

ENTRE RÍOS

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PROGRAMA DE TUTORÍAS PARA
DISEÑADORES

INFORME FINAL

Octubre 2021

ÍNDICE GENERAL:

Introducción.....	3
ETAPA I	
Lanzamiento y Convocatoria.....	4
ETAPA II	
Selección y Comunicación.....	5
ETAPA III	
Seguimiento y Relevamiento.....	6
ETAPA IV	
Ejes	7
Desarrollo de Tareas.....	9
Muestra (Feria del Centro).....	31
Resultados del programa.....	53
Anexos.....	60

Índice de tablas de figuras:

Tabla n° 1 Inscriptos.....	5
Tabla n° 2 Seleccionados.....	6
Tabla n° 3 Link cuestionario.....	13
Tabla n° 4 Resultados por cada participante.....	45

INTRODUCCIÓN

Este informe es una recopilación de información y busca mostrar en detalle el proceso que llevó a la realización de propuestas en el sector de diseño para el fomento y desarrollo regional.

Desde hace más de 4 años se viene acompañando desde la Secretaría de Cultura de la provincia de Entre Ríos, articuladamente con el CFI y la Región Centro con una política pública de exposición y venta de diseño regional en una feria itinerante anual, ya conocida como FERIA DEL CENTRO, organizada por las provincias de Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe.

Siguiendo esta actividad y con el apoyo del CFI (Consejo Federal de Inversiones) se desarrolló un programa de tutorías (a partir de ahora referenciado como Programa de Tutorías para Diseñadores) con el objetivo de fortalecer el diseño regional de Entre Ríos.

La finalidad de la formación en un Programa de Tutorías para Diseñadores es incentivar en los MiPyme: micro, pequeña y mediana empresa generadores de productos locales, la capacidad de estructurar y definir una mirada de diseño para motivar el desarrollo de sus emprendimientos.

El siguiente informe detalla los pasos que se siguieron en la creación y desarrollo del Programa de Tutorías para Diseñadores. En primera instancia se compartirá el inicio y los resultados de la etapa 1 definida como LANZAMIENTO Y CONVOCATORIA, luego se continuará con el desarrollo de la etapa 2 de SELECCIÓN y COMUNICACIÓN. Para después, poner de manifiesto los criterios utilizados y los resultados de la etapa 3 de SEGUIMIENTO Y RELEVAMIENTO. Se detallarán los ejes que fijaron las bases del proyecto y finalmente, se pondrá a disposición el DESARROLLO DE TAREAS utilizado durante la etapa 4 de CAPACITACIÓN Y TUTORÍAS en sus encuentros presenciales y virtuales.

ETAPA I - LANZAMIENTO Y CONVOCATORIA

La acelerada transición en la que se vive actualmente busca interpelar en la definición de los límites sobre el planeta y muestra la importancia de un mejor uso de la conectividad. Esta dinámica también tiene impacto en la región, sólo basta con mirar el río. A partir de ella se puede definir al diseño como algo que se fundamenta en la cultura que busca unir lo local con lo global, y en una infraestructura resiliente capaz de renovar el trabajo y de acercar la producción al consumo en sistemas distribuidos. (Manzini, 2015).

El plan de tareas realizadas tuvo como eje la difusión de la actividad en toda la provincia, motivando a los emprendedores y diseñadores a formar parte de este proyecto gratuito, buscando generar lazos de cercanía con la secretaría de cultura y empatizando para futuras propuestas. Inicialmente, se llamó a la convocatoria a diseñadores y/o emprendedores provinciales dedicados al diseño y producción en las distintas áreas del sector: diseño de objetos y muebles, diseño de indumentaria y accesorios y diseño gráfico e ilustración. Los registrados en la convocatoria debían enviar para participar de la selección una descripción de sus proyectos y muestras de los mismos.

El día 19 de Julio se abrió oficialmente la convocatoria desde la página web de la secretaría de comunicación del gobierno de Entre Ríos. Además se difundió por diferentes canales, como redes sociales, particularmente Instagram y Facebook de la secretaría de cultura y medios de comunicación radiales, televisivos y diarios en formato digital e impreso. Tales como “análisis digital”, “dale concepción”, “apfdigital”, “la calle”, “fm sensaciones”. Adjuntamos a continuación los links de estas acciones de difusión¹.

¹ Links Noticias:

<https://noticias.entrerios.gov.ar/notas/realizan-una-convocatoria-abierta-para-fortalecimiento-del-sector-diseo.htm>

<https://www.analisisdigital.com.ar/cultura/2021/07/20/entre-rios-convocatoria-abierta-para-fortalecimiento-del-sector-disen>

<https://www.daleconcepcion.com.ar/programa-tutoria-para-disenadores/>

<https://fmsensaciones.com/unos-30-emprendimientos-enterrerianos-forman-parte-del-programa-de-tutoras-para-diseadores-y-diseadoras/>



El día 30 de Julio se estipula el cierre de la inscripción al Programa de Tutorías para Diseñadores. Dando como resultado la inscripción de 80 emprendimientos que a continuación se detallan.(Tabla n° 1. Inscriptos)²

Tabla n° 1 Inscriptos:

Herrería Rulox	Chispitas	Caro valentina	Pandala	Amuleto cerámica	Agustina creaciones	Diseño Cartonero	Vitrofusion Ru	Lunática
Lopinto	Iru sublimados	Namasté crochet Paraná	Fat32 Servicios Informáticos	Tejiendo una Herencia	Flor Azul	A pie de máquina	Luz de Luna	Con Amor
Deleite Tejidos	Mc indumentaria	Sepia	Merakientelas	Diseñarte Creaciones	bax diseño	Las Violetas de Ema	Zip	Ro & Ro Gurisitos
Hilaria Homemade	Del Taller de Lola	Jarupkin	Gea Estudio Creativo	Wake up Entre Ríos	Duplo T.X.T. L	Zula	Hygge	Poroto cósmico
El Sauce Sublimados	Clarluna arte in situ	Ecopanda	Mundo de Papel	Lucca	Niña Brócoli	Canto Rodado	Guara Guara	Creativa
Jorge Adur	Faxa	Ir imágenes	Triple Seis Clothing	Buena Presencia	Tramagua Paraná	M. Colonia y Avicultura	Suma Emperatriz	RUBYX
Modelados Cecilia Palazzotti	Uni Magda.C	Manos Charrúas	Bep 318	Alaia Rework	Telar del Río	MUOMA	Mololove	Landia
Ananías	Santo Remedio	Astrid	.AS	By Gaby Espíndola	Natalia Fernández Cerámicas	Tienda Nómade	Dafne Costante	& Taller de Oficios Artesanales
RG Creaciones	Tierra de tejedoras	A puro color	María Del Carmen					

² Link lista de Registrados:

[Tutorías a Diseñadores Entre Ríos 2021 \(respuestas\)](https://docs.google.com/spreadsheets/d/178RmiSTAd33ioYyYvYbth4UpT63jR2OBq6C14Plm-E/edit#gid=1485089759)
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/178RmiSTAd33ioYyYvYbth4UpT63jR2OBq6C14Plm-E/edit#gid=1485089759>

ETAPA II - SELECCIÓN Y COMUNICACIÓN

De los convocados se seleccionaron 30 diseñadores/emprendedores de distintos puntos geográficos de la Provincia dada la diversidad y distribución de los diseñadores y emprendedores en la misma.

Los criterios para la selección se definieron en relación a los aspectos propuestos por la Secretaría de Cultura de Entre Ríos, entre los que se definió que hubiera representantes de las distintas regiones de la provincia (representantes de las distintas zonas, ciudades y poblaciones), que hubiese emprendimientos de las 3 categorías de diseño solicitadas en la convocatoria de manera equilibrada, que se refleje la variedad productiva e identidad cultural de la provincia y finalmente que la selección fuera equitativa en relación al género de los participantes.

Por otro lado se tuvieron en cuenta los criterios de los coordinadores en relación a aspectos específicos del diseño y los contenidos del programa (calidad de producción, muestra de potencial o talento, creatividad e innovación, experiencia en ferias previas, presentación del emprendimiento); considerando calidad del producto, entendiendo a esta no solo como buen diseño, buena materialización y adecuado procesamiento, sino también todo su potencial: su identidad, su aporte a la cultura regional y su posibilidad de comercialización local y global.

De los 30 emprendimientos seleccionados finalmente, 15 (quince) corresponden a la categoría de diseño de indumentaria y accesorios, 13 (trece) a la categoría de diseño de objetos y muebles y 2 (dos) a diseño gráfico e ilustración. (Tabla n° 2. Seleccionados)³.

Tabla n° 2 Seleccionados:

Lopinto	Hilaria Homemade	Del Taller de Lola	Caro valentina	Namasté crochet Paraná	.AS	Telar del Río	Natalia Fernández Cerámicas	Guara Guara	Tierra de tejedoras
Herrería Rulox	Jorge Adur	Faxa	Jarupkin	Merakientelas	Bax diseño	Niña Brócoli	Zula	Mololove	María del Carmen
Deleite Tejidos	Ananías	Santo Remedio	Manos Charrúas	Triple Seis Clothing	Duplo T.X.T L	Diseño Cartonero	Vitrofusion Ru	Creativa	Muoma

³ Link lista Seleccionados:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/17WgcbYvZQHKK751pi3lfx6871_v0aphB/edit#gid=1736330186

ETAPA III - SEGUIMIENTO Y RELEVAMIENTO

Evaluación de participantes y programación de tutorías.

Este proceso de capacitación y tutorías se basa en los siguientes ejes de trabajo:

1 - Sensibilizar, 2 - Visibilizar, 3 -Potenciar, 4 - Comercializar. Proponemos reforzar y hacer énfasis en estos ejes en relación a las necesidades detectadas en el sector y también debido al contexto económico y social. (pandémico).

En relación al tiempo de desarrollo y teniendo en cuenta que mientras lo llevamos adelante se realizará la Feria del Centro en Paraná, donde varios de los participantes estarán presentes, decidimos fortalecer la idea de 4 (cuatro) capacitaciones presenciales que consisten en charlas temáticas y motivadoras en relación a los ejes propuestos, de 1,30 hrs. de duración donde cada disertante desarrollará conceptos sobre su especialidad y mostrará ejemplos de aplicación en casos regionales, nacionales e internacionales. Luego, ese mismo día, cada disertante realizará una consultoría productiva específica de tutoría con los 30 seleccionados en la convocatoria conformados en 4 (cuatro) grupos de trabajo de 7 (siete) u 8 (ocho) integrantes cada uno, según las distintas problemáticas, ya sea aplicación de diseño, modelo productivo, desarrollo comunicacional, marketing, comercialización y mercadeo. Estos encuentros de mentorías durarán 6 hrs. en total (1,30 hrs. con cada grupo). Por otro lado se realizarán encuentros de consultoría virtuales luego de las presenciales para realizar un seguimiento del proceso de los participantes (estos serán en septiembre y octubre) y consistirán en 8 (ocho) tutorías de 2,00 hrs. por grupo que llevarán adelante Moriana Abraham y Germán Lang.

Los coordinadores y capacitadores acompañaron los procesos creativos y de formación profesional de los participantes seleccionados. Los mismos se realizaron de forma presencial y también virtual.

Para iniciar el programa la coordinadora Moriana Abraham realizó en primera instancia un diagnóstico inicial de reconocimiento sobre los emprendimientos y marcas participantes seleccionados en la convocatoria, leyendo sus fichas de inscripción y observando en detalle sus redes y páginas web, que permitieron generar una primera valoración sobre el estado de cada emprendimiento, su situación general y se detectaron aspectos particulares para ajustar las mentorías en relación a las necesidades emergentes y así fortalecer los contenidos a desarrollar en el primer encuentro presencial y de lanzamiento del programa. Esta

instancia es importante ya que allí se comienza a establecer la relación con los participantes.⁴

De cada emprendimiento se evaluó el producto físico, identidad y comunicación gráfica, comunicación en redes, packaging, modelo de mercadeo y estrategias de comercialización.

La metodología implementada para este seguimiento consistió, en primer lugar, en una reunión virtual del equipo de capacitadores y mentores y representantes a cargo de la Secretaría de Cultura donde se transmitió toda esta información recabada y se consensuaron metodologías de trabajo.

Así mismo se están llevando adelante evaluaciones parciales de cada etapa, a través de planillas online sistematizadas habilitadas para ser compartidas en tiempo real entre los coordinadores y tutores del proyecto. Este seguimiento permitirá que los coordinadores y mentores valoren el resultado de cada encuentro (ya sean estos presenciales o virtuales) y puedan observar otros aspectos como asistencia de los participantes, interés y grados de avance en relación al proyecto. Con esta información se podrá generar una base de datos de los emprendimientos de la región para futuras convocatorias.⁵

Uno de los ejes generales del Programa, es que los emprendedores comprendan la necesidad de fortalecer el sector del diseño en Entre Ríos, realizando trabajo colaborativo y acciones entre emprendedores, ya sea orientadas a la difusión, la comercialización, la compra de materia prima, etc.

Por el contexto de público conocimiento se dispuso crear la alternativa de modalidad online, además de la presencial para aquellos casos de riesgo o de inasistencia por fuerza mayor. Por lo que las charlas fueron grabadas y cada capacitador concertó un encuentro de mentorías online con dichos participantes.

Estas tareas siempre fueron acompañadas por la asistente local, Miranda Mayer, cuyas funciones fueron realizar el seguimiento semanal de los participantes, de su asistencia al programa, organizar cuestiones de logística, comunicación y producción de encuentros presenciales y virtuales. Finalmente asistió a los capacitadores invitados en las actividades presenciales y virtuales también.

⁴ Link Diagnóstico Inicial:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/17WgcbYvZQHKK751pi3lfx6871_v0aphB/edit?usp=sharing&ouid=110797622146493444856&rtpof=true&sd=true

⁵ Link Diagnóstico Javier Bulgarelli:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/17WgcbYvZQHKK751pi3lfx6871_v0aphB/edit?usp=sharing&ouid=110797622146493444856&rtpof=true&sd=true

El programa incluyó el material de las charlas/capacitaciones y la disponibilidad de acceder a un grupo de whatsapp donde los participantes pudieron compartir información, realizar aportes individuales e intercambio de información, ejemplos, etc. También contaron con un correo electrónico institucional donde consultar información pertinente al programa de manera permanente.

ETAPA IV - DESARROLLO DE TAREAS

ENCUENTROS PRESENCIALES

Encuentro 1: Capacitación 1. 9/8/21.

Capacitador: Moriana Abraham

1 - Eje Sensibilizar

Esta primera capacitación fue introductoria y propuso una mirada a la problemática actual del diseño local y global. Por otro lado, fue el primer encuentro con el grupo de participantes, por lo que su objetivo no era sólo capacitar sino sensibilizar e informar sobre el programa generando vínculos.

Contenido temático desarrollado: Diseñar para la cultura local. Roles del diseñador: los nuevos versus los tradicionales. Planteo de posibles caminos de reconversión, transformación y optimización de productos en los distintos sectores. Diseño y contexto. Análisis de algunos emprendimientos presentes. Trabajo interdisciplinario.

9:30 hrs: Apertura de la capacitación, saludo de la Secretaría de Cultura y charla motivadora de la coordinadora del programa Moriana Abraham.



Sra secretaria de Cultura de Entre Ríos, Francisca D'Agostino

Capacitadora DI. Moriana Abraham





Capacitadora DI Moriana Abraham



Tutoría de Moriana Abraham

La charla de la coordinadora general tuvo la intención de ser disparadora y poder dar un marco general y contextual sobre el diseño actual. El título fue: “Hacia la reconversión del proyecto de diseño” y fue creado en coautoría con Germán Lang, segundo coordinador general del proyecto. El objetivo era dar un mensaje de resiliencia hablando sobre reconversión, adaptación y transformación en épocas de crisis económicas y pandemia (encontrar oportunidades y valores en lo que cada uno hace). Se propusieron ejemplos de casos de diseño argentino y de algunos de los proyectos de la tutoría. Se adjunta pdf.^{6 7}

11:30 hrs - 18:00 hrs: Realización de las mentorías express en 3 grupos de 1,30 horas de duración cada una. Se conversó sobre el diagnóstico inicial y las problemáticas generales y particulares en relación a los proyectos presentados. Se realizó una puesta en común e inicio de colaboraciones entre emprendimientos. Se propusieron caminos a seguir y se consensuaron con los participantes acciones de diseño y producción. La asistencia a las primeras tutorías brindadas por la diseñadora Moriana Abraham fue de 20 seleccionados de forma presencial, 8 en la modalidad online y 2 inasistencias.

