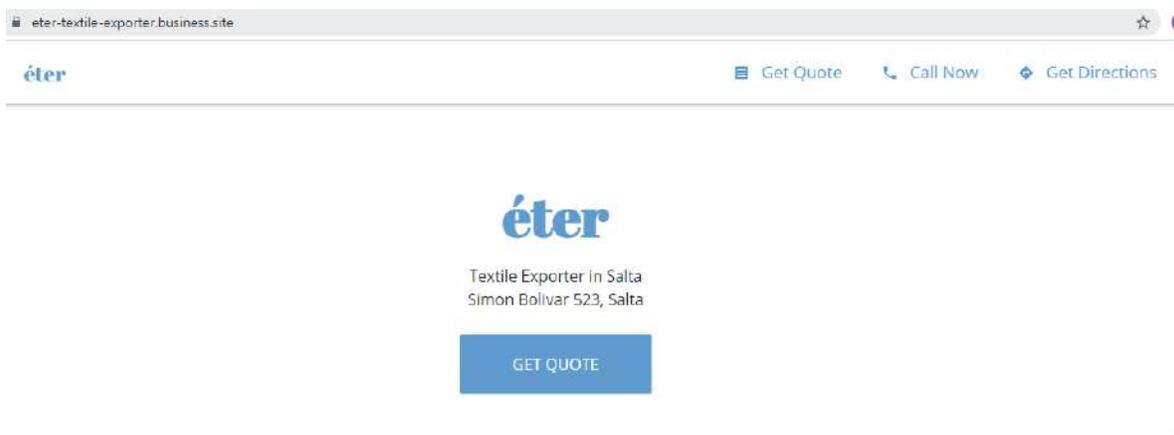
Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Nº1	NOMBRE	UBICACION	PRODUCTOS	FORTALEZA	DEBILIDAD
1-	La General S.A.	Córdoba	telas de algodón	entrega muy rápido	no tiene variedad
2-	Tejidos El Tero	Seclantás	tejidos de llama	exclusivo	demora el tejido
3-	Filamento	Córdoba	cuellos y puños	rapidez de entrega	pedidos por cantidad
4-	Zittana Textil	Buenos Aires	telas de algodón	ventas minoristas	demora en la entrega
5-	Calamar Textil	Buenos Aires	sublimados	ventas minoristas	demora en las entregas
6-	Botonera Davila	Salta	Insumos mercería	buenos precios	poca variedad

2.7.5 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor

Se procedió a la creación de un sitio web utilizando la herramienta de Google My bussnies, la misma aún está en proceso de edición, pero ya tiene creado la ficha empresa con el nombre nuevo y los datos de ubicación.

<https://eter-textile-exporter.business.site/>

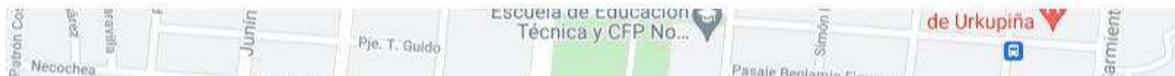


Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2021	

GALLERY



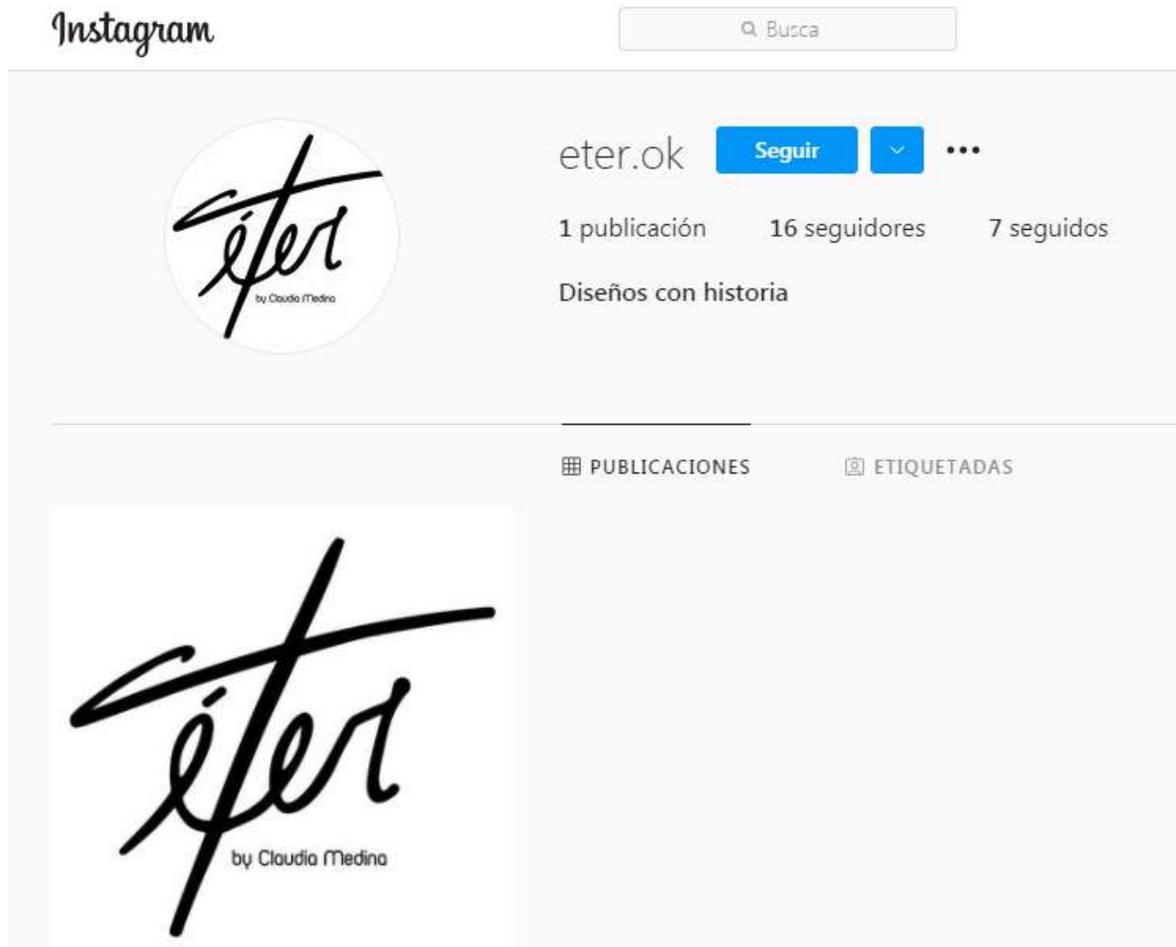
CONTACT US



Desarrollo de Instagram

<https://www.instagram.com/eter.ok/>

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



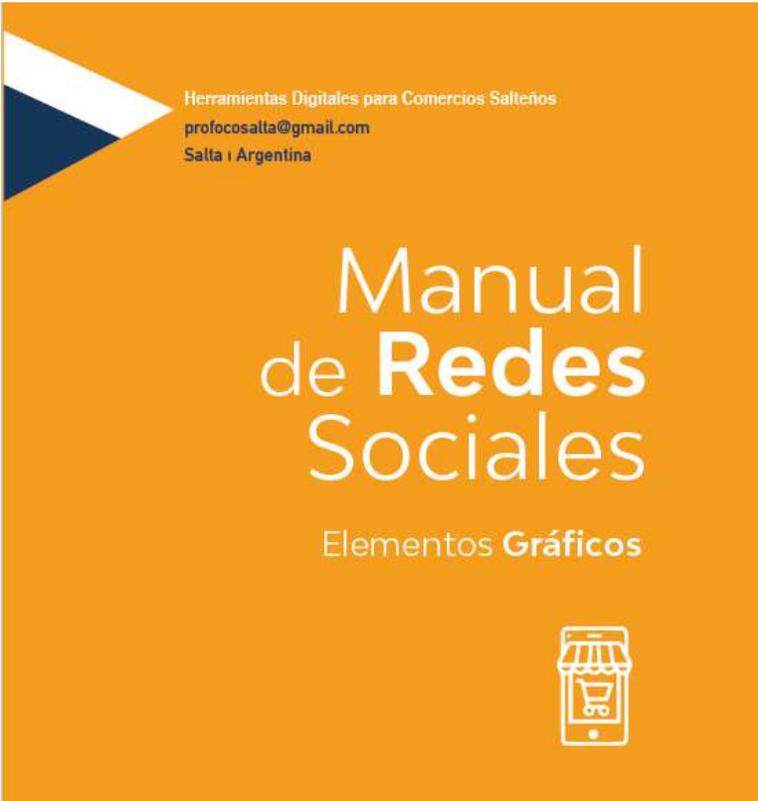
2.7.6 Relevamiento de altas impositivas determinación de Impuestos/tasas Mun, Pciales y Nac

Relevamiento Contable-Impositivo					
AFIP	NO	MONOTRIBUTISTA	RESPONSABLE INSCRIPTO	SOCIEDAD	Alícuota
	--	A	--	--	--
DGR	NO	INGRESOS BRUTOS	CONVENIO MULTILATERAL	AGENTE DE RETENCION/PERCEPCION	Alícuota
	--	--	--	--	--
Municipalidad	NO	TISSH	HABILITACION MUNICIPAL	IMPUESTO PUBLICIDAD/PROPAGANDA	Alícuota

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

	--	--	--	--	--
¿Contrata un profesional para que le lleve los papeles?:	Si				
Cuit	27-28397007-3				
Actividad/es:	CONFECCIÓN DE ROPA DE TRABAJO, UNIFORMES Y GUARDAPOLVOS				141120
¿Presenta deudas impositivas?:	Plan de Pago generado.				

2.7.6. Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales













Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Datos a tener en cuenta

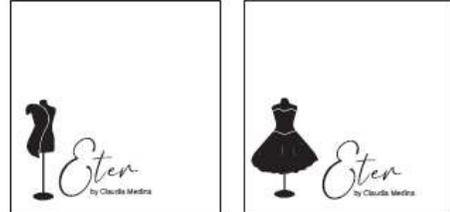
Un estrategia visual para usar en las redes, debe considerar el uso de colores de la marca y su paleta complementaria

Tenemos que tener coherencia y armonía en el uso de los elementos que deben evolucionar con el tiempo siempre de forma complementaria armónica y dinámica.

Se aconseja usar una paleta coherente y filtros que tengan que ver entre sí.

* Siempre hacer aplicaciones en el feed y en las stories en conjunto, para cada posteo. *Tener en cuenta la estética general del feed y la dinámica de posteos en tres subidas y la posibilidad de postear en carrusel.* De acuerdo a esta temática es conveniente fraccionar fotos ocupando 6 posteos con una foto fraccionada en partes.

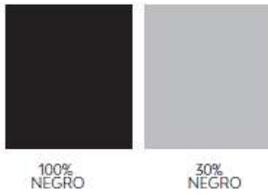
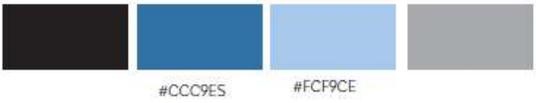
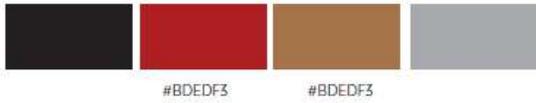
Feed



stories

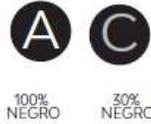


Paleta de Color



Colores
Se propone trabajar con los colores neutros (negro y gris) en la marca para que luego se puedan variar las paletas en los posteos con colores fuertes.

Color de texto sobre color



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Tipografía complementaria de la marca

Familia Highline

Aa

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 - ! @ #

Símbolos : \$ % > & * () - _ = + . >

Párrafo : Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit.

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

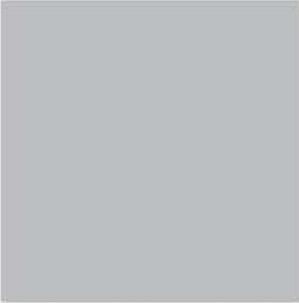
VIDEO

Formatos Frecuentes

1:5 - 1080 x 1350px



1:1 - 1080 x 1080px



9:16 - 1080 x 1920px



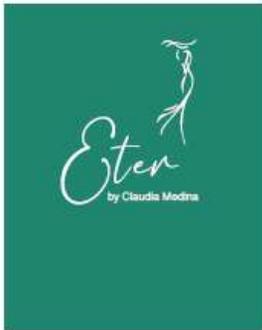
16:9 - 1920 x 1080px



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Video . Cápsula Informativa

- Placa principal



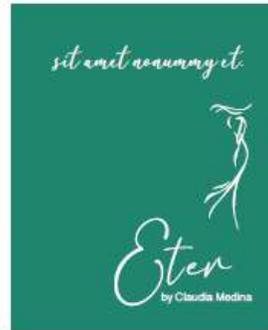
- Voz en off + video



- Texto sobre impreso



- Cierre de logo

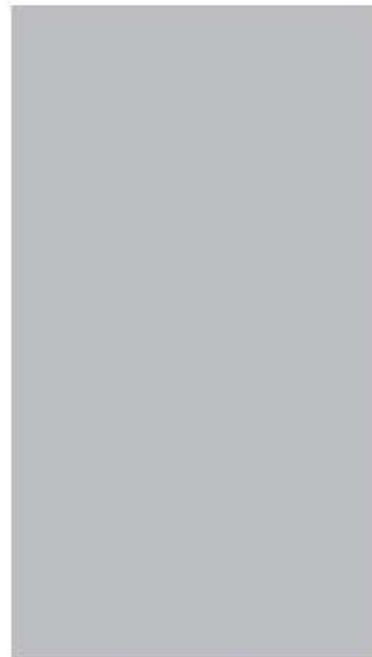


Stories

El uso que se le puede dar a las Historias de Instagram es infinito y depende mucho de la creatividad y los conocimientos en diseño de cada uno. Sin embargo, es importante tener en cuenta el formato en el que siempre debe estar la imagen, el contenido debe ser atractivo y en caso de ser un video, no debería extenderse de 15s de duración.

Formato:

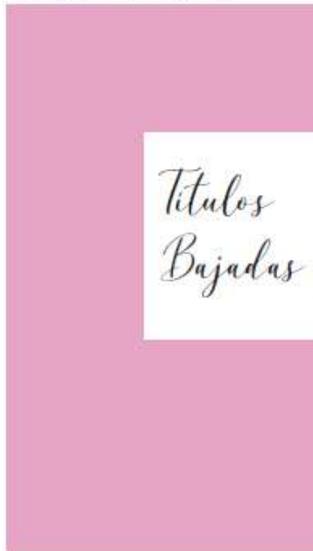
9:16 - 1080 x 1920px



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Stories

Recuadros

<p>- Foto con marco, text, logo</p> 	<p>- Línea izq, icono, logo, descripción</p> 	<p>- foto, Descripción, fecha, logo</p> 
--	--	--

Posteos

Este tipo de fórmulas son aplicables y restructurables en su necesidad, es importante que sean bastante limpias y concisas entre ellas. Pueden utilizarse tanto íconos como emojis en las placas de color pleno, teniendo mucho cuidado cuando sea necesario aplicarlas sobre imágenes, ya que podría competir con el ícono o con el texto descriptivo.

Es importante siempre mantener una coherencia visual a medida que se va posteando en el feed. En lo posible deben subirse fórmulas 1x1 o 3x1.

Ej:

- 1 foto + img 95% blanco + imagen color
- 3 fotos full color

* En formato carrusel se debe tener en cuenta que tipo de imagen viene. Manteniendo la indicada siempre al principio de post.

Formato opciones para el feed

<p>1:5 - 1080 x 1350px</p> 	<p>1:1 - 1080 x 1080px</p> 
---	--

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Posteos

Fotos y placas plenas

- Fondo pleno, icono, texto, logo



- Collage



- Imagen 85%, texto, logo



- Foto, logo



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



Realización de diseño de marca
y concepto para usos de redes
2020 - 2021



Grupo Profoco



2.7.7 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Emprendimiento:	eter
Rubro:	indumentaria de diseño



Red social	Horarios	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	Información
Instagram 		No recomendable	11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		El miercoles tiene el mayor nivel de interacción
Facebook 		1-4 pm		1-4 pm		1-4 pm	1-4 pm	1-4 pm	Fines de semana tiene mayor interacción
IMPORTANTE:	<ul style="list-style-type: none"> - Tener en cuenta las fechas importantes de calendario para preparar posteos especiales (Ver Hoja 2 "Calendario") - Esto es una guía, tener en cuenta lo que a tu emprendimiento le resulta mejor. Modificá los días y horarios según la reacción que recibas (Likes, comentarios, shares) - Videos cortos o imágenes sin texto suelen ser los favoritos de los seguidores. - Te sugerimos reparar durante el fin de semana lo que se publicara durante la semana e incluso hacer una planificación mensual. 								