Luego del final de la primera charla y grupo de mentorías presenciales se envió una encuesta a los participantes con el objetivo de obtener información precisa de cada proyecto.

Además, se integraron preguntas referente a la charla, las tutorías y la organización en general. Se obtuvieron 21 respuestas. A continuación se adjunta link del formulario⁸.



⁶ Link Tutoría 1 Moriana Abraham: https://youtu.be/74nEPeOG_tU

⁷ Link fotografías Tutoría 1:

<https://drive.google.com/drive/folders/1OXZqmLKJuUAHy1C3WhFvGvoT-1tV7nVy?usp=sharing>

⁸ Link formulario: <https://forms.gle/WT858Naw2y61G5gg9>

Clínica Moriana Abraham



Barbara de "Niña Brócoli" en Tutoría de Moriana Abraham

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLS.../viewform

¿Porqué se anotó en este programa de capacitación? *

Tu respuesta

¿Qué le pareció el contenido de la charla de Mariana Abraham?
Valora tanto la exposición como el material entregado.

1 2 3 4 5

Malo Excelente

Las primeras mentorías fueron para conocer la situación de cada marca o emprendedor. ¿Pudo plantear su preocupación en relación a su trabajo? *

1 2 3 4 5

No. Si.

¿Considera que le resulto útil este primer encuentro para mejorar su trabajo? *

1 2 3 4 5

No mucho Mucho.

¿Qué es lo que más le preocupa en relación a tu marca o emprendimiento?

Tu respuesta

¿Puede vivir de su emprendimiento?

Tu respuesta

¿Cuál es su aspiración como marca o emprendedor?

Tu respuesta

¿Cuál es su público real (quien le compra)? ¿Este es el público a quien le gustaria vender?

Tu respuesta

¿Usted forma parte de toda la cadena productiva o terceriza alguna actividad?
Por favor comente cuáles.

Tu respuesta

¿Cómo comunica su marca o emprendimiento?

Página web

Redes sociales (Instagram, Facebook, otros)

Realiza publicidad en redes u otros.

Otro

9

⁹ Detalle de la Encuesta luego del primer encuentro

Online 17/8/21- 18:00 hrs - 20:30 hrs: Inicio de las mentorías express con el grupo online. Esta primera mentoría virtual tuvo una duración de 2 horas y media a través de la plataforma Meet y se presentaron 8 (ocho) emprendedores. Se conversó sobre el diagnóstico inicial y las problemáticas generales y particulares en relación a los proyectos presentados para organizar el seguimiento. Se realizó una puesta en común e inicio de colaboraciones entre emprendimientos. Se fomentó el trabajo colaborativo. Se propusieron caminos a seguir y se consensuaron con los participantes acciones de diseño y producción.

Encuentro 2: Capacitación 2. 20/8/21.

Capacitador: Javier Bulgarelli

2 - Eje Visibilizar

Esta capacitación se dirigió a la comunicación en relación a la construcción de identidad gráfica de los distintos proyectos, emprendimientos o marcas.

Contenido temático a desarrollar: Consideraciones para la construcción estratégica de una Marca (Gráfica) en proyectos/emprendimientos de Diseño Gráfico, Industrial, De moda o textil, ilustradores y artistas visuales. Y su impacto en la imagen, comunicación, presentación e identidad gráfica.

10:00 hrs: Charla motivadora del capacitador Javier Bulgarelli.

La charla se denominó "Consideraciones para la construcción de Marcas Gráficas" y consistió en un recorrido histórico del desarrollo de la marca y su importancia para la construcción de una identidad visual. Se trabajó en base a conceptos y definiciones como, Emprendedores y Productos vs. Diseñadores y Diseño. Se habló sobre el concepto de "marca" y se hizo un breve recorrido histórico sobre la función de las marcas, los contextos y su evolución, para posteriormente poner en discusión la idea de "proyecto" como "estrategia de diseño" y destacar la importancia de hacerle preguntas a sus propios proyectos. Finalmente se habló sobre los parámetros que hay que considerar a la hora de pensar y construir una marca como la reproducibilidad, legibilidad e inteligibilidad de una marca. (adjunto pdf.)



Tutoría del Diseñador Gráfico Javier Bulgarelli.

12:00 hrs - 18:30 hrs: Realización de las mentorías express en 4 grupos de 1,30 horas de duración cada una. Se conversó sobre las problemáticas generales y particulares en relación a los proyectos presentados en relación a aspectos de la comunicación y la identidad visual de los proyectos. Se trabajó destacando lo que había visto en el diagnóstico previo en el eje comunicar, una de las problemáticas más fuertes es que no marcan/identifican sus productos y otra es como muestran lo que producen. La asistencia a la segunda tutoría brindada por el diseñador Javier Bulgarelli fue de 21 seleccionados de forma presencial, 3 inasistencias y 6 en modalidad online.



Clínica personalizada de Javier Bulgarelli

Luego del final de la segunda charla y grupo de mentorías presenciales se envió una encuesta a los participantes con el objetivo de obtener información precisa de cada proyecto.

Encuentro 3: Capacitación 3. 30/8/21.

Capacitador: Germán Lang

3 - Eje Potenciar

Contenido temático desarrollado: Producción. De la idea al producto. Desarrollo local. Impactos del consumo ético sobre el desarrollo local: Revalorización de lo local; Descentralización de los sistemas productivos; Considerar el ciclo completo.



Tutoría del Diseñador, especialista en gestión Germán Lang.



Tutoría Germán Lang en Sala Antequeda, Paraná.

10:00 hrs: Apertura de la capacitación, disertación de Germán Lang

La tercera tutoría a cargo del diseñador Germán Lang, sentó las bases para la reconversión en pos del desarrollo local. La charla consistió en construir el andamiaje del sistema de pensamiento de diseño y la importancia de pasar de la idea al producto. Así como, la ventaja que supone el diseño centrado en el usuario y cómo se genera la transición de dejar de concebir a la persona como cliente y empezar a pensarla como usuario. Convirtiendo a este usuario en embajador de la empresa. De consumidor a prosumidor.

Germán expuso la relevancia de la investigación de diseño, focalizado en cada emprendimiento. Y la utilidad para los mismos del desarrollo de estrategias de fidelización de audiencia y construcción de usuarios de la marca. La ventaja competitiva y económica que supone el desarrollo de experiencias de usuario. La temprana identificación del mercado, nicho y subnicho. Y el análisis de herramientas para la autoevaluación de cada marca sobre lo que ofrecen vs la necesidad del usuario.

Además, resaltó la importancia del impacto del consumo ético sobre el desarrollo local. Cómo la puesta en valor y la revalorización de lo local, generan redes de fortalecimiento para el sector.

Por último, los invitó a “re-pensarse” como diseñadores que abarcan cada parte de la cadena productiva para convertirse en diseñadores articuladores, que favorecen la descentralización de los sistemas productivos, que se ajustan a los nuevos paradigmas y que pueden trabajar en conjunto con otros.

12:00 hrs - 18:30 hrs: Realización de clínicas personalizadas para cada emprendimiento subdivididos en 4 grupos según la tipología de producto. Cada mentoría tuvo una duración de 1,30 horas cada una.

Se trabajó según la problemáticas particulares de cada emprendimiento, exponiendo las actuales formas de organización de las marcas. Identificando los puntos de valor y los puntos de dolor.

Se detectó que la problemática general es una pobre o nula identificación del usuario y que la propuesta de diseño responde más a lo que quiere hacer cada emprendedor que a poder identificar una oportunidad en el mercado. Además, en muchos casos el usuario al que venden sus productos no es el usuario al que quieren apuntar. A partir de las clínicas se comenzaron a identificar problemas en la construcción del concepto y la identidad de marca, poca claridad y mínima comunicación al usuario.



Clinica personal del capacitador Germán Lang.

La asistencia a la tercera tutoría brindada por el diseñador Germán Lang fue de 21 seleccionados de forma presencial, 2 inasistencias y 7 en modalidad online.

Encuentro 4: Capacitación 4. 10/9/21.

Capacitador: Gastón Abalos

4 - Eje Comercializar

Contenido temático desarrollado: Taller Empresa y Gestión de Diseño. Modelos de negocios, Diseñar la propuesta de valor, Viabilidad productiva y comercial del proyecto. Cálculo de costos. Estrategias de visibilidad para ganar nuevos mercados. Cómo lograr fidelizar a mi audiencia y lograr comunidad de usuarios de mi marca.

10:00 hrs: Apertura de la capacitación, disertación de Gastón Abalos.

La cuarta tutoría a cargo del especialista en comercialización Gastón Abalos, consistió en motivar a los diseñadores a entender el marco de gestión comercial de una pequeña empresa. Se focalizó en mostrar la importancia de las herramientas legales, del registro en monotributo así como la ventaja competitiva que supone tener una organización empresarial ordenada. La conveniencia que

implica detallar los egresos e ingresos de capital, los costos fijos y variables, y el tiempo de producción para cada producto que luego tendrá impacto en el costo final del mismo.

Introdujo la idea de modelo de negocio, y desarrolló conceptos de marketing, cómo estrategias de ventas y comercialización. Pero principalmente, impartió un ejercicio práctico que consistió en que cada diseñador pudiera identificar cuál era la solución que estaba brindando al mercado con su producto. Seguido los invitó a hacer una autoevaluación de cada emprendimiento enseñando a utilizar la herramienta de punto de equilibrio.

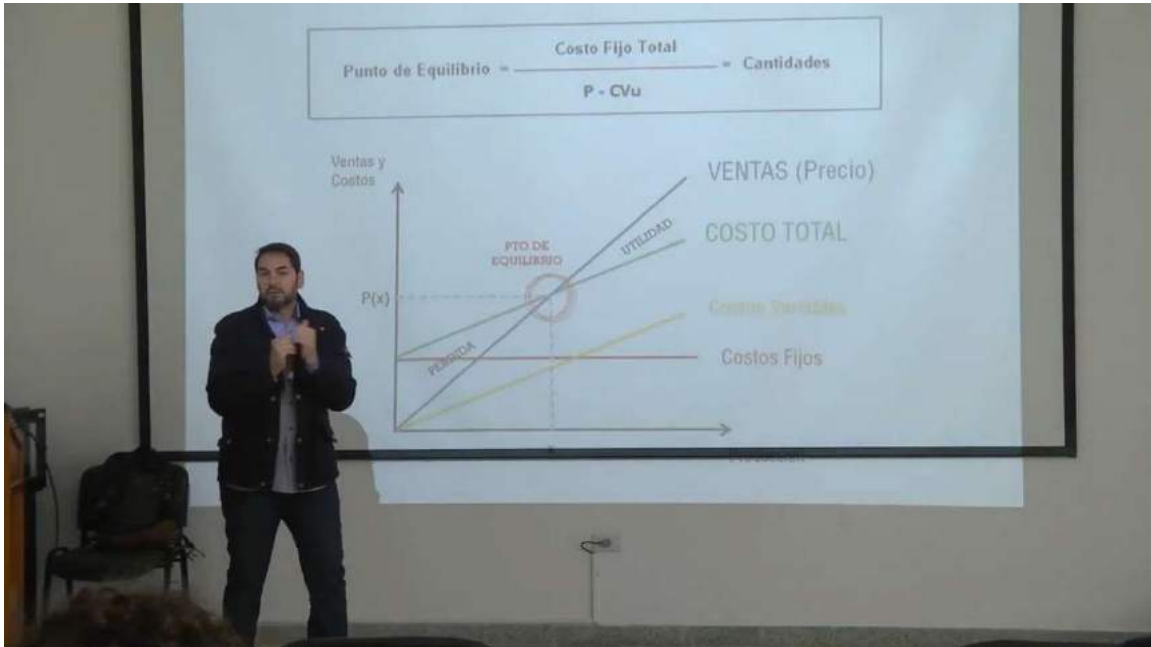


Tutoría del especialista en Comercialización Gastón Abalos



Tutoría de Gastón Abalos

12:00 hrs - 18:30 hrs: Realización de clínicas personalizadas para cada emprendimiento subdivididos en 4 grupos según la tipología de producto. Cada mentoría tuvo una duración de 1,30 horas cada una.



CALCULANDO MI PRECIO ÓPTIMO

Clínicas personales de Gatón Abalos

TUTORÍAS/CLÍNICAS ONLINE

El programa se desarrolla también como hemos mencionado anteriormente con 8 encuentros virtuales de tutorías de 2 horas cada uno en equipos de emprendedores agrupados según necesidades de capacitación de los distintos grupos de participantes. Se iniciaron en el mes de septiembre y terminaron a finales de octubre. En estos encuentros online los tutores y la asistente del programa acompañaron los procesos creativos y de formación profesional de los asistentes. Los encuentros de seguimiento se implementaron como reuniones de trabajo con los seleccionados en la convocatoria para evaluar el estado de avance de cada emprendimiento luego de los encuentros presenciales y de la participación en la Feria del Centro, su situación general y detectar aspectos particulares para así ajustar las mentorías en relación a las necesidades emergentes. En todo momento se llevaron adelante evaluaciones parciales de cada etapa, a través de un archivo excel y de mails compartido entre los coordinadores y tutores del proyecto. Este seguimiento permitió que los coordinadores y la asistente valoren el resultado de cada encuentro y puedan observar otros aspectos como asistencia de los participantes, interés y grados de avance en relación a cada emprendimiento.

Devoluciones Generales de los Capacitadores:

Devolución Moriana Abraham:

Por otro lado el grupo en general funcionó muy bien, me tocó abrir el programa, algo que nunca es fácil, tratar de conocerlos, que se sientan cómodos, que entiendan de qué se trata. La charla que preparé fue más bien general y contextual, puse ejemplos de diseño argentino y de algunos de los emprendimientos. Se llamó Hacia la reconversión del proyecto de diseño, es de coautoría con Germán Lang, y su intención fue hablar de reconversión, adaptación y transformación en épocas de crisis económicas y pandemia (encontrar oportunidades y valores en lo que cada uno hace. (adjunto pdf)
El sábado enviamos una encuesta a los participantes con preguntas generales sobre la charla, las tutorías y sus emprendimientos en general. Por ahora hay sólo 9 respuestas, cuando haya más se las compartiremos también.

Las charlas serán filmadas, el equipo que lo hace es muy amable.

Les cuento como trabajé, armé 4 grupos por sectores (verán en el excell) color naranja, amarillo, verde y celeste y trabajamos las mentorías en esos grupos hablando de lo particular a lo general. Mi intención fue socializar porque es muy difícil hablar uno por uno, además es importante que el resto escuche las problemáticas y propuestas de todos. Pero fue una mentoría genérica, por lo que les pido (como teníamos planeado) que ahora ustedes profundicen en sus especialidades. En el diagnóstico que preparé describo lo detectado.

Pautas generales en las que hice énfasis:

- **Fortalecer el sector, realizar trabajo colaborativo, apoyarse entre emprendedores.** (Está cada uno en lo suyo y muchos tienen las mismas problemáticas, muchos no se conocen entre sí y no conocen lo que se diseña en Paraná.

Estas problemáticas en general son (las más graves): hacen todo solos, necesitan tercerizar o contratar a alguien, no saben comunicar, no saben sacar costos, no comercializan más allá de los conocidos.

- **Trabajar en la comunicación de lo que hacen** (no solo identidad y redes) sino aprovechar herramientas digitales como teléfonos para mostrar lo que hacen (grabar videos por ejemplo, mostrar cómo se teje a telar, cómo se estampa con ecoprint o cómo suena un instrumento de chapa soldada). Comunicar que hacen prendas a medida y a pedido, algo que muchas veces no está claro. La comunicación en relación a la calidad durabilidad etc de los productos, no sólo en relación a la imagen del producto.

- **Sacar costos de todo el proceso** (les pedí a algunos que hagan una lista de cada costo de cada etapa) por supuesto me adelanté a Gastón pero algunos cobran solo mano de obra, otros textiles y mano de obra, pocos tienen bien claro el tema en profundidad). Generar otros puntos de venta que no sean ferias en muchos casos y en otros empezar a participar en ferias (fortalecer el sector)

- **Diseño**, traté de ver en que estaban interesados en avanzar y cuáles eran sus productos fuertes para crecer desde ahí. Algunos lo tienen claro, otros no. Hay que seguir trabajando.