CALENDARIO DE FECHAS IMPORTANTES						
ENERO						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1 Año nuevo	2	3
4	5	6 Día de los Reyes Magos	7	8	9	10
11	12	13	14 Falta un mes para San Valentín! Prepará tus estrategias.	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25 Día Mundial de la Publicidad / Día	26	27	28	29	30	31

FEBRERO			
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves
1	2	3	4 Día Mundial contra el Cáncer
6	9	10	11
15 Carnaval	16 Carnaval	17	18
22	23	24	25
29	30	31	

2.8 Trending envases innovadores

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



2.8.1 Denominación

El segmento de clientes de esta empresa es muy concentrado; propietarios de discotecas y centros de eventos de fiesta y Cinthia es una persona que ha consolidado su actividad comercial construyendo vínculos fuertes con sus clientes, ella entiende que parte de la venta tiene que ver con la confianza que tienen sus clientes hacia su persona, cuando el equipo PROFOCO luego de analizar su actual denominación le recomendó una nueva denominación, que tenga que ver más con el sector hacia donde ella dirige sus esfuerzos comerciales, a lo cual Cinthia nos comentó que la nueva denominación debiera estar más aggiornada al mundo de las fiestas pero que si el nuevo nombre debiera hacer referencia al suyo (Cinthia) porque esto le daría al actual y potencial cliente un mayor nivel de acercamiento con la propuesta comercial.

Algunas propuestas de denominación:

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Para trending

Propuestas de denominación:

Tendencias
Box
Todo Festivo
Todo un evento
Tienda de tendencias

Propuestas de frases para la bajada de la marca

Envases a la medida de tu fiesta

Artículos para Fiestas

Tienda de insumos y accesorios para fiestas

envases & embalajes

insumos originales

Insumos Novedosos

envases creativos

envases para fiestas

Un envase para Tu evento

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Cualidades del producto

únicos
 Originales
 Innovadores
 Novedosos

TIENDA DE TENDENCIAS
 envases y artículos para fiestas



Envases
BOX
 a la medida de tu *fiesta!*

Envases
BOX
 a la medida de tu *fiesta!*

TENDENCIAS
 ARTÍCULOS PARA FIESTAS

TENDENCIAS
 ARTÍCULOS PARA FIESTAS

TODO UN EVENTO
 envases creativos

TODO UN EVENTO
 envases creativos

¡TODO FESTIVO!
 insumos originales

¡TODO FESTIVO!
 insumos originales

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

2.8.2 Diseño de nuevo logo

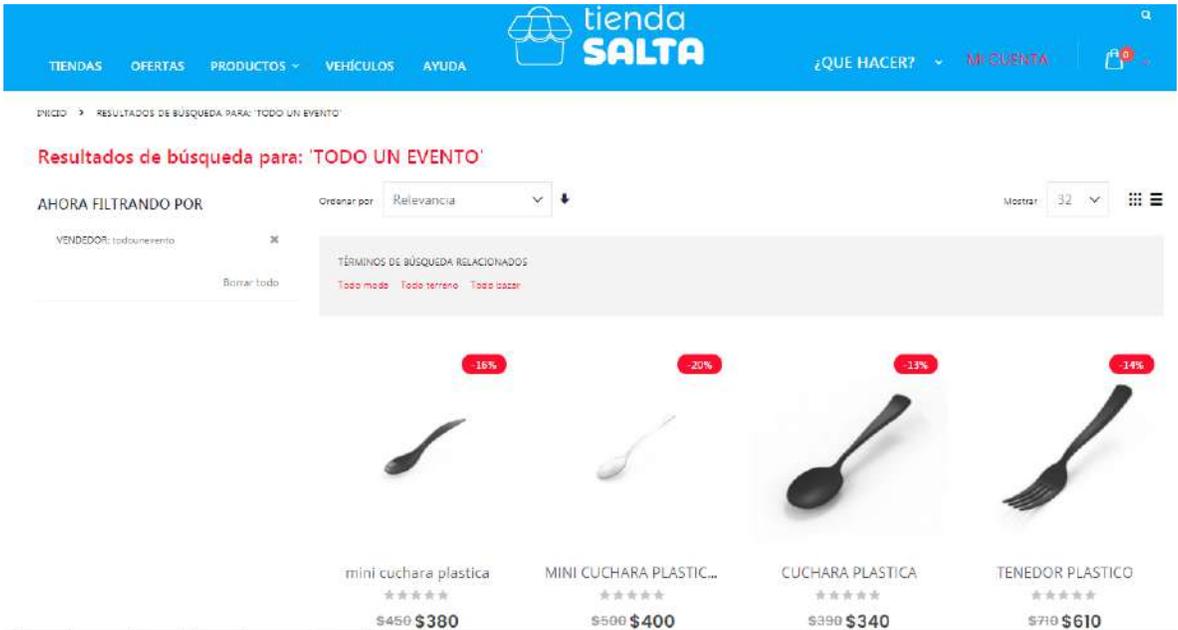
Antes	Ahora
	

2.8.3 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor

Por su cobertura provincial se decidió desarrollar una publicación con cercanía y más localista donde haya sinergia entre los miembros de las empresas que pautan en el mismo medio, existe un portal desarrollado por la cámara de comercio e industria de Salta

<https://tiendasalta.com.ar/catalogsearch/result/index/?q=+TODO+UN+EVENTO&seller=todounevento>

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



TIENDAS OFERTAS PRODUCTOS VEHÍCULOS AYUDA **tienda SALTA** ¿QUE HACER? MI CUENTA

INICIO > RESULTADOS DE BÚSQUEDA PARA: 'TODO UN EVENTO'

Resultados de búsqueda para: 'TODO UN EVENTO'

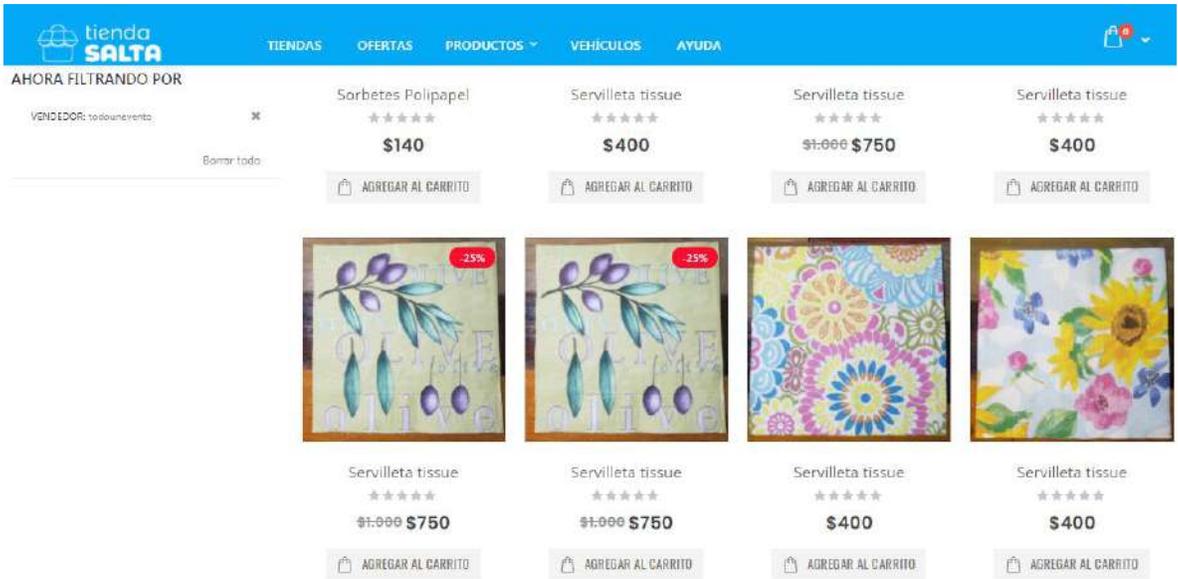
AHORA FILTRANDO POR: VENDEDOR: todounevento

Ordenar por: Relevancia

Mostrar: 32

TÉRMINOS DE BÚSQUEDA RELACIONADOS: Todo modo Todo terreno Todo lazer

			
mini cuchara plastica ★★★★★ \$450 \$380 (-18%)	MINI CUCHARA PLASTIC... ★★★★★ \$500 \$400 (-20%)	CUCHARA PLASTICA ★★★★★ \$390 \$340 (-13%)	TENEDOR PLASTICO ★★★★★ \$710 \$610 (-14%)



TIENDAS OFERTAS PRODUCTOS VEHÍCULOS AYUDA **tienda SALTA**

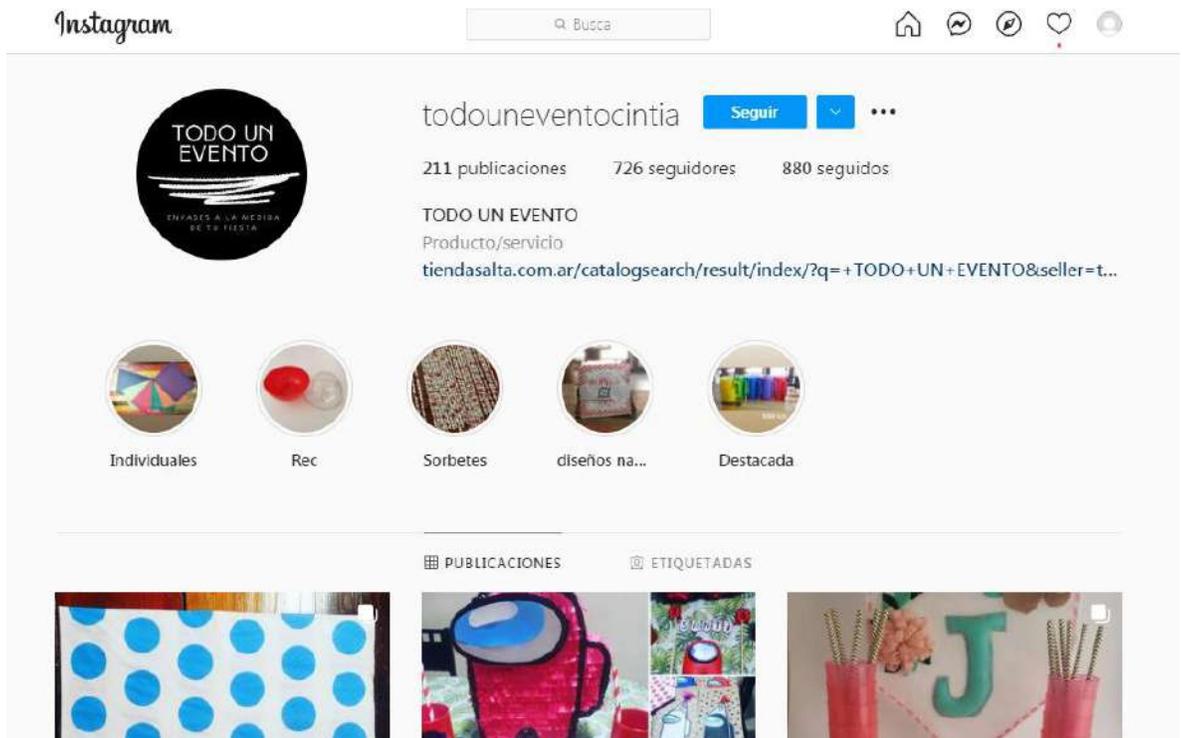
AHORA FILTRANDO POR: VENDEDOR: todounevento

Borrar todo

Sorbetes Polipapel ★★★★★ \$140	Servilleta tissue ★★★★★ \$400	Servilleta tissue ★★★★★ \$1.000 \$750 (-25%)	Servilleta tissue ★★★★★ \$400
			
Servilleta tissue ★★★★★ \$1.000 \$750 (-25%)	Servilleta tissue ★★★★★ \$1.000 \$750 (-25%)	Servilleta tissue ★★★★★ \$400	Servilleta tissue ★★★★★ \$400

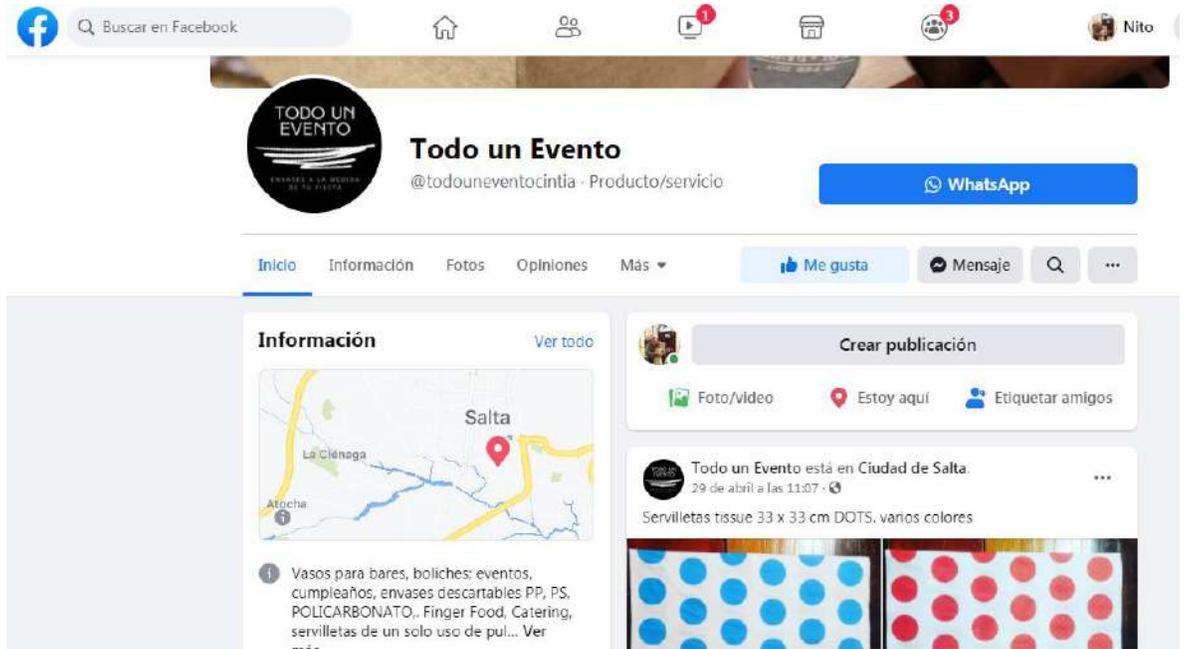
<https://www.instagram.com/todouneventocintia/>

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

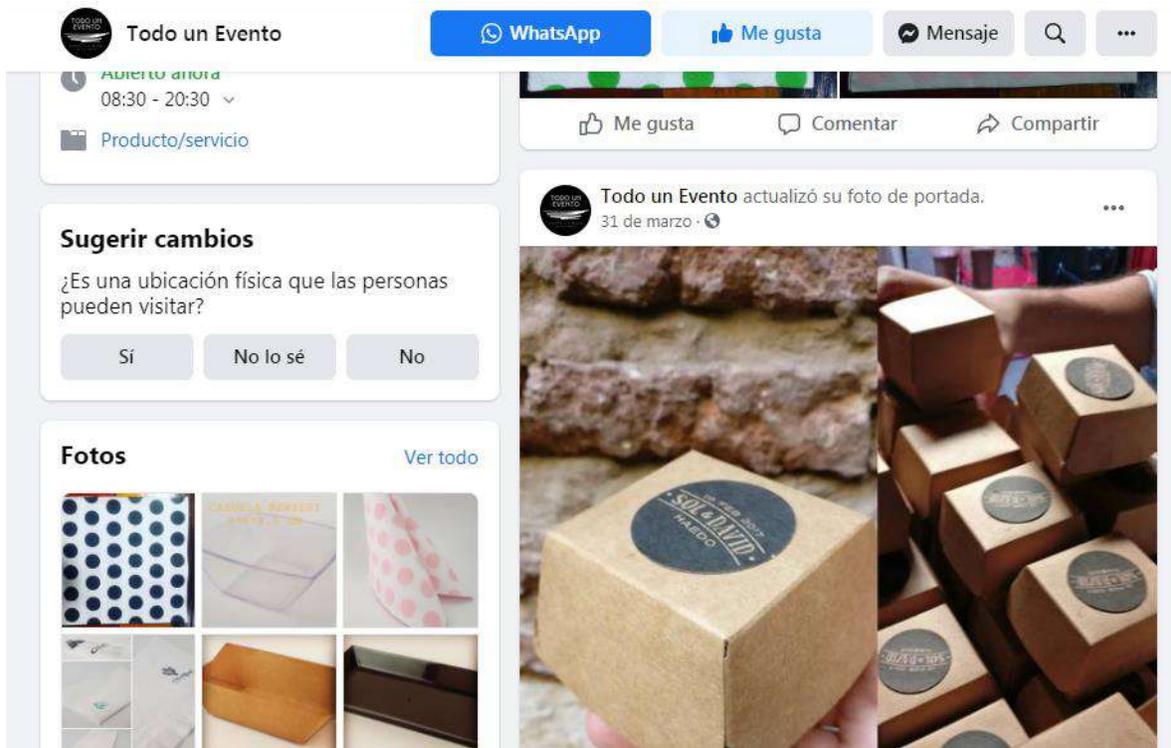


<https://www.facebook.com/todouneventocintia/>

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



The screenshot shows the Facebook profile for 'Todo un Evento'. At the top, there is a search bar with the text 'Buscar en Facebook' and navigation icons for home, profile, and notifications. The profile header includes the company logo, the name 'Todo un Evento', and the handle '@todouneventocintia'. Below this, there are tabs for 'Inicio', 'Información', 'Fotos', 'Opiniones', and 'Más'. A 'Me gusta' button and a 'Mensaje' button are also visible. The main content area features an 'Información' section with a map showing the location in Salta, Argentina, and a list of services: 'Vasos para bares, boliches; eventos, cumpleaños, envases descartables PP, PS, POLICARBONATO.. Finger Food, Catering, servilletas de un solo uso de pul...'. To the right, there is a 'Crear publicación' section with options for 'Foto/video', 'Estoy aquí', and 'Etiquetar amigos'. Below that, a post from 'Todo un Evento' dated April 29, 2021, is visible, featuring images of polka-dot napkins.