Este viernes 20 de agosto viajaré Javier Bulgarelli para avanzar sobre comunicación y trabajar en ella específicamente.

Adjunto el cronograma que enviamos de trabajo el día lunes 9. Propongo (considerando que Javier y Germán se quedan dos noches en Paraná, cambiar los horarios de tutorías) cerrar a las 13 el de la mañana y expandir un poco más el de la tarde para aprovechar el tiempo y que no se haga tan cansador.

Javier, Germán y Gastón, les parece lo siguiente?

Devolución Germán Lang:

Luego de la charla pasamos a las tutorías particulares de las empresas, que se dieron en 4 grupos, hubo una buena recepción de los comentarios, super predisuestos a las sugerencias que realicé sobre sus propuestas y abiertos a tomar los posibles cambios para llegar a sus usuaries de la mejor manera.

Considero que ya comprendieron que estos encuentros son para potenciar sus emprendimientos.

Para resumir, el fin último de mi propuesta tuvo que ver con potenciar lo que realizan (discurso, diseño, calidad) y que esta producción llegue de la mejor manera a sus potenciales clientes/as y/o usuaries, que apliquen estrategias adecuadas y desarrollen experiencias de usuario acordes a sus propuestas y posibilidades como emprendedores.

En cuanto a la evaluación general de las empresas que puede guiar en este encuentro (asistieron 16 productores/as) en mi opinión observo que hay muy buen desarrollo creativo con ideas interesantes, en donde al momento a muchas les falta resolver ciertas cuestiones técnicas de producción y construcción general para que una idea se convierta en producto, ante eso recomiendo desarrollar actividades de capacitación vinculadas al pensamiento proyectual, calidad y construcción de marca. Por otro lado, al no haber tantos emprendedores formados en la disciplina del diseño (vienen más del saber hacer, artesanía, artes, autodidactas) se hace necesario seguir realizando charlas de sensibilización para que logren comprender el rol estratégico del pensamiento de diseño.

Para continuar en el próximo encuentro es fundamental abordar el tema de cálculo de costos ya que están regalando su producción y muchos de los productos están por debajo del precio de mercado, sus márgenes de ganancia en la gran mayoría no llegan a cubrir sus costos, razón por la cual la gran mayoría no vive de su actividad emprendedora.

Me gustaría hacer un destacado con la Empresa Telar del Río, su propuesta es excelente, la que se debería apoyar con una mentoría particular y/o incubación de empresa ya que cuenta con un enorme potencial para abarcar el mercado nacional y exportador, por su alta calidad, identidad regional y propuesta de diseño con visión glocal. Informo que acaba de ganar un ANR del Fondo Nacional de las Artes, el que será invertido en el desarrollo de comunicación estratégica de la empresa.

Espero que mis comentarios sean de utilidad para potenciar el próximo encuentro y que mi aporte a los/as emprendedores/as sirvan para el mejorar el desarrollo del sector diseño de la provincia de Entre Ríos.

Devolución Javier Bulgarelli:

Buenos días!

Antes que nada quiero agradecer especialmente a Moriana por la invitación a participar de este Programa. También agradecer y destacar el trabajo, la organización, y atención de Miranda. En el lugar de la charla, la atención de Victoria y el equipamiento, impecables.

Anibal, qué pena que estabas de viaje, no pudimos conocernos personalmente.

Bueno, me tocó el segundo capítulo, aquí va un breve resumen.

Mi presentación trató de manera muy resumida el tema, "**Consideraciones para la construcción de Marcas Gráficas**".

Partí, tratando de dejar en claro conceptos y definiciones como, *Emprendedores y Productos vs. Diseñadores y Diseño*, intentando abordar algunas nociones de sus respectivos "campos semánticos" para ponernos de acuerdo en los alcances de cada uno y dialogar desde allí.

Luego avanzamos en definir el concepto de "marca" y hacer un breve recorrido histórico sobre la función de las marcas, los contextos y su evolución, para posteriormente poner en discusión la idea de "proyecto" como "estrategia de diseño" y destacar la importancia de hacerle preguntas a sus propios proyectos. (Una forma de ablandar el camino para hacerles preguntas y devoluciones sobre sus propios proyectos).

Finalmente hablamos sobre los parámetros que hay que considerar a la hora de pensar y construir una marca. Pusimos en foco en la reproducibilidad, legibilidad e inteligibilidad de una marca. Destacando lo que había visto en el diagnóstico previo: no marcan/identifican sus productos.

En las rondas de charlas con los grupos, note una buena recepción de los comentarios, solo dos o tres estuvieron a la defensiva, creo que es normal.

Por momentos se generaban buenos intercambios sobre todo entre ellos mismos.

Aquí puse el foco, continuando con las pautas que Moriana había comenzado, la importancia de mostrar más los procesos de lo que hacen, como también el trabajo colaborativo. Hasta surgieron ideas concretas de cómo conectarse y brindarse soluciones entre ellos mismos.

Como conclusión y para no extenderme tanto, fue una muy buena experiencia. Creo que fue de utilidad, por lo menos me dio la sensación que se fueron pensando muchas cosas.

Durante la presentación y en la ronda de grupos salió constantemente el tema de las capacitaciones y la importancia de transmitir los conocimientos, muchas y muchos han tenido esas experiencias y lo ven muy valioso.

Hasta María del Carmen destacó que el curso que tuvo que hacer 2 veces para aprender a confeccionar sus lencerías fue lo que le permite vivir hoy. Se me ocurre que proyectos como éste tengan alguna colaboración técnica especial para poder desarrollarse ya que se ven muchas dificultades materiales.

10

¹⁰ Detalle mails, devoluciones y experiencias de los capacitadores

Devolución Gastón Abalos:

Gastón Abalos <abalos.gaston@gmail.com>
para GERMAN, Javier, Moriana, mí, Anibal ▾

12 sep. 2021 23:17 ☆ ↩ ⋮

Buenas noches colegas! No quería cerrar este domingo sin enviarles mi evaluación de la tutoría del viernes.

Principalmente trabajamos el tema de los costos, aspectos vinculados a la propuesta de valor y cómo diferenciarse por medio de estrategias de marketing bien dirigidas. Quiero destacar la gran disposición de los emprendedores en este proceso, se nota el aprendizaje que han adquirido en cada una de las tutorías que fueron tomando. Esto sin duda, dará buenos frutos en muy corto plazo.

Yendo específicamente a mi tutoría pude observar y comprobar varias debilidades, la principal y en su gran mayoría es que prácticamente los emprendedores **no tienen su marca registrada**, pero si vienen haciendo publicidad y difusión, principalmente por redes sociales. Los pone en un lugar vulnerable, ya que a futuro y con mayor posicionamiento, se pueden encontrar con opciones en utilizarla. Se pudo detectar solo tres de los participantes con título de marca

Otro problema más preocupante, sobre todo pensando en la escalabilidad del proyecto, es la falta de **registro tributario** de los emprendedores y emprendedoras. Muy pocos cuentan con asesoramiento contable, realizan ventas por medios electrónicos pero no hacen facturas, realizan movimientos bancarios pero no están registrados ante AFIP, están en una zona muy vulnerable bajo ese panorama.

Por último en cuanto a costos mayoritariamente, solamente tienen en cuenta sus costos fijos, lo cuál conlleva errores a la hora de definir los precios, también son muchos los que utilizan la luz eléctrica de su casa, gas o servicios de internet, al ser hogareños no tienen los costos reales. El costo de la mano de obra son muy pocos los que la tienen en cuenta y casi todos **confunden margen de ganancia con margen de distribución**. Además al no estar registrados en AFIP, ATER, Municipalidad hay muchos impuestos que no los tienen presentes y el precio no termina siendo real mucho menos la rentabilidad.

Una vez terminada la feria, se volverá a realizar un seguimiento para ver si hay cambios sobre las sugerencias realizadas. Creo que se debería pensar a futuro un programa de pre incubación, hay mucho potencial emprendedor.

Gracias a la secretaría, Moriana, Miranda y todo el equipo por la profesionalidad con la que se trabaja. Quedo a disposición para seguir avanzando. Muy buen comienzo de semana.

Gastón

Gastón Abalos <abalos.gaston@gmail.com>
para Moriana, GERMAN, German, Anibal, mí, Javier ▾

mié, 6 oct. 09:40 ☆ ↩ ⋮

Buenos días a todas/os

Quería comentarles, ayer martes estuve completando el proceso de tutorías iniciadas el 10 de septiembre y completando la clase de recuperación para los que no pudieron estar presentes ese día. Verdaderamente hicimos una **"Maratón de Tutorías"**, comenzamos 14h y finalizamos 20:30. Quiero agradecer especialmente a Miranda por el aguante (no hicimos cortes, solo para ensillar el mate y seguir) y la coordinación con los emprendedores, como así también los aportes durante la maratón. Crack total

Con respecto a los emprendedores, hubo excelentes avances, me encontré con un panorama totalmente diferente desde donde partimos, en su mayoría iniciaron los procesos de cambios y sugerencias realizadas. A los que se les recomendó iniciar proceso de registro de marca, ya están avanzados, a los que se les solicitó buscar asesoramiento contable o registrarse en afip lo han hecho o está en dicho proceso. Hay una claridad sobre la importancia de definir costos, precios acordes, flujo de caja y rentabilidad. Están corrigiendo los puntos que se detectaron como debilidades.

Por último a todos los que participaron de la feria, les consulté sobre la experiencia y la respuesta fue muy positiva. También aproveché para indagar sus acciones tácticas en la misma, y brindarles varios consejos y acciones para ser más efectivos en sus ventas y acciones promocionales para futuras ferias. Por el feedback y las anotaciones que iban haciendo, me dí cuenta que sus próximas experiencias van a ser aún más exitosas.

Hay mucho camino por recorrer, pero ya dejamos de ir por la arena, estamos transitando por el ripio y si seguimos así, pronto vamos a llegar al asfalto!!

Que tengan una excelente jornada!

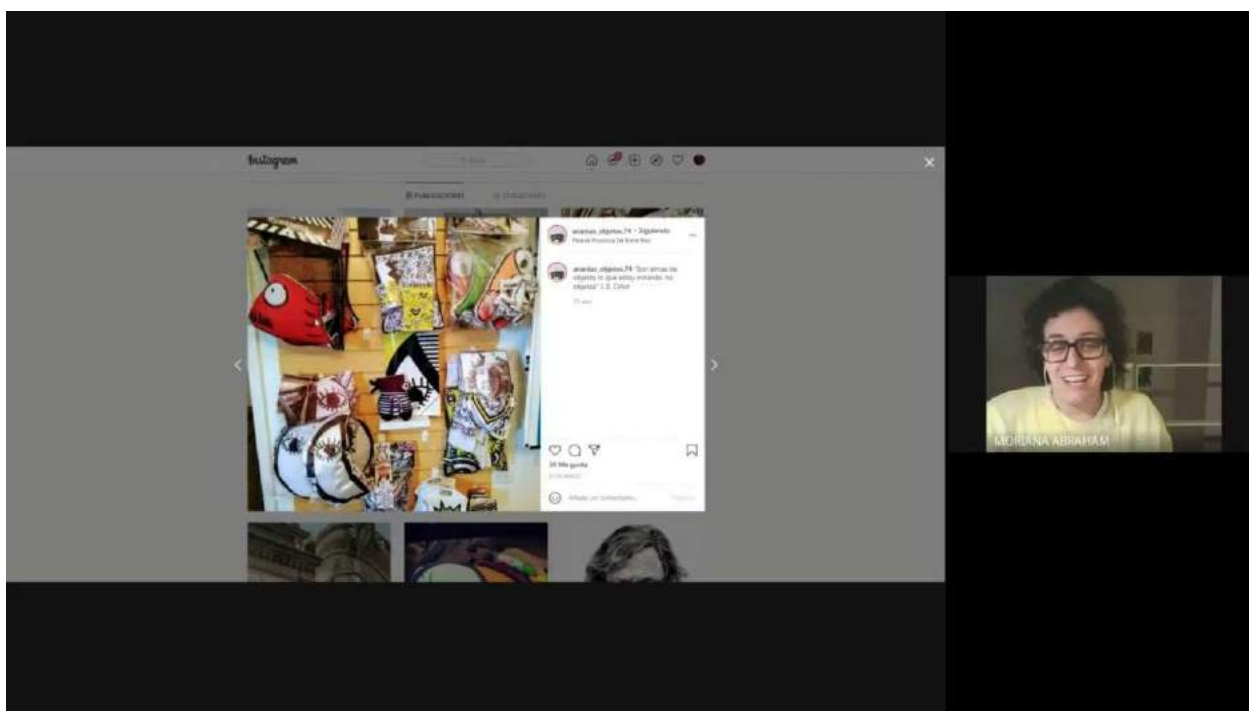
Lic. **Gastón** Abalos
Director Forum Capacitación
Coordinador UAA Paraná (Universidad FASTA)

Encuentro 5: Clínica Online. 17/8/21- 15:00 hrs - 17:30 hrs

Capacitador: Moriana Abraham

2 - Eje Sensibilizar - Tutoría de Recuperación

Inicio de las mentorías express con el grupo online. Esta primera mentoría virtual tuvo una duración de 2 horas y media a través de la plataforma Meet y se presentaron 8 (ocho) emprendedores. Se conversó sobre el diagnóstico inicial y las problemáticas generales y particulares en relación a los proyectos presentados para organizar el seguimiento. Se realizó una puesta en común e inicio de colaboraciones entre emprendimientos. Se fomentó el trabajo colaborativo. Se propusieron caminos a seguir y se consensuaron con los participantes acciones de diseño y producción.



Tutoría de Recuperación online de Moriana Abraham

Encuentro 6: Clínica Online. 1/9/21- 15:00 hrs - 17:30 hrs

Capacitador: Javier Bulgarelli

2 - Eje Visibilizar - Tutoría de Recuperación y Seguimiento

El día 1 de septiembre se realizó la tutoría de recuperación a cargo del capacitador Javier Bulgarelli, aclaró dudas respecto al eje de visibilización. Especialmente, las referidas a construcción de identidad de marca de cada uno de los emprendimientos.



The screenshot shows a Zoom meeting interface. The main window displays a presentation slide with the central question "¿Qué es una marca?". The slide is divided into three main sections: "fenómeno", "función", and "contexto".

- fenómeno**: Includes terms like "cicatriz", "recuerdo", "pele fucsia", "huella", "aparición / manifestación", and "el aspecto que las cosas ofrecen a nuestros sentidos".
- función**: Includes "señal", "indicio", "hecho", "acción de marcar", "marcaje", "suceso", and "identificar, reconocer, memorizar, afirmar autenticidad, origen, procedencia, calidad".
- contexto**: A section on the right side of the slide.

On the right side of the Zoom window, there is a grid of participant video thumbnails. Visible names include: Javier - Barrio Estudio, Programa Tutorías entre..., fernanda acebal, Patricia Rifuto, Maria Eugenia Lombardo, Javier - Barrio Estudio, Turi Bastaman, and TÚ. The bottom status bar shows the time as 15:26 and the meeting title "Clínica Online Javier Bulgarelli".