This screenshot shows the 'Sugerir cambios' (Suggest changes) interface for the 'Todo un Evento' profile. At the top, there are buttons for 'WhatsApp', 'Me gusta', 'Mensaje', and a search icon. Below these, the profile name 'Todo un Evento' and a 'Producto/servicio' tag are displayed. The main section is titled 'Sugerir cambios' and contains the question: '¿Es una ubicación física que las personas pueden visitar?'. There are three buttons to answer: 'Sí', 'No lo sé', and 'No'. Below the question, there is a 'Fotos' section with a 'Ver todo' link and a grid of six thumbnail images showing various products like napkins and boxes. To the right, there is a post from 'Todo un Evento' dated March 31, 2021, which is a photo update of the profile picture. The post shows a close-up of several brown cardboard boxes with a circular logo that reads 'SOL & MAR' and 'PALEDO'.

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

2.8.4 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales

Emprendimiento:	Todo un evento
Rubro:	Envases y descartables



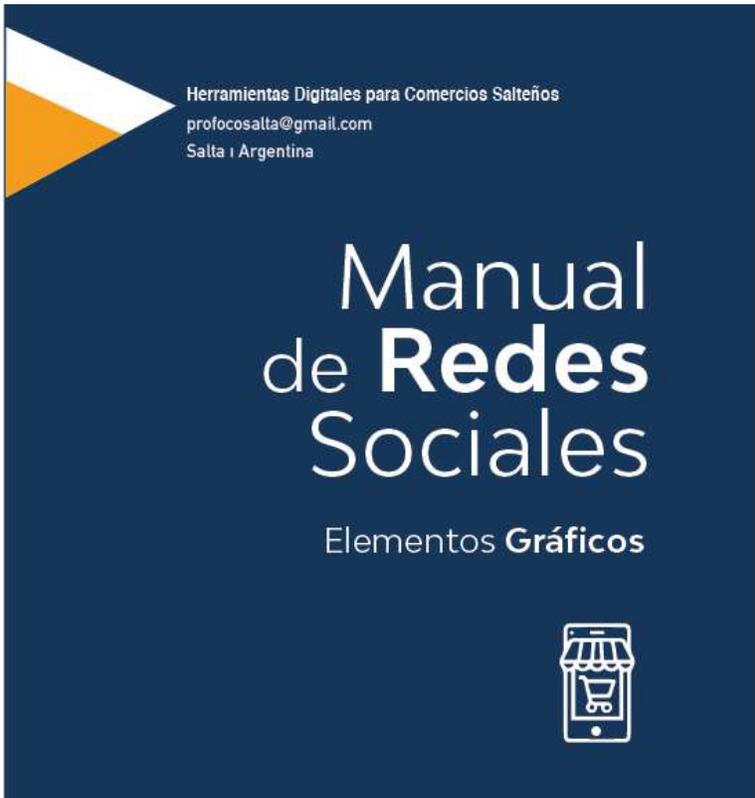
Red social	Horarios	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	Información
Instagram 		No recomendabl	11 am - 1 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm		El miercoles tiene el mayor nivel de interaccion
Facebook 		1-4 pm		1-4 pm		1-4 pm	1-4 pm	1-4 pm	Fines de semana tiene mayor intereacción
Linkedin 		No recomendabl		10 - 11 am	10 - 11 am	10 - 11 am		No recomendabl	Los fines de semana son los peores días
IMPORTANTE:	<ul style="list-style-type: none"> - Tener en cuenta las fechas importantes de calendario para preparar posteos especiales (Ver Hoja 2 "Calendario") - Esto es una guía, tener en cuenta lo que a tu emprendimiento le resulta mejor. Modificá los días y horarios según la reacción que recibas (Likes, comentarios, shares) - Videos cortos o imágenes sin texto suelen ser los favoritos de los seguidores. - Te sugerimos reparar durante el fin de semana lo que se publicara durante la semana e incluso hacer una planificación mensual. 								

CALENDARIO DE FECHAS IMPORTANTES						
ENERO						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1 Año nuevo	2	3
4	5	6 Día de los Papias Papios	7	8	9	10
11	12	13	14 ¡Falta un mes para San Valentín! Prepara tus estrategias	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25 Día Mundial de la Publicidad Día mundial del	26	27	28	29	30	31

FEBRERO				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
1	2	3	4 Día Mundial contra el Cáncer	5
8	9	10	11	12
15	16 Carnaval	17 Carnaval	18	19
22	23	24	25	26
29	30	31		

2.8.5 Breve Manual de uso de la marca en la redes

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Datos a tener en cuenta

Un estrategia visual para usar en las redes, debe considerar el uso de colores de la marca y su paleta complementaria

Tenemos que tener coherencia y armonía en el uso de los elementos que deben evolucionar con el tiempo siempre de forma complementaria armónica y dinámica.

Se aconseja usar una paleta coherente y filtros que tengan que ver entre sí.

* Siempre hacer aplicaciones en el feed y en las stories en conjunto, para cada posteo.
Tener en cuenta la estética general del feed y la dinámica de posteos en tres subidas y la posibilidad de postear en carrusel.
De acuerdo a esta temática es conveniente fraccionar fotos ocupando 6 posteos con una foto fraccionada en partes.

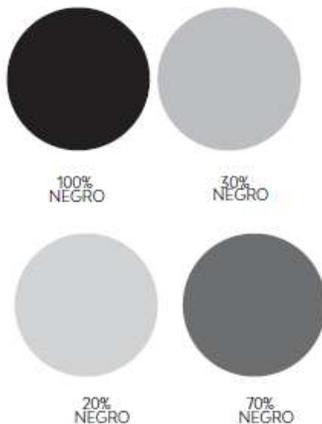
Feed



stories



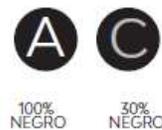
Paleta de Color



Colores

Se propone trabajar con los colores neutros (negro y gris) en la marca para que luego se puedan variar las paletas en los posteos con colores fuertes. tomar siempre un color pleno principal en este caso se sugiere el color de la marca morado o violeta.

Color de texto sobre negro



Elementos Distintivos

1. Títulos destacados

Aplicación de la variación tipográfica itálica para títulos y también texto de descripción de contenido

2. Fotos para agregar y textos con detalle de productos

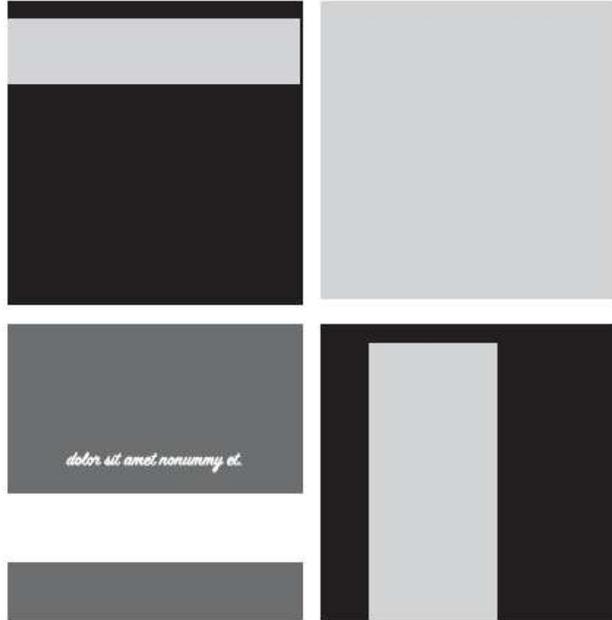
Linaz dibujadas pueden estar presente en cualquier pieza gráfica.

3. Recuadro para texto

Circulo utilizados para resaltar texto y despegarlo del fondo. Puede utilizarse sobre imágenes y fondos plenos.

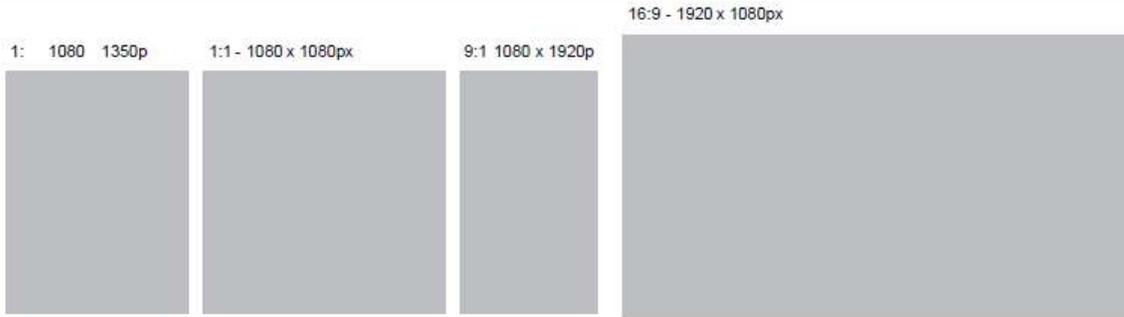
4. Recuadro sobre imagen

Este recuadro se emplea solo sobre fotos tipo detalle para resaltar al autor de una cita o resaltar un enunciado o producto.