Tutoría de recuperación y Seguimiento Javier Bulgarelli

Encuentro 7: Clínica Online de seguimiento. 2/9/21- 17:30 hrs - 20:30 hrs

Capacitador: Moriana Abraham y Germán Lang

3 - Eje Potenciar - Seguimiento grupos 1 y 2

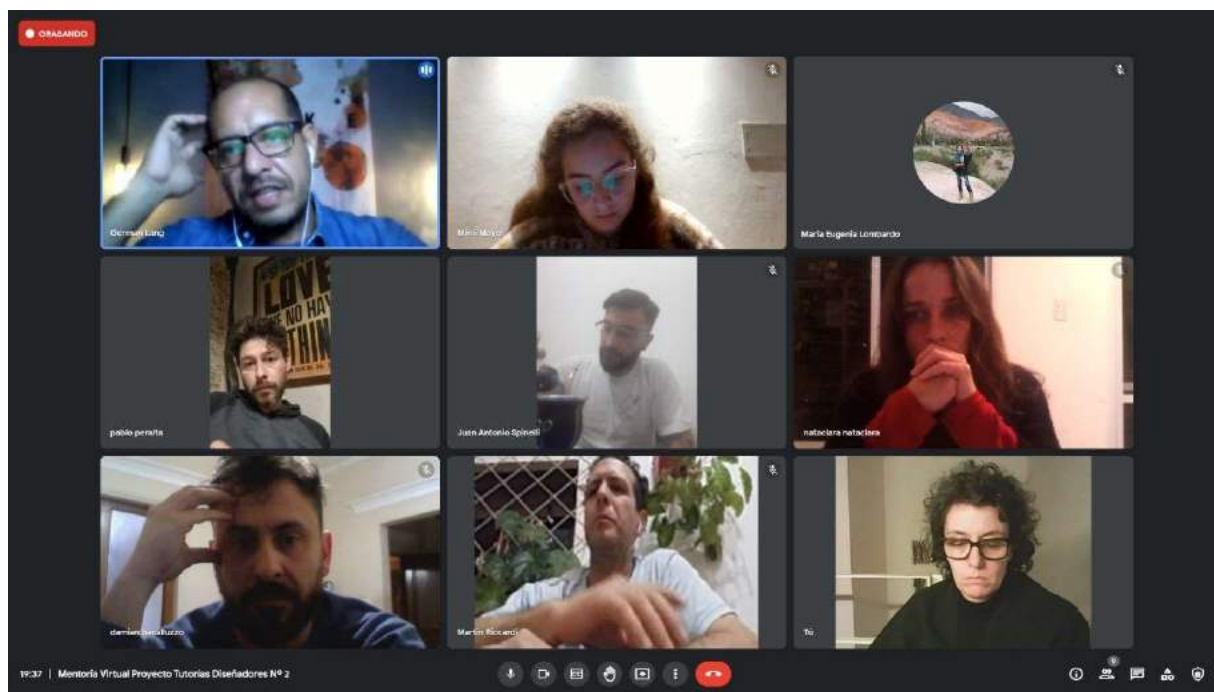
El día 2 de septiembre comenzó el seguimiento de cada emprendimiento por parte de los capacitadores Germán Lang y Moriana Abraham. El encuentro se focalizó en las problemáticas detectadas en los primeros encuentros. Y cuáles podrían ser las mejores estrategias según la situación particular de cada diseñador para resolverlas.

Encuentro 8: Clínica Online de seguimiento. 7/9/21- 17:30 hrs - 20:30 hrs

Capacitador: Moriana Abraham y Germán Lang

3 - Eje Potenciar - Seguimiento grupos 3 y 4

Este encuentro da inicio al seguimiento personalizado de cada emprendimiento que formaba parte de los grupos 3 y 4. Los diseñadores presentaron algunas de las problemáticas y dudas que estaban enfrentando a nivel personal, nivel empresa y en relación a la preparación hacia la feria del centro.



Clinica de Seguimiento online Moriana Abraham y Germán Lang

Encuentro 9: Clínica Online. 9/9/21- 15:00 hrs - 17:30 hrs

Capacitador: Germán Lang

3 - Eje Potenciar - Tutoría 3 de Recuperación y Seguimiento

El encuentro del 9/9 con el capacitador Germán Lang formó parte de la iniciativa de clase recuperatoria para aquellas situaciones especiales que debido al contexto de público conocimiento COVID-19, no pudieron asistir de forma presencial. De esta forma con el contenido en video de la clase presencial, Germán Lang buscó aclarar dudas y comenzar a conocer los emprendimientos y las situaciones particulares que estaban atravesando cada uno.



Clínica Online de Germán Lang

MUESTRA EN FERIA DEL CENTRO

El equipo que lleva adelante las tutorías analizó algunos resultados parciales del Programa, en el marco de la Feria del Centro, realizada en Paraná los días 17, 18 y 19 de septiembre. En esta Feria sectorial de la zona Centro participaron 15 diseñadores emprendedores con stands de exposición y venta y otros 5 participaron en instancias de exposición de productos o desfile de indumentaria.



Fotografía grupal diseñadores Feria del Centro



Florencia, "Del Taller de Lola" en stand Feria del Centro



Natalia, de "Natalia Fernández Cerámicas" en stand Feria del Centro



Marina, de "VitroFusión Ru" en stand Feria del Centro



Tatiana, "Telar del Río" stand Feria del Centro



Santiago, "Diseño Cartonero" en Stand Feria del Centro



Martín, "Herrería Rulox" en Stand Feria del Centro



Gabriela, "Jarupkin" en stand Feria del Centro



Sergio. "Guara Guara" stand Feria del Centro



Barbara "Niña Brócoli" en Stand de la Feria del Centro



Damián "Bax Diseño" en el Stand de la Feria del Centro



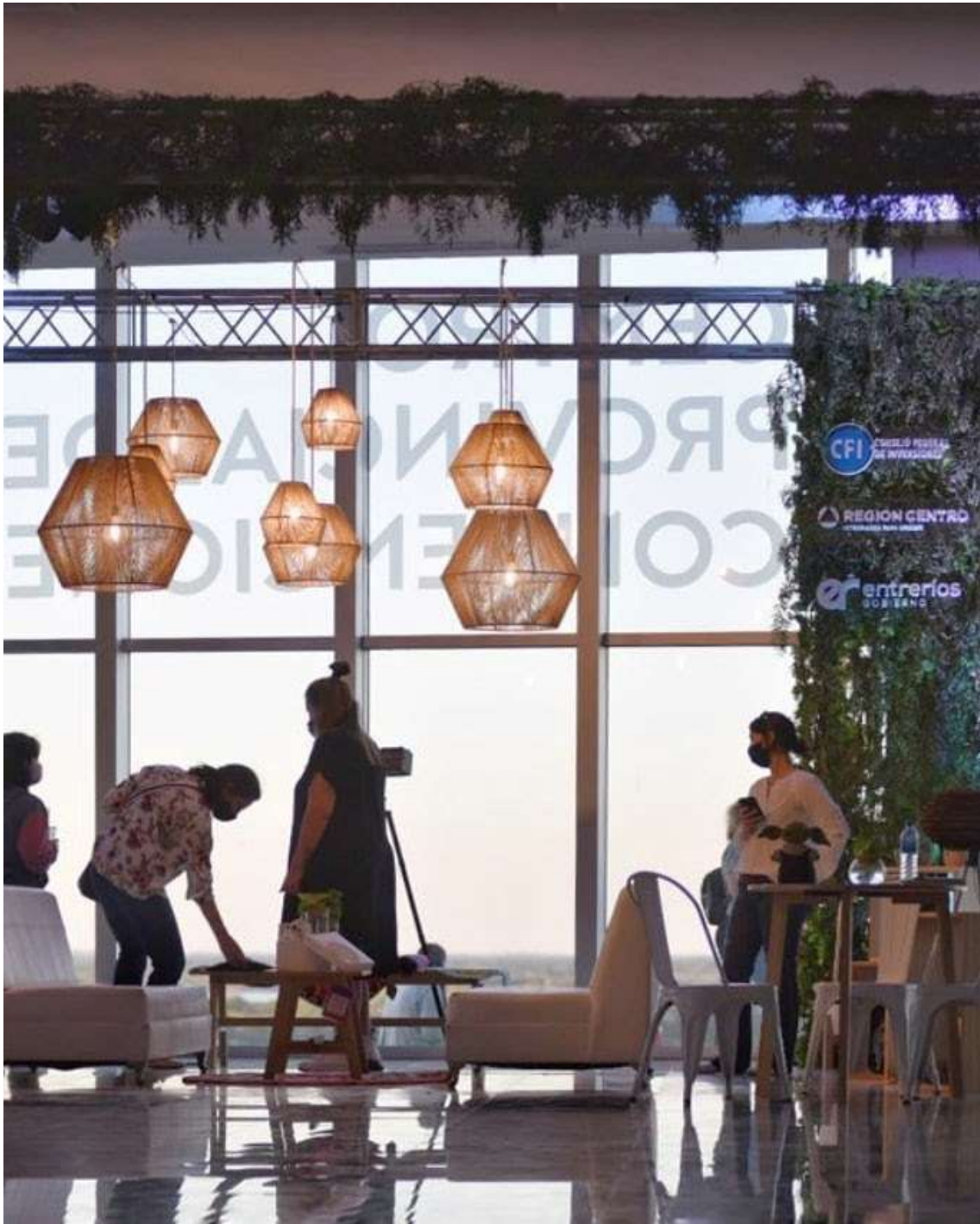
Pablo y Carolina "Duplo Textil" en el Stand de la Feria del Centro



Patricia "Manos Charrúas" en el Stand de la Feria del Centro



Juan "Triple Seis Clothing" en el Stand Institucional de la Feria del Centro



María Julia, “Lopinto” en el Stand Institucional



Vestidos de “Caro Valentina” en el desfile de la Feria del Centro¹¹

¹¹ Todas las imágenes utilizadas de la Feria del Centro son libres de Creatives Commons. Realizadas por el fotógrafo Marcelo Rivero para Secretaria de Cultura. Excepto por la última foto del desfile que pertenece al fotógrafo Uriel Ram, quién otorgó su permiso para la difusión de las mismas.

De esta manera se pudieron medir y verificar algunos aspectos del crecimiento de los diseñadores y sus emprendimientos. Se consideró que no solo era necesario evaluar la calidad de diseño, comunicación y comercialización propuesta en una situación de exposición y comercialización, sino también uno de los objetivos de esta instancia es la de detectar su potencial de crecimiento, sostenibilidad y distinción en el mercado nacional y su relación con los consumidores de la región.

Para esto se preparó un documento que se entregó a los diseñadores participantes llamado “Apunte de consideraciones para Feria del Centro”, que se adjunta a continuación¹². Aquí se solicitaba que observen y pongan en práctica algunas cuestiones específicas trabajadas en las capacitaciones presenciales y virtuales.

¹²

<https://docs.google.com/document/d/1uAwrkcnZ7NL4AkQLZX1QjoXDMk2g4xjkd5RnQZddtWI/edit?usp=sharing>

APUNTE DE CONSIDERACIONES PARA FERIA DEL CENTRO

Recomendaciones para considerar en la feria:

- A) Realizar un **stock** de todos los productos que llevaré para la comercialización, identificados en lo posible por N° de artículo (código de productos), talle o tamaño en caso que el producto no sea pieza única, color si hace falta hacerlo, cómo así también se pueden identificar por matarilidad. Esta cuantificación de manera ordenada en una grilla (recomiendo hacer una planilla de excel) permitirá ir tachando cada producto que se venda, de esta manera tendrán un vista rápida de lo que va quedando día a día en el stand de venta.
- B) En el caso de tener **promociones**, generar cartelera clara, si es rebaja identificar el precio anterior y que porcentaje se rebajó. Si es un dos por uno o un tres por dos, identificar el precio individual de cada producto, el monto total y el monto o porcentaje que se ahorraría el cliente en caso de acceder a la promoción.
- C) **Menos es más**, tratar de llevar una cantidad de producción que no sea excesiva, o al menos no exhibir todo. Dejar espacio (distanciamiento) entre cada producto para que se pueda apreciar (leer) aislado del resto, pero acomodado de tal manera que se comprenda que es parte de la misma familia.
- D) En el caso de querer **hacer un análisis** sobre qué buscan las personas, identificar que miran, por que tipo de productos necesitan, cuánto pueden gastar o hasta cuánto están dispuestos a pagar, es necesario tener controlada la diversificación de artículos, cosa de poder identificar rápidamente lo que se está buscando analizar.

Analizar en la feria, una docena de recomendaciones:

- 1) Seleccionar qué producto/s voy a analizar, este/os puede/en ser nuevo/s lanzamiento/s para saber cual es la aceptación del usuario.
- 2) En caso de analizar un aumento de precio, o una modificación realizada en un producto, o una promoción que nunca se realizó, u otra acción nueva de la que necesito tener información, debo antes identificar qué es lo que deseo observar para luego poder cuantificar la lectura de los resultados.
- 3) Puedo identificar quien pregunta sin tocarlo, quien lo toca, lo mira y pregunta, quien hace todo lo anterior y lo adquiere. En caso que no compre poder identificar el motivo, porque no le pareció tan interesante, o porque el precio le resultó elevado.
- 4) De quien mira, consulta o consume, puedo identificar su generación (niño, adolescentes, jóvenes, adultos jóvenes, adultos, adultos mayores) su género (maculino, femenino, no definido) su actitud (alegría, simpatía, indiferencia, timidez, seriedad, despectivo) saber cuanto esta buscando gastar o invertir, saber si es para regalar o uso propio.

- 5) Debo saber cuántos producto lleve para su venta y cuantos quedan por día, para identificar el día de mayor venta, al igual el monto facturado por día para saber si los visitantes en diferentes días de paseo tienen diferente poder de compra.
- 6) Al terminar la feria debería hacer promedios, para saber cuál fue el monto promedio de venta, para así pensar un producto posterior que esté acorde al poder de compra de mi usuario.
- 7) Debo tener un planilla para que las personas dejen su mail o usuario de alguna red social que más maneje el proyecto. O generar una pieza para poder escanear QR que lo derive a mi información (Web, red social o whatsapp).
- 8) Debe estar visible el nombre de la marca y en lo posible hacer visible el usuario de la red social que más identifique la marca.
- 9) Si se puede hacer tarjetas personales o postales que puedan ser de interés para que los potenciales usuarios se puedan llevar para recordarnos. Debería saber con cuántas piezas inicié la feria y cuántas quedaron para saber qué cantidad se distribuyeron. Recordar hacer algo atractivo.
- 10) Sería muy bueno poder regalar algo, ya sea muestra de algún material que usemos en nuestros productos, alguna delicia (caramelo, chupetin, chocolate, etc) que esté junto con nuestra pieza de comunicación, debemos buscar que nos recuerden y si se interesan que sigan en las redes a nuestra marca. Debemos sumar seguidores para persuadirlos luego cómo potenciales usuarios.
- 11) Durante los días de feria debe ser hábil en comunicar en mis redes, no solamente vender mi propuesta, debo recomendar a otras marcas que considere que pueden ser complementarias a lo que ofrezco, o actividades que se sucedan, debo brindarle a mi audiencia la información seleccionada para que asistan a vivir una experiencia, no únicamente a comprar. Buscar identificarse con la actualidad servirá mucho para ganar seguidores.
- 12) Al terminar la feria, debo generar piezas de agradecimiento a lxs que asistieron, generar encuestas en las historias, si te gusto la feria (si-no) si conseguiste lo que buscabas (si-no) si la pasaste bien (si-no) si pasaste por el stand de la marca (si-no) si te gusto lo que había de nuevo en la marca (mucho-bastante) en fin debemos interactuar con nuestro seguidores, tanto lo que ya seguían a la marca cómo todxs lo que se sumen nuevxs.

Recomendaciones en relación a aspectos comerciales:

Observar comportamientos e interacciones del usuario con el producto:

Cuándo el cliente se acerca al stand:

- A) ¿Cómo se comporta en relación al producto? Lo observa desde lejos o lo toca y lo analiza?
- B) El usuario comprende de qué se trata el producto y la carga de diseño que tiene sin necesidad de explicación del productor?
- C) Cuando el cliente se acerca al stand: pregunta las características del producto o pregunta directamente el precio?
- D) ¿Cómo usted (emprendedor) genera empatía con el cliente? Brinda información o sólo informa precios? En caso de que sea una prenda de indumentaria o complemento permite que el emprendedor se pruebe la prenda?

Recuerde siempre tratar de romper el hielo y generar un ambiente ameno, la experiencia de compra es tan importante como una venta realizada.

Es muy importante que el emprendedor preste atención y escuche o escriba las frases que expresen emociones del cliente/usuario ej: "esta taza me hace sentir como si estoy tocando algo puro". Esto lo puede ayudar para solidificar el concepto y la identidad de su marca.

- A) ¿Cómo hace la transacción el cliente, por billetera virtual o directamente en efectivo?
- B) El emprendedor ofrece descuentos?

¹³*Apuntes consideraciones para la Feria del Centro*

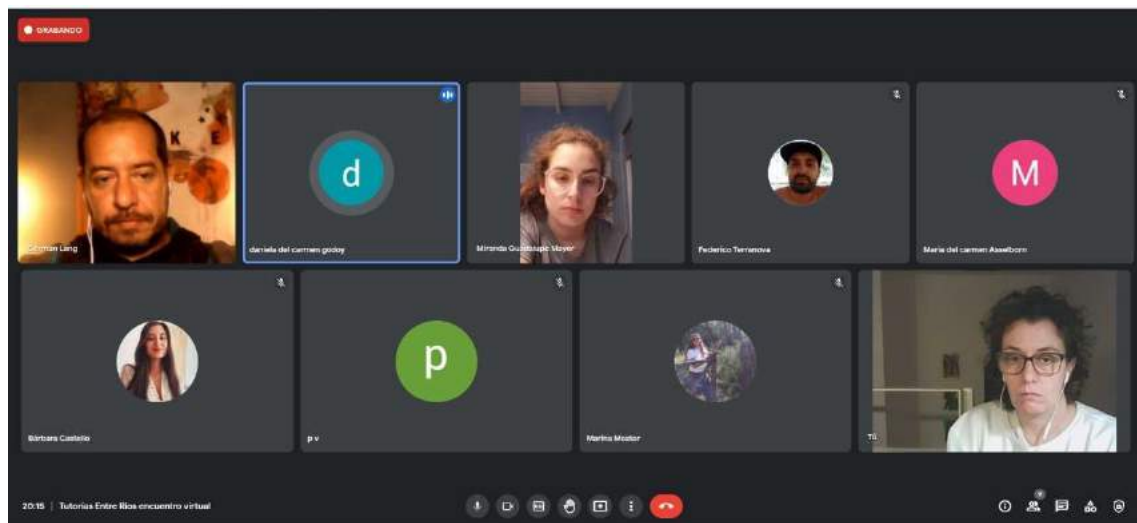
¹³ Link consideraciones:
<https://docs.google.com/document/d/1uAwrKcnZ7NL4AkQLZX1QjoXDMk2g4xjkd5RnQZddtWI/edit?usp=sharing>

Encuentro 10: Clínica Online de seguimiento. 28/9/21- 15:00 hrs - 17:30 hrs

Capacitador: Moriana Abraham y Germán Lang

3 - Eje Potenciar - Seguimiento grupos 1 y 2

Este encuentro tiene lugar luego de la Feria del Centro, allí participaron 15 diseñadores exponiendo los 3 días y 6 de forma itinerante en el stand institucional. Este encuentro recogió las visiones y experiencias de la Feria del Centro, tanto positivas como negativas. La Feria del Centro sirvió como maqueta experimental para que varios emprendimientos pudieran poner a prueba estrategias planteadas durante las tutorías.



Clinica online Germán Lang y Moriana Abraham

Encuentro 11: Clínica Online de seguimiento. 30/9/21- 15:00 hrs - 17:30 hrs

Capacitador: Moriana Abraham y Germán Lang

3 - Eje Potenciar - Seguimiento grupos 3 y 4

El encuentro de seguimiento con los grupos 3 y 4 brindado por los capacitadores Abraham y Lang, se focalizó en entender y descifrar las experiencias de los diseñadores durante la Feria del Centro. A partir de este encuentro, se vislumbra el panorama de cada caso, tanto a nivel interno del emprendimiento como a nivel personal del diseñador. Aspiraciones, objetivos y metas.



Clinica Online Moriana Abraham y Germán Lang

Encuentro 12: Tutoría clase de Recuperación y Clínica online. 5/10/21- 14:00 hrs - 20:30 hrs

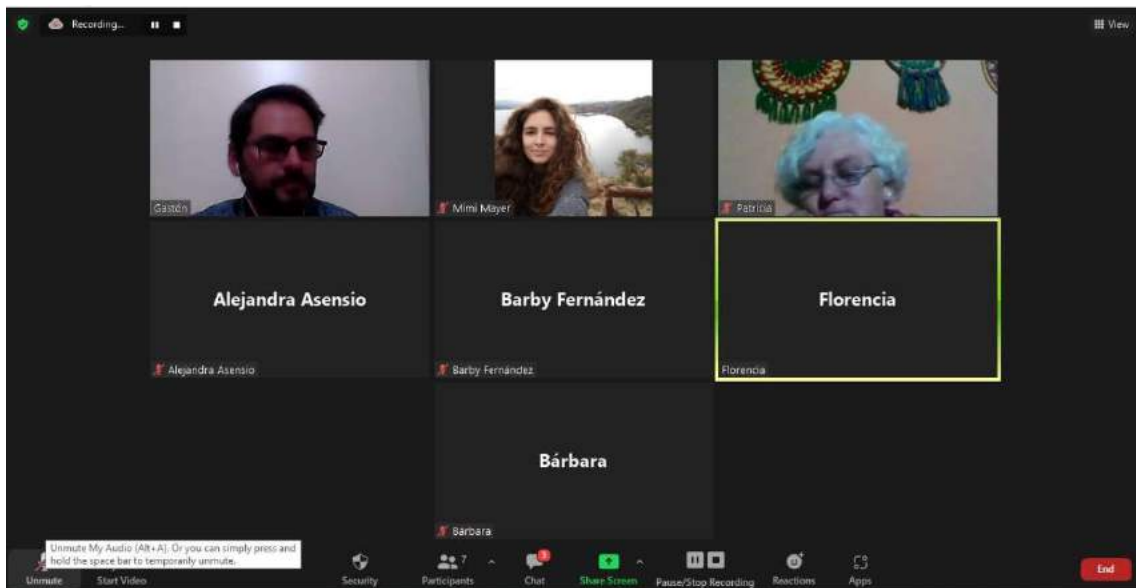
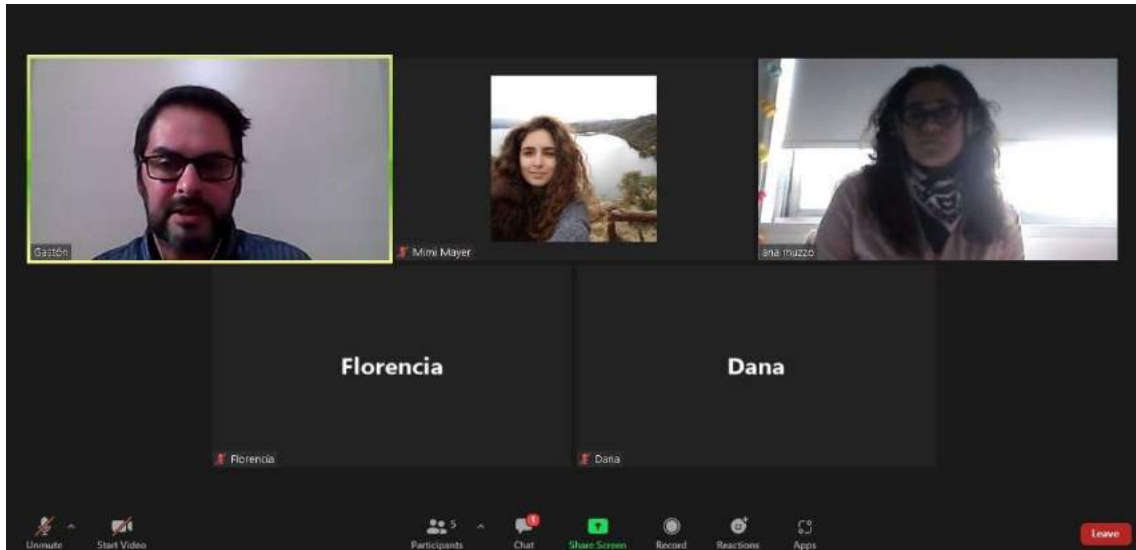
Capacitador: Gastón Abalos

4 - Eje Comercializar: grupos 1, 2, 3 y 4

Este encuentro con el capacitador Gastón Abalos, concentró la clase de recuperación para las personas en situaciones especiales afectadas por el contexto COVID-19 y las clínicas personalizadas con cada uno de los grupos.

El capacitador motivó a que cada diseñador pudiera poner en común los resultados obtenidos a partir de la utilización de las herramientas de gestión de negocios, particularmente se detectó un crecimiento muy positivo de la situación de los

emprendimientos a partir de la utilización de la herramienta de punto de equilibrio, así como las herramientas de gestión de tiempo para la realización completa de un producto. En esta capacitación, se detectó la importancia de tener claro el marco legal y contable, así como una clara estrategia de modelo de negocio. Por esta razón, y motivado por múltiples consultas, el capacitador encontró pertinente realizar una última charla para aclarar dudas.



Clinica Online Gastón Ábalos

Encuentro 13: Clínica Online de seguimiento. 14/10/21- 15:00 hrs - 17:30 hrs

Capacitador: Moriana Abraham y Germán Lang

3 - Eje Potenciar - Seguimiento grupos 1 y 2

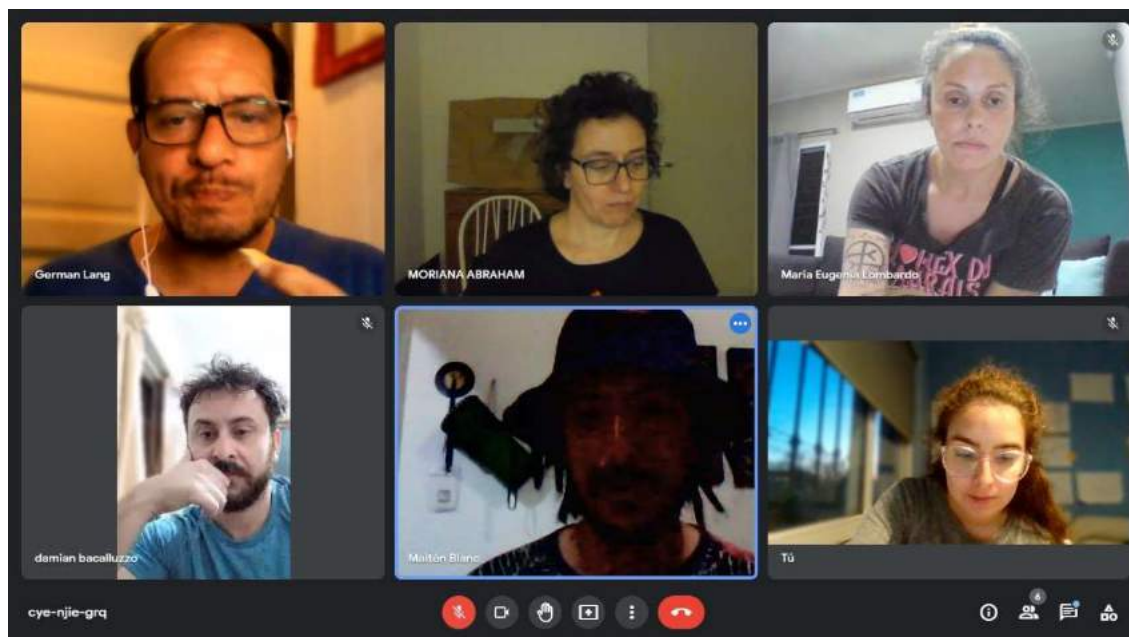
Este último encuentro de seguimiento con los grupos 1 y 2 brindado por los capacitadores Abraham y Lang, se focalizó en observar y evaluar los avances en relación a los objetivos, aspiraciones y metas planteadas por los emprendedores o propuestas por los tutores en los encuentros anteriores. Se pudieron verificar avances y determinar objetivos a corto, mediano y largo plazo según los distintos casos.

Encuentro 14: Clínica Online de seguimiento. 19/10/21- 15:00 hrs - 17:30 hrs

Capacitador: Moriana Abraham y Germán Lang

3 - Eje Potenciar - Seguimiento grupos 3 y 4

Este último encuentro de seguimiento con los grupos 3 y 4 brindado por los capacitadores Abraham y Lang, se focalizó en observar y evaluar los avances en relación a los objetivos, aspiraciones y metas planteadas por los emprendedores o propuestas por los tutores en los encuentros anteriores. Se pudieron verificar avances y determinar objetivos a corto, mediano y largo plazo según los distintos casos



Clínica Online de Germán Lang y Moriana Abraham

Encuentro 15: Clínica Online. 20/10/21- 18:00 hrs - 19:30 hrs

Capacitador: Gastón Abalos

4 - Eje Comercializar - “Lo que implica crecer”

El último encuentro de las tutorías online consistió en dar un panorama de consideraciones a tener en cuenta al momento de generar una estrategia de crecimiento de una mini empresa. Se repasó el marco legal regulatorio, las normativas vigentes sobre monotributo, el marco legal de exportación y venta online, cómo así también, las consideraciones a tener en cuenta al momento de acceder a billeteras virtuales o banca online.



Charla “lo que implica crecer” de Gastón Abalos

RESULTADOS DEL PROGRAMA

Este programa fue diseñado para iniciar un camino hacia la profesionalización del sector del Diseño de la provincia de Entre Ríos, para así poder posicionarlo tanto a nivel nacional como internacional. Para lograrlo se seleccionaron 30 emprendedores del diseño para tomar sus casos, monitorearlos y capacitarlos para obtener mejoras en los distintos aspectos: diseño, comunicación y comercialización.

El objetivo principal fue generar las bases necesarias para profesionalizar y optimizar el posicionamiento de este grupo de diseñadores y emprendedores de la provincia, en primer lugar conociéndolos y diagnosticando sus problemáticas generales y particulares.

Este programa se desarrolló en base a objetivos específicos que se relacionan con estas problemáticas detectadas: promover la profesionalización para un mejor posicionamiento de la producción y los emprendedores locales; destacar los valores de la identidad local en los proyectos de diseño del mercado regional; dotar de herramientas innovadoras y estrategias comerciales a los trabajadores del sector, en un marco de competitividad local y global. Por otro lado se hizo énfasis en fortalecer la trama creativa de producción y oficios locales, enfatizando la sostenibilidad en el diseño y en la producción local fortaleciendo los lazos de circulación e intercambio entre las provincias vecinas y de la región centro.

Como estrategias de trabajo se hizo énfasis en dar a conocer y vincular la producción genuina del diseño entrerriano en el marco de las industrias creativas regionales y nacionales.

De los 30 participantes seleccionados 28 participaron en el proceso de capacitación, los otros 2 no se presentaron a ninguna de las capacitaciones ni presenciales y virtuales (uno de ellos informando que tenía problemas personales). De los 28 participantes, 26 participaron activamente en todas las instancias: asistieron a los encuentros presenciales y a las charlas y a los encuentros virtuales con los distintos capacitadores y todas las instancias de tutorías con los expertos Moriana Abraham y Germán Lang. Los otros 2 restantes participaron en todas las instancias presenciales pero no asistieron a los encuentros virtuales.

Es importante destacar en esta instancia que de los 30 participantes, 20 son mujeres de distintos rangos etarios, 7 son varones y los 3 restantes emprendimientos son mixtos, la mayoría provienen del sector diseño y otras/os se incorporan desde el conocimiento del hacer (artesanías y oficios) o desde la economía social.

Luego del desarrollo del programa consideramos que el 17 % de las marcas o emprendimientos que participaron presentaron una mejora muy grande en sus

proyectos (luego de las 4 capacitaciones específicas que se brindaron de modo presencial y de las 4 consultorías virtuales) es altamente favorable, dado el poco tiempo con el que contaron para aplicar lo aprendido, pudiendo sumar varias mejoras de acuerdo a las devoluciones que se generan de modo particular en cada encuentro. Se recomienda continuar este acompañamiento para continuar fortaleciendo estas empresas, muchas de las cuales podrían ser referentes provinciales del sector diseño local. Por ejemplo las marcas Telar del Río, Lopinto, Mololove, Niña Brócoli y Duplo son proyectos que están afianzados, han crecido mucho en este último año y pueden transformarse en empresas de éxito a nivel nacional e internacional (posibles productos de exportación). Un caso que nos interesa comentar es que los diseñadores de Duplo tienen potencial de empresa en expansión y podría ser un producto masivo, a partir del trabajo en estas tutorías realizaron una relación estratégica con la cadena de farmacias entrerrianas Villegas. También podemos resaltar el trabajo de la marca Niña Brócoli y su alianza con la marca Duplo para realizar textiles estampados personalizados.