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

VIDEO



Cápsula de promoción

- Placa principal



- Voz en off + video



- Texto sobre impreso



- Cierre de logo



Stories

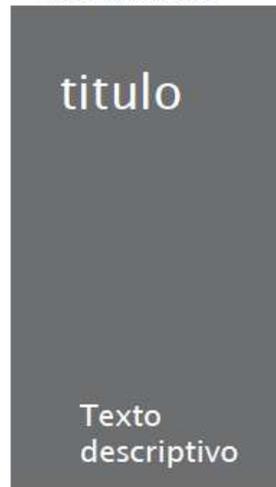
Recuadros

Formato
9:16 - 1080 x 1920px

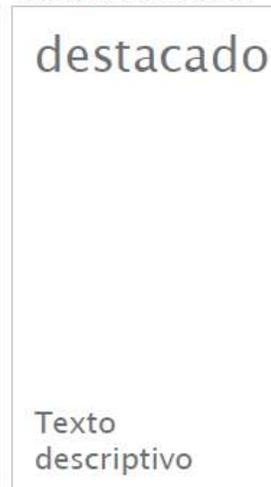
El uso que se le puede dar a las Historias de Instagram es infinito y depende mucho de la creatividad y los conocimientos en diseño de cada uno.

Sin embargo, es importante tener en cuenta el formato en el que siempre debe estar la imagen, el contenido debe ser atractivo y en caso de ser un video, no debería extenderse de 15" de duración.

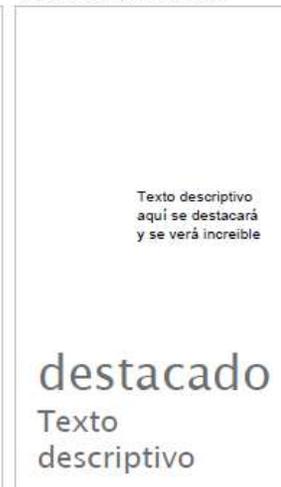
- Foto con marco, text, logo



- Línea izq, icono, logo, descripción



- foto, Descripción, fecha, logo



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

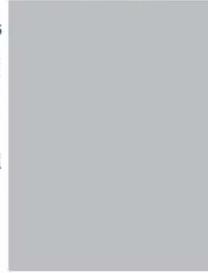
Posteos
Fotos y placas plenas

Este tipo de fórmulas son aplicables y restructurables en su necesidad, es importante que sean bastante limpias y concisas entre ellas. Pueden utilizarse tanto íconos como emojis en las placas de color pleno, teniendo mucho cuidado cuando sea necesario aplicarlas sobre imágenes, ya que podría competir con el ícono o con el texto descriptivo.

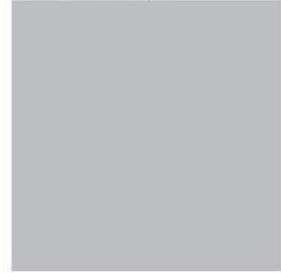
Es importante siempre mantener una coherencia visual a medida que se va posteando en el feed. En lo posible deben subirse formulas 1x1 o 3x1.

Formato opciones para el feed

1:5 - 1080 x 1350px



1:1 - 1080 x 1080px



* En formato carrusel se debe tener en cuenta que tipo de imagen viene. Manteniendo la indicada siempre al principio de post.

- Fondo pleno, ícono, texto, logo



- Collage



- Imagen 85%, texto, logo



- Foto, logo



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



Realización de diseño de marca y concepto para usos de redes
2020 - 2021



2.9 El Mojón

2.9.1 diseño de un nuevo Logo

Antes	Ahora
	

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

2.9.2 Planificación mensual de publicaciones en Redes Sociales

Emprendimiento:	El Mojon
Rubro:	Talabartería



Red social	Horarios	DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	Información
Instagram 		No recomendable	11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		11 am - 1 pm 7 pm - 9 pm		El miércoles tiene el mayor nivel de interacción
Facebook 		1-4 pm		1-4 pm		1-4 pm	1-4 pm	1-4 pm	Fines de semana tiene mayor interacción
IMPORTANTE:	<ul style="list-style-type: none"> - Tener en cuenta las fechas importantes de calendario para preparar posteos especiales (Ver Hoja 2 "Calendario") - Esto es una guía, tener en cuenta lo que a tu emprendimiento le resulta mejor. Modificá los días y horarios según la reacción que recibas (Likes, comentarios, shares) - Videos cortos o imágenes sin texto suelen ser los favoritos de los seguidores. - Te sugerimos reparar durante el fin de semana lo que se publicara durante la semana e incluso hacer una planificación mensual. 								

CALENDARIO DE FECHAS IMPORTANTES

En este calendario podés organizar acciones especiales en tus redes sociales (como eventos, colaboraciones, concursos, promociones, etc). El calendario está completo con fechas importantes de Argentina y a nivel mundial. En amarillo están marcadas las épocas de ofertas y en gris avisos de mi parte.



ENERO						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1 Año nuevo	2	3
4	5	6 Día de los Reyes Magos	7	8	9	10
11	12	13	14 ¡Falta un mes para San Valentín! Prepará tus estrategias.	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24

Lunes	Martes
1	2
8	9
15 Carnaval	16 Carnaval
22	23

2.9.3 Breve manual de usos y normas de la marca para redes sociales

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Herramientas Digitales para Comercios Salteños
 profocosalta@gmail.com
 Salta | Argentina

Manual de Redes Sociales

Elementos Gráficos



Grupo Profoco 





Secretaría de Industria, Comercio y Empleo  Ministerio de Producción y Desarrollo Sustentable
Gobierno de Salta

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Datos a tener en cuenta

Un estrategia visual para usar en las redes, debe considerar el uso de colores de la marca y su paleta complementaria

Tenemos que tener coherencia y armonía en el uso de los elementos que deben evolucionar con el tiempo siempre de forma complementaria armónica y dinámica.

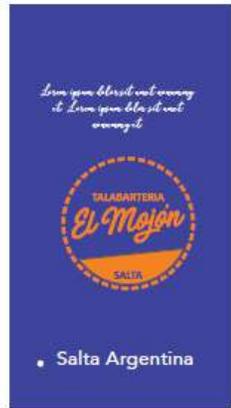
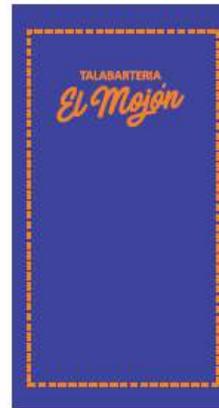
Se aconseja usar una paleta coherente y filtros que tengan que ver entre sí.

* Siempre hacer aplicaciones en el feed y en las stories en conjunto, para cada posteo.
Tener en cuenta la estética general del feed y la dinámica de posteos en tres subidas y la posibilidad de postear en carrusel.
De acuerdo a esta temática es conveniente fraccionar fotos ocupando 6 posteos con una foto fraccionada en partes.

Feed

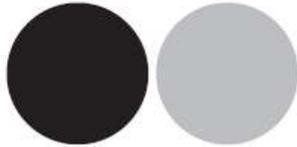


stories



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Paleta de Color



100%
NEGRO

30%
NEGRO

Colores

Se propone trabajar con los colores neutros (negro y gris) en la marca para que luego se puedan variar las paletas en los posteos con colores fuertes. tomar siempre un color pleno principal en este caso se sugiere el color de la marca morado o violeta.

Color de texto sobre negro



100%
NEGRO

30%
NEGRO

CMYK: 0-59-100-0

CMYK: 60-77-0-0

CMYK: 90-88-0-0



#FF9933



#666699



#333399

Color de texto sobre color



100%

100%

100%

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Tipografía complementaria de la marca

Familia
Painted Paradise

Aa

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ■ ■ ■ ■

Símbolos : ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

Párrafo : Lorem ipsum dolor sit amet. consectetur adipiscing elit. sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam. quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit.

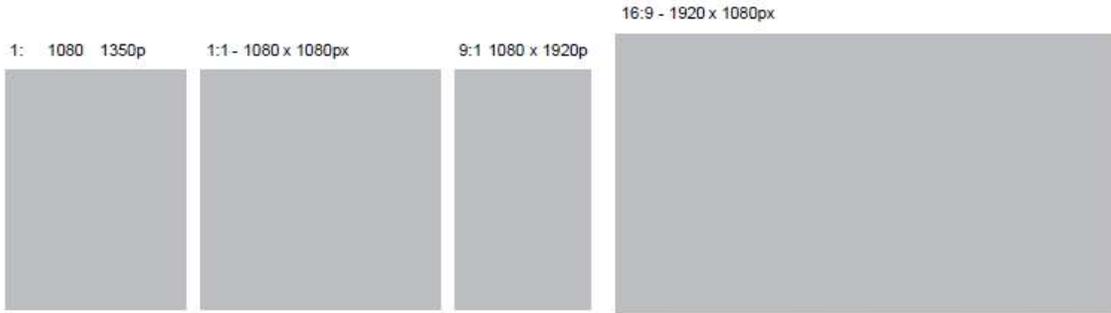
Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Elementos Distintivos

<p>1. Títulos destacados Aplicación de la variación tipográfica itálica para títulos y también texto de descripción de contenido</p>	<p>3. Recuadro para texto Circulo utilizados para resaltar texto y despegarlo del fondo. Puede utilizarse sobre imágenes y fondos plenos.</p>		
<p>2. Fotos para agregar y textos con detalle de productos Linax dibujadas pueden estar presente en cualquier pieza gráfica.</p>	<p>4. Recuadro sobre imagen Este recuadro se emplea solo sobre fotos tipo detalle para resaltar al autor de una cita o resaltar un enunciado o producto.</p>		

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

VIDEO



Cápsula de promoción



Stories

Recuadros

Formato
9:16 - 1080 x 1920px

El uso que se le puede dar a las Historias de Instagram es infinito y depende mucho de la creatividad y los conocimientos en diseño de cada uno. Sin embargo, es importante tener en cuenta el formato en el que siempre debe estar la imagen, el contenido debe ser atractivo y en caso de ser un video, no debería extenderse de 15" de duración.



Posteos

Fotos y placas plenas

Este tipo de fórmulas son aplicables y restructurables en su necesidad, es importante que sean bastante limpias y concisas entre ellas. Pueden utilizarse tanto íconos como emojis en las placas de color pleno, teniendo mucho cuidado cuando sea necesario aplicarlas sobre imágenes, ya que podría competir con el ícono o con el texto descriptivo.

Es importante siempre mantener una coherencia visual a medida que se va posteando en el feed. En lo posible deben subirse formulas 1x1 o 3x1.

Formato opciones para el feed

1:5 - 1080 x 1350px

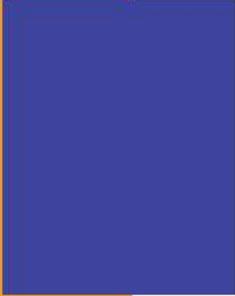


1:1 - 1080 x 1080px



* En formato carrusel se debe tener en cuenta que tipo de imagen viene. Manteniendo la indicada siempre al principio de post.

- Fondo pleno, ícono, texto, logo

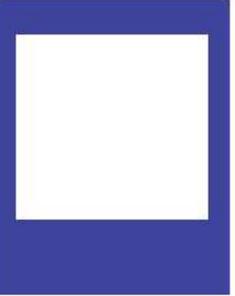


- Collage



Texto descriptivo aquí donde destacará y se verá increíble

- Imagen 85%, texto, logo



- Foto, logo



Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



Realización de diseño de marca
y concepto para usos de redes
2020 - 2021



Grupo Profoco



2.9.4 Asistencia en registro de marca en el INPI

Se asesoró a esta compañía para que registre la propiedad intelectual de su marca en el INPI. Se desarrolló conjuntamente con el CONICET una jornada donde miembros de esta empresa participaron sobre conceptos de propiedad intelectual

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

Te recomendamos la siguiente herramienta

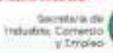
LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LAS PYMES

¿Qué es y cómo puede potenciar el crecimiento de la empresa?
a cargo del **Dr. Fidel Pérez**

11/3
15 hs.

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN
<https://bit.ly/207rRRt>

CUPOS LIMITADOS


para tu Comercio Salteño




profocosalta@gmail.com

2.9.5 Estudio y selección de las herramientas recomendadas para el emprendedor

<https://www.facebook.com/El-Mojon-1054048074750582/>

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

facebook.com/El-Mojon-1054048074750582/

en Facebook



 **El Mojon**
Herramientas/equipos

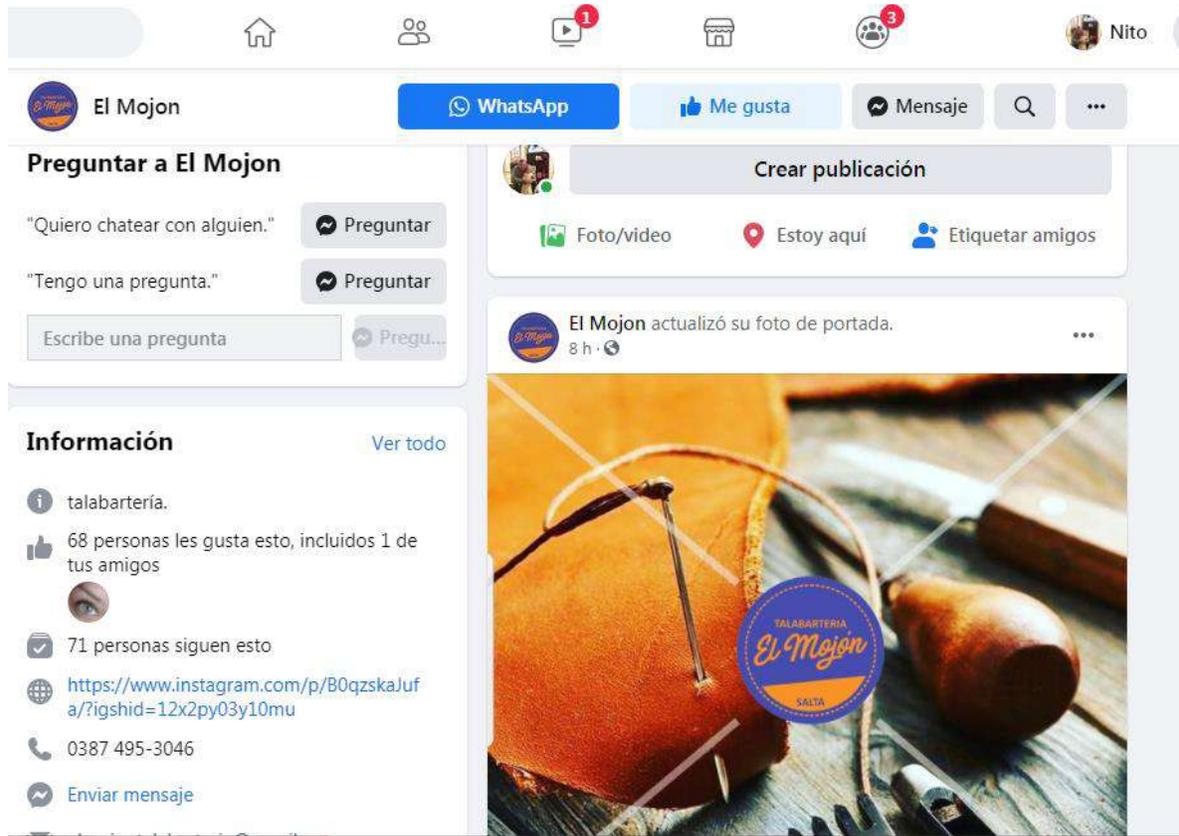
[WhatsApp](#)

[Inicio](#) [Opiniones](#) [Videos](#) [Fotos](#) [Más](#)

[Me gusta](#) [Mensaje](#) [Buscar](#) [Más](#)

[Preguntar a El Mojon](#)