Destacamos también que un 30% de emprendedores, poco menos de un tercio del total de los emprendimientos participantes, lograron incluir mejoras en sus empresas. Esto es altamente favorable ya que los participantes pudieron absorber los contenidos brindados en las capacitaciones, como así también las recomendaciones que se dieron en cada encuentro. Esto demuestra la gran predisposición que mostraron ante la propuesta de mejorar para crecer, fortaleciendo así la economía creativa de la provincia. Podemos mencionar aquí a marcas como Santo Remedio, Diseño Cartonero, Jarupkin, Hilaria, Rulox, Namasté tejidos, Del taller de Lola, casos con mucho potencial, donde las problemáticas tiene que ver en general con que son diseñadores o emprendedores que para crecer necesitan apoyo económico o comenzar a delegar tareas en otros actores, pero claramente lograron definir objetivos claros y concretos en relación a sus necesidades e intereses, en relación al concepto de marca y a estrategias de organización de empresa posibles.

Poco más de un tercio de los participantes, el 40%, logra cómo mínimo incluir una mejora en sus proyectos o al menos las están planeando aplicar en un futuro inmediato. Esto hace que sea positivo ya que están dispuestos al cambio, pero que por diversas razones en este momento, no pudieron llevar a cabo lo recomendado o lo aprendido en cada capacitación. Si se contempla el poco tiempo acontecido y que en el medio debieron participar de una Feria Regional de gran relevancia, deberíamos asegurar que el mínimo cambio realizado es de gran relevancia para el crecimiento futuro, por lo que se recomienda un seguimiento que acompañe sus cambios, así estos se reflejan positivamente en sus empresas. En este grupo podemos mencionar a emprendimientos como María del Carmen, AS lencería, Ananías, Vitrofundición Ru, Deleite tejidos o Natalia Fernandez cerámica.

Destacamos Vitrofundición Ru que es una marca referente en el mercado de Paraná, formado por 3 mujeres (madre e hijas) que están ampliando su propuesta y pasar de diseños de productos domésticos a productos para arquitectura y decoración, donde se puede valorar no solo la técnica sino también el recambio generacional que está viviendo la marca. También nos interesa mencionar a María del Carmen y Deleite tejidos dos emprendedoras que se enmarcan dentro del universo de la economía social, no solo desarrollando sus diseños, sino que también fabricandolos y por último arman sus redes de ventas, trabajando a pedido, es por eso que se hace necesario un fuerte apoyo institucional para resolver algunas de sus problemáticas cómo poder comercializar vía redes sociales y trabajar con la identidad de marca. O a marcas como Natalia Fernandez cerámica, que tiene una calidad de productos muy interesante y debe trabajar para consolidarse como una diseñadora de autor ya que no tiene intenciones de transformarse en una empresa.

Finalmente podemos decir que el porcentaje más bajo se da con aquellos que no generaron una mejora al menos visible en este momento. Si se contempla que este 13% reúne un 3% del total de participantes que dejaron de asistir a las capacitaciones y no asistieron a los encuentros virtuales, podríamos decir que solo un 10% no logró generar una mejora que hoy sea visible en sus emprendimientos. Pero dado que muchos manifestaron que por diversos inconvenientes personales no pudieron aplicar lo aprendido, podríamos decir que en un corto plazo serán emprendimientos que comenzarán a tener mejoras. Cabe destacar que cada persona tiene sus tiempos de aprendizaje y por ende su ejecución podrá ser más lenta pero no menos efectiva.

Los resultados superaron las expectativas iniciales del equipo de tutores y capacitadores del programa. Debido al alto porcentaje de los emprendimientos que participaron, es importante remarcar que la mayoría realizó al menos alguna mejora en las áreas problemáticas que detectamos, de acuerdo a los contenidos trabajados durante las capacitaciones y tutorías. La mayor parte comprendió sus puntos débiles a trabajar, pudiendo definir objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Según estos resultados obtenidos se recomienda seguir trabajando con acciones en este sentido durante el próximo año.

Se propone que se pueda contemplar en la medida de lo posible, repetir el esquema de estas actividades de mentorías y charlas de capacitación para emprendimientos nuevos o que se encuentran en estado inicial, de esta manera se podrían beneficiar 30 nuevos proyectos creativos de la provincia.

Por otro lado, sugerimos continuar con el seguimiento o incubación de aquellos proyectos que ya fueron tutorados y han tenido avances notables, consideramos

que estos necesitan ser monitoreados de cerca para el crecimiento del sector en la provincia.

En cuanto a esta última sugerencia, sería muy beneficioso trabajar en grupos según su estadio de desarrollo emprendedor, a los efectos de entregar herramientas acertadas según las necesidades de crecimiento. Consideramos que la mayoría de los emprendedores puede ofrecer un producto interesante y comercializable en su región y a nivel nacional, pero es importante destacar que hay un grupo de 5 a 7 emprendimientos que podrían trascender el mercado local debido a que sus propuestas se adaptan a un mercado global.

RESULTADOS

Se adjunta link en pie de página¹⁴

N°	EMPRENDIMIENTOS ASISTIDOS	PRINCIPAL RED SOCIAL DE REFERENCIA	ESTADO DE SITUACIÓN				OBSERVACIONES DE LOS CAPACITADORES		
			MEJORO MUCHO	MEJORO	MEJORO POCO	NO MEJORO	GERMAN	MORIANA	JAVIER
1	.AS	https://www.instagram.com/saencena_dikma/			1		Se resiste al cambio, le cuesta mucho delegar y no está sufriendo abarcar todo lo que demanda su proyecto, debe buscar ayuda para crecer. Logró mejorar la calidad fotográfica, pero no logra definir a quién se dirige realmente. Aún está experimentando con la imagen de marca.	No asistió presencial. Tendrá mentoría virtual martes 17/8. Realizó mentoría virtual. Tiene buena calidad de producto, buenas imágenes y vive de lo que produce, necesita empezar a pensar para ampliar su producción y crecer. Tiene ideas, cuestiona técnicas, de diseño y está buscando el camino de cómo mostrar. Foco en manjares, sándwiches naturales (SILCO), DESARROLLAR EN LA IMAGEN DE LOS PRODUCTOS Y COMO LOS MUESTRA. Tiene gran variedad de productos virtuales. Logró mejorar la calidad fotográfica, tiene un buen producto, pero está supeditado por la producción y los trabajos a pedido, debe organizarse y tenerle algunas cosas.	No se ve marca gráfica, pero son productos de calidad. Se muestra de una manera original, aparece naturalidad y libertad. Es interesante. Mostrar más el proceso y las decisiones de estilo. Tales para que creemos?
2	Ananías	https://www.instagram.com/ananas_obscuro_74/			1		Hay una idea super interesante pero le falta resolver algunos detalles de calidad. Debería aplicar experiencia de usuario, incorporar tecnologías para potenciar el producto. Su marca quiere explorar siempre y cuando haga invertir mayor capital y asistencia profesional que le permita generar una estrategia de comunicación clara. Se encuentra permeable al cambio.	No asistió presencial. Tendrá mentoría virtual martes 17/8. El emprendimiento es interesante. Ilustraciones en tela y colores a menudo entendiendo e inspirándose en el rock (pescado rabioso). Debe enfocarse en los productos, hacerlos crecer. Es ilustración, diseñadora gráfica. Cantidad mucha, creatividad también, la imagen de sus productos es fuerte. Necesita fortalecer imagen de marca fotográfica, muchas inspiraciones en sus redes, debe mostrar mejor los productos. Tiene 4-5 productos muy interesantes, amando las sugerencias, debe comunicar mejor sus productos y decidirse a avanzar en el crecimiento. Tiene potencial para ser relevante.	No se ve marca gráfica. No queda muy claro lo que se propone. El feed expone fotos de legítimo arquitectónico, combinado con cursos talleres, captura de charlas en vivo. Los muñecos son una propuesta interesante y audaz, pero no quedan claros los objetivos y el concepto detrás de ellos. Se ve una buena presentación y packaging (pescado rabioso). Falta coherencia en lo que se expone. Lo personal / lo público / el proyecto.
3	bax diseño	https://www.instagram.com/bax_diseño/			1		Falta definir su usuario, si es para terceros, si es regalo institucional, si son personalizados, generar una manualística que sirva orientes superiores a partir de la neuria. Ver de resolver la elección de técnica en el producto. Ver de pensar el dorso, ver de armar familia de productos. Comenzó a contar el uso de cada producto. Se encuentra predisuesto a generar modificaciones.	No tiene identidad de producto, si identidad de ilustración o técnica (venía suelta sobre MDF u otros). Trabaja con ilustraciones comerciales de internet, logos de clubes e ilustraciones personales. Sus productos son básicos también de la web, laptop, celular, botones para notebook, decoración (cerveza para bases). Se propuso que trabaje en ilustraciones propias, que desarrolle una línea de p. (tubos) bajo la marca y que ofrezca "servicio de logotipo para empresas". Hizo lo que se vende. Hay que trabajar con la identidad y con el producto solo todo. Como encontrar productos nuevos o explorar los destacados y una línea referente línea cocina, línea escritorio y ofrecer diseños modelos.	¿CUAL ES LA PROPIETA DE DISEÑO? que te quiere resolver. Las ilustraciones son propias? Revisar la idea, la propuesta y la resolución. Se ve una marca que es confusa y poco legible.
4	Caro valentina	https://www.instagram.com/vevalenciaartvalencia/			1		Pudo modificar el IG (su principal red social de comunicación) en donde logra hacer visible el espíritu juvenil de la etiqueta. Se mejoró la calidad fotográfica. Esta logra transmitir sensaciones que van de la mano de lo que la marca desea representar. Está evaluando un plan B en caso de volver a una situación de aislamiento que perjudique su negocio. Debe salir de su lugar de confort para crecer.	Intenta ampliar las tipologías de productos, hacer vestidos de uso más cotidiano pero no puede despreocuparse de su marca de vestidos de fiesta. Trabaja con concepto de producto y línea. Se le propuso adelantarse a nuevas tipologías (somel y jalcón), trajes, polleras). Diseña en general piezas únicas, me parece que no está convenida de cambiar y hay que colaborar en encontrar un camino. Cambia. Sus compañeros le proponen que trabaje una línea más joven. Luego de las capacitaciones observamos que le cuesta aceptar la necesidad de cambio.	Se ve coherencia, se ve calidad se ve detalle aunque se podría enfatizar más. ¿Cual es la distinción? De que se destaque de las demás personas que hacen vestidos de casamiento? 15 años? Todo lo que se coherente en el producto no lo es en la marca. Si bien el nombre es particular, la tipografía no se corresponde con la categoría, "alto costur", sofisticación, calidad. Hacer foco en la producción, si se fuerza a mano que se ve, el trabajo que hizo y las horas que le dedicó. "Difícil hacer emociones"
5	Creativa	https://www.instagram.com/creativa_tienda/?hl=es			1		Al momento cuenta con una idea interesante que debe llevarla a cabo ya que aún no generó el prototipo del producto que desea llevar al mercado. Por ahora presta el servicio de diseño gráfico y genera productos con muy poco desarrollo de innovación en su diseño. Se situación de salud demanda otras prioridades.	No asistió presencial. Tendrá mentoría virtual martes 17/8. Tiene seriedad de diseño y productos (en general sublimé, cerámica o otras cosas y diseño identidades, souvenirs, material para cumpleaños, bautismos, comuniones, etc). Ilustra y diseña, buena calidad. Imagen interesante, muy nat. Identidad propia, muy emprendedora. Interesante propuesta foto diseño de cartas para un juego con animales de la región. Muestran plás de ofreció a colaborar con dos acompañantes de grupo. Por esta razón se le sugirió trabajar en proyectos colaborativos (con Ananías).	No queda claro que es lo que ofrece. Producto? servicios? Se mezcla con lo personal.
							Los muñecos son de buena calidad. Tiene gran variedad, está diseñando una línea de muñecos de la zona local. Usan mucha mano e obra (trabajo), por ejemplo un muñeco mediano.		

14

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Bu2Z-xuDaQ3JX5uXCPzX3oauQhFZXUiuJM1V46AvQdc/e/dit?usp=sharing>

6	Del Taller de Lola (Amiguaramis)	https://www.instagram.com/lo_larunivas/	1	1	1	1	1	1	<p>Activó mucho, recibió su comunicación visual (gráfica y fotografía) mediante intercambio de sus productos. Su problema es que le falta resolver una estrategia comunicacional clara. Comenzó a generar contenido en IG (web) para sus productos. Aún le falta ordenar su propuesta en colecciones, familias de productos, series algo que le permita comercializar de modo sistemático. Muy proactiva a realizar cambios.</p>	<p>Los muñecos son de buena calidad. Tiene gran variedad, está diseñando una línea de muñecos de la zona floral. Levanta mucho ruido y cobra bien, por ejemplo un muñeco midiendo 10 horas y lo cobra a 2000. No le pide. Propone líneas de productos para tener más cosas (los hace a pedido y eso le rinde económicamente) pero solo vende en ferias y boca en boca. Sugiere trabajar líneas de productos, cobrar también material. Hay que trabajar en diseñar las fotografías no representan la calidad del producto. No mostrar packaging. Trabajar redes, diseñar gráficos, tarjetas, etc. Buscar canales de comercialización (locales comerciales por ejemplo, ventas por instagram). Le gustan las ferias (sociales), tiene mucho stock. Producto con concepto. Necesita mucho trabajo de imagen e identidad comercialización. Faltaba es muy proactiva, resuelve sus problemas, investiga y ajusta con sus procesos. Muy buen producto, fortalecer con las fotografías y el desarrollo de marca.</p>	<p>Buena personificación. Buena presentación. Todo en "cuello" (apartado). Potenciar la personificación (profundizar) e involucrar al camino es por ganar. Se podría potenciar con artículos adicionales, explicar poco. Revisar lo local. La marca gráfica es acorde pero no significativa. Tiene coherencia?</p>
7	Deleite Tejidos	https://www.instagram.com/deleitetejidos/analisis?likes	1	1	1	1	1	1	<p>Está realizando mejoras en su comunicación, aún no logra generar una identidad de marca que sea representativa. Desde el símbolo gráfico que representa la marca no está logrando dar con la fotografía adecuada. Si logra una muy buena mejora en la generación de fotografías que muestran el producto y de manera muy interesante comienza a mostrar la materia prima utilizada y el proceso productivo. Se encuentra predispuesta a generar modificaciones.</p>	<p>No social presencial. Tendrá memoria virtual martes 17/8. Es un hobby que ayuda en la economía. Pertenencia a la zona rural que empezó a comercializar lo que le va conociendo. Ahora tiene Instagram y cuenta de correo argentino para enviar. Sugiere mejorar mejor, tiene problemas con las fotografías. Una chica del grupo se ofreció a colaborar via red. Es importante para ella economía social y distribución. Consegue el material de problemas y tipo stock y vendiendo lo que tiene, no trabaja a pedido.</p>	<p>Se ve calidad. Se ve algo artesanal. Pero solo se ve producto, casi no se ve la marca. El producto siempre se ve sobre un maniquí, no hay modelos. Pensar el oficio como proyecto.</p>
8	Diseño Cartonero	https://www.instagram.com/diseño Cartonero/	1	1	1	1	1	1	<p>Su producto está muy por debajo de su costo, debe definir su cliente y su usuario, ver si son objetos de arte coleccionable o si son para regalar y ver si se convierten en juguetes sustentables para niños hijos de padres con conciencia ambiental. De hacer visible su trazabilidad que es muy interesante. Debe diversificar su modelo de negocio, incluyendo la enseñanza, vender el saber hacer. Logró realizar una venta un gran crecimiento en su valor, generando posibilidades de vender objetos coleccionables. Dispuso al cambio manejando sus tiempos con un ritmo propio.</p>	<p>Gran problema. No comercializa excepto en casos raros. Vive de la docente, pero ahora necesita hacer crecer su emprendimiento. Es muy comercializable. Tiene socios estratégicos (cartoneros) que le otorgan el color que el necesita y se paga muy bien (al lado de lo ganan vendiendo cartón por kilo). Producto interesante, su proceso productivo es artesanal. Necesita hacer mejoras, pero material es económico, permite variedad. Por un lado, los autos tradicionales argentinos trabajan redes, pero los autos modernos y las aplicaciones para pagos. Definir líneas de productos y desarrollarlos. Es lo que trabaja con el concepto de colección en los vehículos, se le sugiere hacer cosas de diseño en la lámpara que lleva. El nombre es contundente, ver redes y ajustar imágenes. Muy buena presentación y participación. Ver manejo de redes y foto. Muy abierta a ajustar y mejorar su propuesta y modelos de negocio. En el último encuentro hablamos de ampliar su modelo de negocio e incorporar la enseñanza (algo que le gusta y maneja con soltura). Es una marca candidata a realizar talleres en escuelas, centros culturales, trabajar con jóvenes, etc. Estar siempre desde cultura.</p>	<p>¡Buen. Buena idea. Buena materialización. Se ve calidad (como así posible, se calidad)? Cuente privada? porque? Se ve bien, se muestra bien. Sería interesante definir líneas de productos y mostrar que se piensa en cosas distintas. Una cosa es replicar un auto y otra diseñar y pensar una luminaria o un artefacto de utilidad. Reforzar marca gráfica. Solo habla de cartón corrugado y se andan en relación al producto y a la idea. Si bien el producto habla por sí solo es necesario comunicar y decir cuál es el ocio de vida. Enseñar y verificar la magnitud de las posibilidades del material. Capacitaciones? Sería muy importante transmitir ese conocimiento.</p>
9	Duplo T.X.T.L.	https://www.instagram.com/duplo.txl/	1	1	1	1	1	1	<p>Se le recomienda que pueda desprenderse de su marca referente ya que se parece mucho a otras propuestas emergentes que existen en el mercado. Deber encontrar una identidad propia. Ver de convertirse en una empresa que también ofrezca gráfica y estampas para aplicar a diferentes superficies. Tal vez definir no solo como una marca de peluches, debe ampliar su propuesta y modelos de negocio. Deben ordenar la gestión y desarrollo productivo. Gran potencial de crecimiento para ser una marca líder en la provincia.</p>	<p>Buena calidad de productos, 11 años en el mercado. Ilustraciones propias que aplican en serdas, gases, etc. Multicolores. Productos, pulidos grandes, medianos y pequeños, también tarjetas. Tienen packaging (cajas) marca que nombre me suena pero está en posición. Son 3 colores. Trabajan en equipo, el problema actual es la impresión. Se sugirió trabajar con ilustraciones y trabajos concretos de colores. Necesita trabajar su propuesta de redes y en local propio donde vender otras marcas (enfocarse en el local concepto de diseño local). Buena calidad de confección. Trabajar fortaleciendo el proceso de estampa y confección. Trabajan con talleres en domicilio. Tiene la oficina acuada.</p>	<p>Se ve calidad. Las ilustraciones y los patterns son muy interesantes. Hacer más foco en mostrar el proceso y el tema, cual es la motivación de los diseños, se pueden generar líneas de productos, por ferias? sin ilustración la marca casi no aparece, no dialoga con absoluto con el ritmo y el producto. Solo se hacen peluches y factibles, es un aporte para hacer otros productos. Se alienta niveles altos de calidad en el gráfico, así está el diferenciador, se continúan muy bien los colores. Animales, pensar en lo local, lo autóctono.</p>
10	Faxa	https://www.instagram.com/faxa_surf/	1	1	1	1	1	1	<p>no continuo</p>	<p>La identidad de marca, redes, fotografías, etc. es coherente y clara. No tiene relación con lo local, vende productos para surf. Una diseñó y fabrica en Paraná. Riemera, gorras y zapatillas. Me parece que los productos podrían tener mejor calidad (zapatillas sobre todo) están bien, los fabrica el calzado) pero me parece que debe sponsor algún deportista que lo represente. La consultó sobre qué en su público y la respuesta fue los que siguen este estilo de vida, siendo un estilo de vida. Esta bien como concepto.</p>	<p>Demarcado principalmente por la temática surf. No queda claro lo que hace. Si vende ropa, tablas de surf, recomendaciones para viajeros surfistas o algo relacionado con la disciplina. La marca no se ve algo de la zona, cual es el aporte. Las estampas son producción propia? Hacer más productos.</p>
11	Guara Guara Indumentaria	https://www.instagram.com/guara_guara_indumentaria/	1	1	1	1	1	1	<p>Siguen sin identificar a quien le hablan, tanto desde su propuesta comunicacional, identidad marcario y al que le es su propuesta productiva. No sostienen una idea y la llevan al límite, es como que van probando diferentes ideas y no profundizan en una en particular. No logran captar lo que se expresa en la consultoría o simplemente porque aún no es el momento. Se necesita resistencia al cambio.</p>	<p>No asistió presencial. Tendrá memoria virtual martes 17/8. Se sumó afín. Mostró sus prendas. Las prendas tienen un valor interesante, herencia, confección, utiliza los recortes y tiene productos que son interesantes. No hay relación entre los productos y el logo (parece de otro rubro, mucho más rígido). Sugiero trabajar fortaleciendo el discurso de la ropa, trabajo con recortes. Etc. Trabaja imagen con Javier. Sugiere enfatizar alguna línea de productos (el de recortes por ejemplo). Participó en todos los encuentros virtuales. Tiene un producto interesante pero sigue siendo una marca que no sabe a quien se dirige. Sugieren trabajar en ello.</p>	<p>Se ven productos de buena calidad, estilos del estereotipo de buzo. Pielier más atención a cómo se muestra en que situación contexto. La marca gráfica responde más al estereotipo de marca deportiva o técnica. Generar líneas de productos por estilo. Cómo se confecciona? mostrar proceso.</p>
12	Herrería Rulox	https://www.instagram.com/rulox_objetos/	1	1	1	1	1	1	<p>Logró conectar sus objetos en objetos decorativos y no le temo por luminarias, le falta mucho el concepto de diseño pero sí sabe manejar el volumen por lo que podría ofrecer esculturas u objetos decorativos en pared. Debe apuntar a un mercado de Arte, deberá buscar cómo ingresar en ese circuito. Logró hacer un gran cambio en su principal red social con lo que mantiene intercambio con su audiencia. Gran trabajo, dispuesto a profesionalizar su proyecto.</p>	<p>Es un producto artesanal. La comunicación de lo que hace no es fuerte. Se pierde la calidad del producto en las imágenes y en la confusión del contenido. Tiene intención de trabajar con una línea de productos comercial? o prefiere trabajar con productos únicos? Muy interesantes los productos únicos que realiza, debe manejar esos productos en redes distintas o enfatizar la comunicación? Pasión por el oficio. Trabaja artesanalmente la herrería de manera muy interesante (ver instrumentos musicales). Se le sugirió mostrar esto con más enfasis. Filmar videos donde se pueda escuchar como suena el instrumento. No utiliza packaging. Pero sí necesita imagen y fotografías. Propuso una marca en relación a lo que fabrica. Entiendo sus dos modelos de negocios (bien diferentes) está trabajando en estas cuestiones, mucha predisposición.</p>	<p>Diseñador que resuelve todos los problemas, le gustan los diseños. Desde artefactos decorativos de uso accesorios luminarias, apertura, juguetes, etc. Trabaja líneas de soluciones a líneas de productos. No dejar de llamarse Herrería, hacer foco en el oficio y transmitirlo. Y dice con verdad. Desde la experiencia se hace el oficio, desde el oficio se hace el camino.</p>
13	Hilaria Hornemede	https://www.instagram.com/hilariahornemede/	1	1	1	1	1	1	<p>Para dar el gran salto debe contratar a alguien para generar una estrategia comunicacional acertada ya que lo que realiza es muy actual en relación a lo que demanda el mercado. Muy receptiva a la generación de cambios para hacer crecer su emprendimiento.</p>	<p>Tiene una propuesta interesante, recién empezada. El concepto de su propuesta es clarísimo y debe trabajar la identidad en relación a esto. Materiales de la zona, con terminaciones naturales y diseño básico pero clásico. Es interesante y distinto. Comercializa por redes y boca en boca. Su propuesta tiene un interés conceptual. No es su primer ingreso. Participó en todos los encuentros virtuales y en ese camino pudimos desarrollar un proyecto con contenido concreto. Entiendo hacia donde debe ir y cuál es el valor de su marca. Está trabajando en ello.</p>	<p>Se ve calidad, se ve atención en el detalle, se ve coherencia gráfica y estética. No se ve una marca ni algún signo que identifique o la represente. Los productos están cargados por una identidad potente, las fotos tienen coherencia con esa calidad que se observa. Pensar en colores?</p>
14	Jarupkin	https://www.instagram.com/jarupkin/	1	1	1	1	1	1	<p>Su producto está muy bien, le falta definir con exactitud a su usuario (no binario) y debe sistematizar su unidad de negocio con demanda ya que no logra comunicarlo bien y tampoco hay una estrategia específica. Ver de simplificar el name Jarupkin / Jarupkin / Jarupkin, necesita contar con mayor capital para poder. Está con intenciones de crecer.</p>	<p>Interesante propuesta. Slow fashion, moda consciente, sustentable. Antes era Betakias, cambio nombre en palabras. Coherente. Línea de productos, buena gama de color, público claro. Trabaja con talleres, hace pequeñas producciones. Buena imagen y gestión. Buena predisposición, interesante producto, debe crecer. Necesita producción, ver marca y etiquetas. Se transformó y ofrece un producto contundente, tiene muy claro su concepto y su línea de trabajo.</p>	<p>Interesante propuesta. Se ve algo distinto. Se muestra bien. La marca gráfica no acompaña tanto lo distribuido de la propuesta del producto. Necesita ser más bien generativa, estándar.</p>
15	Jorge Adur	https://www.instagram.com/jorgeadur.ok/?utm_medium=copy_link	1	1	1	1	1	1	<p>no continuo</p>	<p>No asistió presencial. Tendrá memoria virtual martes 17/8</p>	<p>"Pasó España Artesanía" - jorgeadur.ok Se ve calidad y se ve artesanal. Hay coherencia, pero se ven otros productos además de bombillas y mates. Esta muy bien, pero sería bueno ordenar las líneas de productos. No se ve proceso y sería interesante mostrarlo. No se ve marca gráfica. Fotos, mostrar marcas y mejor sacar en contexto de uso, contar historias en relación al mate. Pensar otros fondos.</p>
16	Lopinto	https://www.instagram.com/lopintolite/	1	1	1	1	1	1	<p>Lo que debe ayudar para crecer en la empresa es lograr armar un equipo que le permita llevar actividades ya que el momento Julia se ocupa de todas las áreas, compra, diseño, producción, comunicación y comercialización. Esto hace imposible que de a paso a otro estado, siendo que es un producto que logra una muy buena penetración en el mercado. Puede ser una empresa líder en la Provincia, hay que apoyar más su proyecto.</p>	<p>Ofrece un producto diferente (alfombras tejidas), es creativa, diseña las estampas. Ofrece servicios de diseño (talleres pagos para aprender la técnica, para niños y para adultos), también productos y el servicio. Manera de usar redes, también la identidad. No sabe cuál es su problemática, encuentra un nicho interesante, no quiere ampliar a otro tipo de producto por ahora. Muy colorido, tiene intención para el uso del color. En el transcurso de las tutorías se movió, armó un nuevo espacio de trabajo, generando un punto de encuentro con otros diseñadores de su ciudad. Está en proceso de probar otros productos con las mismas técnicas. Tiene gran potencial de crecimiento. Genera vínculos de trabajo con asociación de</p>	<p>Se percibe buena calidad. Los productos se muestran de manera coherente. Se muestra capacitación a nivel de su artesanal, se muestra trabajo y parte del proceso. Pensar línea de producto desde lo visual. ¿Quiza no tener hacer tanto foco en la liberalidad. Aplicar misma resolución gráfica de "trato con barbas y animales. Las alfombras llevan etiquetas? Están mercadas?</p>

17	Menos Charúas	https://www.ins.tiagom.com/menoscharuas/			1	Está devaluado su producto, este se encuentra muy por debajo del precio de mercado. Es un gran producto con enorme potencial sustentable, enorme capacidad para hacer viable que al momento no se hace. Debe encontrar ese público de poder adquisitivo alto, le vendió a la vicegobernadora y la sigue y le gusta su propuesta a Clara Bogarín de Tonel. Le falta unificar su propuesta estética de marca, una síntesis de su logo vendió muy bien. Debería unificar una estrategia comunicacional que permita contar todo el potencial de la propuesta. Le falta contar con mayor financiamiento a que está dispuesta a realizar cambios.	Tejidos estampados con escript. Calidad normal, pueden mejorar. Interesante trabajo de tejido. Usar líneas de productos o tipologías (trabaja con productos únicos, eso le da el escript, podía tener 4 o 5 tipologías de tejidos y luego personalizarlos con el escripto). Es interesante pero me sonó desordenado. Redes desordenadas, la marca no se relaciona con lo que muestra. Hay que trabajar en identidad de producto, tener un catálogo, comercialización e identidad de marca. Entendió claramente todo el proceso de capacitación (comenzó un proceso de ajustes. Tiene una actitud proactiva que permite obtener las nuevas ideas.	Interesante propuesta, coherente. Se ve calidad, se ven todos los productos en una misma composición, sería interesante generar líneas de productos. Mostrar proceso, mostrar más el detalle. Es el ejemplo de como una marca gráfica funciona en un medio de reproducción y no en otro, de como un logo puede servir para una cosa y no para otra.
18	Mariadelcarmen	https://www.ins.tiagom.com/mariadelcarmen304/			1	Debería comunicar bien a qué usarse se dirige, no puede abarcar todas las mujeres, se debe concentrar en cuerpos diferentes ya que hace ropa interior a medida y a pedido. Su gran diferencial es que entienda los cuerpos grandes y brinda soluciones en su propuesta. La falta resolver la calidad para lograr un mejor producto, necesita adquirir nuevas máquinas que permitan producir lenoria industrial. Logró vinculación con una Cooperativa Textil Local que le permitirá generar alianzas a los efectos de mejorar sus productos y procesos. Se enorme energía para absorber los cambios es admirable.	Maria del Carmen trabaja diseñando y confeccionando lenoria de encaje y algodón a medida. Finalmente el trabajo que hace es muy bueno para los recursos que tiene (máquina doméstica). NECESITA UNA MÁQUINA PARA COSER BIEN LOS ELÁSTICOS. Es muy práctico, toma las medidas, realiza los tejidos y los hace a pedido, compra en B1. As per con eso los textiles. Su problema es que es su único ingreso y no le alcanza. Se sugiere tener algunas líneas permanentes de tallas diferentes combinables, que permitan responder a algunos clientes de manera rápida. No mucho packaging. La identidad es nula. Las fotografías no muestran la calidad del producto. Trabaja fuertemente con la identidad y redes también con comercialización. Clarita Lang ve historias. Tiene muy buena actitud, es grande y quiere aprender, muy buena onda. Luego de cada encuentro María del Carmen demostró un interés grande y logó vincularse con una cooperativa textil para resolver los problemas de confección (falta de máquinas específicas). Es muy importante apoyar este sector de emprendedorías relacionadas a la economía social. Admirable trabajo y actitud.	Se ven productos con mucho detalle que no se muestra, siempre se fotos son generales y con distintas fondos, unificar. Algunas con cierto ruido. El uso de modelos es necesario, tener el cuenta que las fotos sigan lo mas cuidadas posible respecto a luz, encuadre. Las prendas llevan etiquetas?
19	Merakientles	https://www.ins.tiagom.com/merakientles/			1	A pesar que resolvió hacer una limpieza de su IG, principal canal de comunicación actual, no logra al momento generar una construcción identitaria de marca, tanto en la propuesta productiva (no hay claridad en qué producto realiza y para quien lo realiza) como en su propuesta comunicacional. Logró vincular con proveedor para generar textiles con estampas propias. Está generando una propuesta más clara de sus productos. Tiene muchas intenciones de cambios, se le dificulta por situaciones personales y económicas.	No asistió presencial. Tendrá memoria virtual martes 17/8. No asistió a ninguna capacitación presencial.	No queda claro lo que se propone, se ven muchos productos y no uno solo, hacer foco en la producción, lo que se hace, como se lo hace. ¿Cuál es el aporte, cual es el diferencial, que propongo como destino?
20	Mololove	https://www.ins.tiagom.com/mololove/			1	Logró avances en relación a su modo de comunicar, lo último que se puede observar en la comunicación de su principal red social es que utilizó la imagen de una usuaria que está más cercana al magisterio de marca que desea contar. Aun le falta identificar su estética de marca ya que cuenta con diversas maneras de aplicar el nombre de la misma mediante diferentes símbolos. Tiene un gran espíritu emprendedor por lo que se espera mayor crecimiento en su empresa.	Lenoria a medida. También está experimentando tipologías para embudo, postcard, etc. Interesada y activa participante. La calidad puede mejorar pero tiene bastante claro dónde apunta, sabe medir en redes, aunque debe mejorar todo un poco. Mejorar calidad de textiles y luego trabajar a medida y tiene talleres generados para publicar en general. Ver packaging. Tiene idea clara de lo que quiere pero necesita apoyo. Lleva adelante todo el proceso sola. El avance de esta emprendedora es muy bueno, desarrollo productos, marca y tipologías de productos. Es una trabajadora decidida y dedicada a su proyecto.	Se ve bien, se muestra bien. La marca no aparece en las prendas. Revisar la marca gráfica que no sea tan ilustración y haya más símbolos gráficos. PENSAR EN LA REPRODUCIBILIDAD del logo.
21	Muoma	https://www.ins.tiagom.com/muomacarpenteria/			1	no continuó	No asistió presencial. Tendrá memoria virtual martes 17/8. No asistió a ninguna capacitación presencial.	no continuó
		https://www.ins.tiagom.com/muomacarpenteria/				Ficse una gran técnica, pero su tipología y modelos son poco actualizados. Se le recomienda analizar la marca italiana Missoni para que puede ver innovación. Su propuesta carece de una identidad que haga que se diferencie de cualquier otra propuesta.	Asistió a la primer tutoría, tiene productos hechos en crochet, buena calidad pero no responden a una marca ni a una línea de productos. No se reconoce como perteneciente a una marca. Mezcla lanas, a veces usa lanas naturales otras acrílicas, no hay trabajo con garnes de colores. Buena mano de obra y calidad de laminación. Redes y fotos deben ser revisadas. Necesita.	Se ve calidad, se ve atención en el detalle, no se ve una