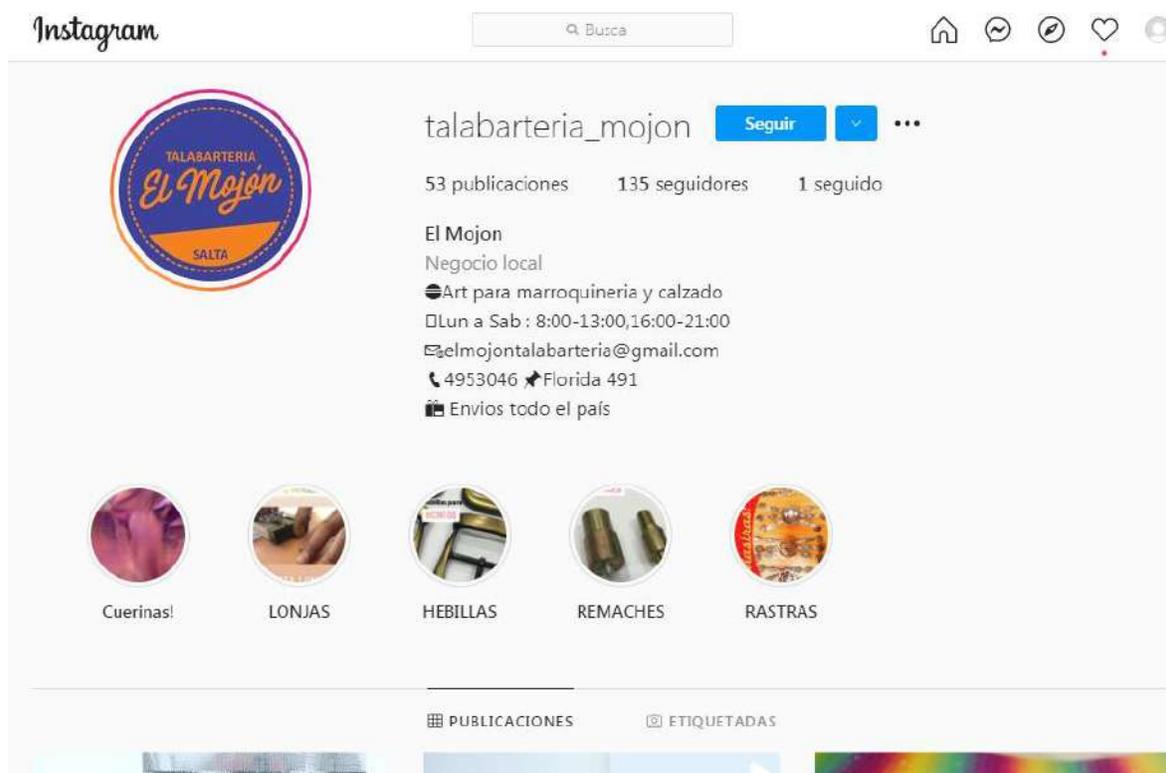
Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



The screenshot shows the Facebook profile page for 'El Mojon'. At the top, there are navigation icons for home, profile, video, marketplace, and messages. The profile header includes the name 'El Mojon', a WhatsApp button, and options for 'Me gusta', 'Mensaje', search, and more. Below the header, there is a 'Preguntar a El Mojon' section with three question prompts and 'Preguntar' buttons. To the right is a 'Crear publicación' section with options for 'Foto/video', 'Estoy aquí', and 'Etiquetar amigos'. The main content area shows a post from 'El Mojon' updated 8 hours ago, featuring a photo of a leather bag being made with a needle and thread. The photo has a circular logo overlay that says 'TALABARTERIA El Mojon SALTA'. On the left side, there is an 'Información' section with details: 'talabartería', '68 personas les gusta esto, incluidos 1 de tus amigos', '71 personas siguen esto', an Instagram link, the phone number '0387 495-3046', and an 'Enviar mensaje' button.

https://www.instagram.com/talabarteria_mojon/?utm_medium=copy_link

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	



3.- Conclusiones

Para muchos de los comercios asistidos las herramientas más tradicionales como facebook e instagram no eran muy utilizadas para ofrecer sus productos o servicios, se logró internalizar de manera suficiente los beneficios de ofrecer sus productos en las redes y se logró tal vez el objetivo más buscado por el equipo PROFCO; tener una gimnasia cotidiana en crear nuevos lanzamientos, historias novedosas y adaptadas a los eventos del año o ciertas coyunturas que signifiquen una buena oportunidad de ventas.

También se logró un buen avance en términos asociativos ya que dos emprendedores pudieron planificar sus impulsiones según la demanda del otro,

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

puntualmente nos referimos a la interacción entre la emprendedora de envases antes todos un evento con la productora de pasteles y desayunos ahora renombrada como dulce encuentro.

Se logró asistir a los comerciantes en cuestiones muy puntuales y necesarias a la hora de la venta tales como; denominación, muchas veces las marcas de los negocios hacían referencia a algún evento puntual y conocido (la casa de las ceras) o a algún nombre que recordaban desde años anteriores (el rincón del pastel). Esta manera de denominar un emprendimiento no ayudaba a la recordación de la marca por parte de los potenciales clientes que pueden tomar sus decisiones de compra a través de las redes sociales o un link de compras, se realizó un gran trabajo en gran parte de las empresas asistidas para encontrar denominaciones que hagan referencias a la caracterización de los productos o servicios que se ofrecen y hacer énfasis en los diferenciales que ofrece cada emprendimiento, traduciendo características de los productos en beneficios.

Aspectos visuales y logotipos de los emprendedores

La imagen y el diseño de los logos en la redes sociales es determinante para la elección de un productos al menos si se trata de una acción de compras de manera virtual, se analizó detenidamente la historia de cada emprendimiento, el armado de la competencia y la proyección de cada marca en particular.

Se logró una mayor armonía entre proyecto y propuesta visual, entre logotipo, denominación y productos que se quiere ofrecer, si bien estas acciones son dinámicas entendemos que por mucho tiempo este aporte se mantendrá en las redes y será una plataforma sustentable de generar mayores oportunidades de venta.

Anexo

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

En el siguiente anexo se propone un detalle visula de lo relizado en cada emprendimiento

Asistencia en Campo

Las imágenes y logos que se observarán en el trabajo de campo corresponden a los originarios de estas empresas, la idea es poder visualizar al final del trabajo en forma determinante un antes y después en el trabajo visual.

1.- Goal Arquitectura

https://drive.google.com/file/d/1WRS2mcl5-bCMkIKWfMrasinKs4K_d_Ty/view?usp=sharing

<https://drive.google.com/file/d/1ooMft4GnbYVyRYly02qemGnalAdDa2Fr/view?usp=sharing>

<https://drive.google.com/file/d/1ROfdIQTKQ52DI-orLMQNp-VW1T1-U1u/view?usp=sharing>

https://drive.google.com/file/d/1mOYjgAgwiO8_9RGbk91FhqxmNpBC_CLD/view?usp=sharing

2.- Accesorios Miri

https://drive.google.com/file/d/1m3L9g9mCjroDdMRKDP-_6vEPnaRdujUv/view?usp=sharing

<https://drive.google.com/file/d/1L3n5A9B13KuO-4kJAuZsESyfwKfFID5G/view?usp=sharing>

3.- Rincón del Pastel

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

<https://drive.google.com/file/d/1PuB2HU5v0s8SdHwlaaHft8zacYBVNCM3/view?usp=sharing>

https://drive.google.com/file/d/1_Q2W_R4rCI0H1jL8J2S7voJHvLIPbiUC/view?usp=sharing

4.- La casa de las Ceras

https://drive.google.com/file/d/1QNxhqAcb2Z1bCjaOwF3_dUSqIZwSR4Gv/view?usp=sharing

<https://drive.google.com/file/d/1F4hRWYobN2Qg4p4NoZ3GcW50K8gKoizL/view?usp=sharing>

5.- Conservas Atacopampa

<https://drive.google.com/file/d/1fkWfJUgOeW4pKZMYyc9V7LHOj264s5G4/view?usp=sharing>

<https://drive.google.com/file/d/1F4hRWYobN2Qg4p4NoZ3GcW50K8gKoizL/view?usp=sharing>

6.- Claudia Medina Indumentaria

<https://drive.google.com/file/d/1dR92LzMFtPQYamnnQPTQTCVtKVUweHUr/view?usp=sharing>

<https://drive.google.com/file/d/1tapEYb2tpZfpuyyPQd28BIFmHox636Nj/view?usp=sharing>

7.- Trending, envases innovadores

https://drive.google.com/file/d/1gf9THh6RM3a0Nn85d2s04wb_uB_mwCWi/view?usp=sharing

Programa de Fortalecimiento comercial	Reporte Final	
	Emisión: 22 de mayo de 2.021	

https://drive.google.com/file/d/1uvPjtatx3gyXHJidozCPV9FBJsYcgR_r/view?usp=sharing

8.- Ergy Solar

<https://drive.google.com/file/d/1e4BYsgtibe-eFT58Lrm1LbDxX67uyar/view?usp=sharing>

9.- El Hornero Escaleras

<https://drive.google.com/file/d/1sg08lhzTNBdFKK20KuXNoIMj3ezelg3v/view?usp=sharing>

https://drive.google.com/file/d/1TvT_lhBu-BzW1WLUBM4nJ_vHqLrKUMPq/view?usp=sharing

10.- El Mojón

<https://drive.google.com/file/d/1tDqssa9rWxJZyhUNxKGNKSZI3zq6hVFx/view?usp=sharing>

https://drive.google.com/file/d/1TvT_lhBu-BzW1WLUBM4nJ_vHqLrKUMPq/view?usp=sharing