17	Menos Charúas	https://www.ins.tiagom.com/menoscharuas/			1	Está devaluado su producto, este se encuentra muy por debajo del precio de mercado. Es un gran producto con enorme potencial sustentable, enorme capacidad para hacer viable que al momento no se hace. Debe encontrar ese público de poder adquisitivo alto, le vendió a la vicegobernadora y la sigue y le gusta su propuesta a Clara Bogarín de Tonel. Le falta unificar su propuesta estética de marca, una síntesis de su logo vendió muy bien. Debería unificar una estrategia comunicacional que permita contar todo el potencial de la propuesta. Le falta contar con mayor financiamiento a que está dispuesta a realizar cambios.	Tejidos estampados con escript. Calidad normal, pueden mejorar. Interesante trabajo de tejido. Usar líneas de productos o tipologías (trabaja con productos únicos, eso le da el escript, podía tener 4 o 5 tipologías de tejidos y luego personalizarlos con el escripto). Es interesante pero me sonó desordenado. Redes desordenadas, la marca no se relaciona con lo que muestra. Hay que trabajar en identidad de producto, tener un catálogo, comercialización e identidad de marca. Entendió claramente todo el proceso de capacitación (comenzó un proceso de ajustes. Tiene una actitud proactiva que permite obtener las nuevas ideas.	Interesante propuesta, coherente. Se ve calidad, se ven todos los productos en una misma composición, sería interesante generar líneas de productos. Mostrar proceso, mostrar más el detalle. Es el ejemplo de como una marca gráfica funciona en un medio de reproducción y no en otro, de como un logo puede servir para una cosa y no para otra.
18	Mariadelcarmen	https://www.ins.tiagom.com/mariadelcarmen304/			1	Debería comunicar bien a qué usarse se dirige, no puede abarcar todas las mujeres, se debe concentrar en cuerpos diferentes ya que hace ropa interior a medida y a pedido. Su gran diferencial es que entienda los cuerpos grandes y brinda soluciones en su propuesta. La falta resolver la calidad para lograr un mejor producto, necesita adquirir nuevas máquinas que permitan producir lenoria industrial. Logró vinculación con una Cooperativa Textil Local que le permitirá generar alianzas a los efectos de mejorar sus productos y procesos. Se enorme energía para absorber los cambios es admirable.	Maria del Carmen trabaja diseñando y confeccionando lenoria de encaje y algodón a medida. Finalmente el trabajo que hace es muy bueno para los recursos que tiene (máquina doméstica). NECESITA UNA MÁQUINA PARA COSER BIEN LOS ELÁSTICOS. Es muy práctico, toma las medidas, realiza los tejidos y los hace a pedido, compra en B1. As per con eso los textiles. Su problema es que es su único ingreso y no le alcanza. Se sugiere tener algunas líneas permanentes de tallas diferentes combinables, que permitan responder a algunos clientes de manera rápida. No mucho packaging. La identidad es nula. Las fotografías no muestran la calidad del producto. Trabaja fuertemente con la identidad y redes también con comercialización. Clarita Lang ve historias. Tiene muy buena actitud, es grande y quiere aprender, muy buena onda. Luego de cada encuentro María del Carmen demostró un interés grande y logó vincularse con una cooperativa textil para resolver los problemas de confección (falta de máquinas específicas). Es muy importante apoyar este sector de emprendedorías relacionadas a la economía social. Admirable trabajo y actitud.	Se ven productos con mucho detalle que no se muestra, siempre se fotos son generales y con distintas fondos, unificar. Algunas con cierto ruido. El uso de modelos es necesario, tener el cuenta que las fotos sigan lo mas cuidadas posible respecto a luz, encuadre. Las prendas llevan etiquetas?
19	Merakientles	https://www.ins.tiagom.com/merakientles/			1	A pesar que resolvió hacer una limpieza de su IG, principal canal de comunicación actual, no logra al momento generar una construcción identitaria de marca, tanto en la propuesta productiva (no hay claridad en qué producto realiza y para quien lo realiza) como en su propuesta comunicacional. Logró vincular con proveedor para generar textiles con estampas propias. Está generando una propuesta más clara de sus productos. Tiene muchas intenciones de cambios, se le dificulta por situaciones personales y económicas.	No asistió presencial. Tendrá memoria virtual martes 17/8. No asistió a ninguna capacitación presencial.	No queda claro lo que se propone, se ven muchos productos y no uno solo, hacer foco en la producción, lo que se hace, como se lo hace. ¿Cuál es el aporte, cual es el diferencial, que propongo como destino?
20	Mololove	https://www.ins.tiagom.com/mololove/			1	Logró avances en relación a su modo de comunicar, lo último que se puede observar en la comunicación de su principal red social es que utilizó la imagen de una usuaria que está más cercana al magisterio de marca que desea contar. Aun le falta identificar su estética de marca ya que cuenta con diversas maneras de aplicar el nombre de la misma mediante diferentes símbolos. Tiene un gran espíritu emprendedor por lo que se espera mayor crecimiento en su empresa.	Lenoria a medida. También está experimentando tipologías para embudo, postcard, etc. Interesada y activa participante. La calidad puede mejorar pero tiene bastante claro dónde apunta, sabe medir en redes, aunque debe mejorar todo un poco. Mejorar calidad de textiles y luego trabajar a medida y tiene talleres generados para publicar en general. Ver packaging. Tiene idea clara de lo que quiere pero necesita apoyo. Lleva adelante todo el proceso sola. El avance de esta emprendedora es muy bueno, desarrollo productos, marca y tipologías de productos. Es una trabajadora decidida y dedicada a su proyecto.	Se ve bien, se muestra bien. La marca no aparece en las prendas. Revisar la marca gráfica que no sea tan ilustración y haya más símbolos gráficos. PENSAR EN LA REPRODUCIBILIDAD del logo.
21	Muoma	https://www.ins.tiagom.com/muomacarpenteria/			1	no continuó	No asistió presencial. Tendrá memoria virtual martes 17/8. No asistió a ninguna capacitación presencial.	no continuó
		https://www.ins.tiagom.com/muomacarpenteria/				Ficse una gran técnica, pero su tipología y modelos son poco actualizados. Se le recomienda analizar la marca italiana Missoni para que puede ver innovación. Su propuesta carece de una identidad que haga que se diferencie de cualquier otra propuesta.	Asistió a la primer tutoría, tiene productos hechos en crochet, buena calidad pero no responden a una marca ni a una línea de productos. No se reconoce como perteneciente a una marca. Mezcla lanas, a veces usa lanas naturales otras acrílicas, no hay trabajo con garnes de colores. Buena mano de obra y calidad de laminación. Redes y fotos deben ser revisadas. Necesita.	Se ve calidad, se ve atención en el detalle, no se ve una

27	Tierra de tejedoras	https://www.facebook.com/lectadeflejeras/https://www.instagram.com/lectadeflejeras/			1	Al momento no se detectan cambios que se hagan visible en su comunicación o nueva propuestas en cuanto a su negocio. No se resisten al cambio solo que no logran comprender el valor que posee lo que realizan. Hay una enorme propuesta de valor en la producción realizada, pero luego eso no se traduce a la construcción de marca y mucho menos a su comunicación. No ayudan en busca de ayuda profesional para resolver lo que se les propone. Es un proyecto que se debería apoyar desde el estado por el gran valor cultural que posee.	No existió presencial. Pero si participaron en todas las futuras virtuales. Tienen una propuesta con mucho potencial (cooperativa de tejedoras), necesitan diseñar una marca, trabajar con la imagen de los productos (no los muestran según la calidad que tienen). Se les sugirió fortalecer el concepto de cooperativa en la comunicación, mejorar redes para poder generar otros canales de venta y revisar los precios ya que cobran sus productos mucho más caro de lo que se podría en el mercado. La calidad de los productos es muy buena. Proyecto de gran valor cultural.	Los productos se ven con mucha calidad. Se ve variedad. No se ve marca gráfica. Revisa las fotos, las fotos y el uso de modelos. Hay fotos que se ven muy bien y otras que no tanto (atención a los contextos y condiciones de luz).
28	Tripleseasclothing	https://www.instagram.com/tripleseasclothing/			1	Falta construir una historia de marca, debe apelar a personalidades locales del deporte, historias locales que hagan que se convierta en un referente de la historia deportiva de EE. vvinos algunas cuestiones de terminaciones y falta sumar etiquetas al producto. Es un emprendimiento que podría crecer mucho solo falta que se animen a hacerlo. Cuanta con grandes ideas, lo falta que las lleve a cabo.	La marca tiene identidad, no local sino aspira a un público más amplio. Ambos generos y con ilustraciones originales. Buena materia prima básica, pero de buena calidad, cose en talleres (NO HAY MUCHOS TALLERES EN LA ZONA), algunos detalles de terminación para ver a revisar. Ver packaging (tiene pero no se si es acorde), quiere crecer, sugerir incorporar productos básicos y enfatizar en las estampas que es lo más económico para mostrar. Propuso comprar también en cantidad. Problema, tener que subir el precio cada 15 días. Participo en algunos encuentros virtuales, debe desprenderse del problema y avanzar en la resolución de los mismos.	Que claro el estilo que se elige. Se ve calidad, se lo muestra bien, hay producción propia. Lo que no se ven es la producción, sobre todo si son diseño propios y en colecciones limitadas, eso es un diferencial. Sería interesante registrar y mostrar. La marca grafica es coherente con el producto y el público. Si se desea permanecer en el esto muy bien, que sucede si se cambia de estilo? ¿pensar en generar líneas de productos.
29	VitrofusionRu	https://www.instagram.com/vitrofusionru/			1	Falta construcción de marca, el producto que realizan (de gran calidad e innovación) no concuerda con la construcción marcantil que proponen. la bajada de marca no existe, el nombre es un genérico (vitrofusion) se come a RU al momento no saben identificar quien es el usuario. Su producto es muy bueno pero falta que construyan una empresa para salir de la idea de artesanía. Están trabajando en generar una nueva área de negocio (decoración) y re-convirtiendo la empresa en una franquicia familiar, lo que dará mayor impulso para crecer. Cuentan con gran fuerza emprendedora, solo les falta tomar riesgo para crecer.	Vitrofusion de buena calidad. Además de realizar productos como adornos y vajilla (dentro de la vitrofusion lo que levaron estaba muy lindo y bien presentado) están pensando en lanzar una línea de productos para arquitecturas (baños para baños, guardas para baños y cocina). Se sugirió enfatizar en esa idea (donde pueden ganar más con productos exclusivos) y salir de la pequeña escala. Rodeo a imagen normal, puede mejorar. En los encuentros virtuales fortalecieron la idea de similar propuesta de productos para pedidos especiales (arquitectura y decoración) es un emprendimiento familiar, de mujeres y que tiene potencial ya que es conocido en la zona y tienen buena calidad y experiencia.	Se ve calidad. Se presentan bien los productos en las última publicaciones se comienza a ver algo dentro en cuanto hay propuesta de formas geométricas. La marca grafica casi no se ve. Como se marcan los productos? Como se los señala? Como dan capacitaciones?
30	Zula	https://www.instagram.com/zula.decoraciones/			1	Deberían evaluar que actualmente la propuesta de manteles artesanales con telas no aptas para montañas no tendría un gran mercado, por lo que se le sugiere que realicen accesorios para envolver, abrigar, o pañuelos, faldas, ponchos... para el hogar almohadones individuales + serpillero + apoyo vaso. En pandemia, caso de ventas de hecho a probar manteles... no hay continuidad en su propuesta de marca. No logra hacer un propuesta diferencial de utilidad y/o respuesta a la demanda del mercado. No enfoca bien su plan B. Logro modificar la propuesta fotografica para mostrar el producto. Debería generar una propuesta integral de marca entre lo anterior y lo nuevo. Necesita más asistencia.	Emprendimiento que nació en pandemia, dejó de hacer ropa para hacer manteles + almohadones. Muy buena disposición, asisto a todas las reuniones, tiene nota, escucho atentamente. Quiere progresar y lo demuestra. Los productos tiene inquietudes. Con orgullo, ofrece variedad de telas y tamaños, no relacione (yo) el borde de crochet con los textiles, la suger que puede con botones más nobles. También realiza algunos bellos naturales. Sugerir enfatizar ese detalle, probar en todo el mundo. Tiene etiquetas (mejor diseño) pero entienda el concepto de producto. Tiene que fortalecer el concepto de marca, la identidad de la misma en relación al producto. Los almohadones tienen otra estética pero es lo que más vende en este momento.	Se ve calidad, se presenta bien. Se presta atención en el detalle. La marca grafica no aparece. Ser puede innovar y marcar un diferencial? Hay posibilidad de combinar con lo anterior? con alguna variante que lo destaque o que genere otra línea de productos.
30	Emprendimientos		5	9	12	4	resultados obtenidos	
100%		MEJORÓ MUCHO	MEJORÓ	MEJORÓ POCO	NO MEJORÓ			
		17%	30%	40%	13%			

17%	MEJORÓ MUCHO	El porcentaje de emprendedores que lograron una gran mejora en sus proyectos (luego de las 4 capacitaciones específicas que se brindaron de modo presencial y de las 3 consultorías virtuales) es altamente favorable, dado el poco tiempo con el que contaron para aplicar lo aprendido, pudiendo sumar varias mejoras de acuerdo a las devociones que se generan de modo particular en cada encuentro. Se recomienda continuar acompañamiento para seguir fortaleciendo estas empresas, de las cuales muchas de ellas podrían ser referentes provinciales del sector diseño local.
30%	MEJORÓ	Un tercio del total de los emprendimientos participantes lograron incluir mejoras en sus empresas. Esto es altamente favorable ya que los participantes pudieron absorber los contenidos brindados en las capacitaciones, como así también las recomendaciones que se dieron en cada encuentro. Esto demuestra la gran predisposición que mostraron ante la propuesta de mejorar para crecer, fortaleciendo así la economía creativa de la provincia.
40%	MEJORÓ POCO	Más de un tercio de los participantes logró al menos incluir una mejora en sus proyectos o al menos las están planeando aplicar en un futuro inmediato. Esto hace que sea positivo ya que están predisuestos al cambio, pero que por diversas razones, al momento no pudieron llevar a cabo lo recomendado o lo aprendido en cada capacitación. Si se contempla el poco tiempo acontecido y que en el medio debieron participar de una Feria Regional de gran relevancia, deberíamos asegurar que el mínimo cambio realizado es de gran relevancia para el crecimiento futuro, por lo que se recomienda un seguimiento que acompañe sus cambios, así estos se reflejan positivamente en sus empresas.
13%	NO MEJORÓ	Podríamos decir que el mismo porcentaje que mejoró mucho, se iguala con aquellos que no generaron una mejora al menos visible en este momento. Si se contempla que este 13% reúne un 3% del total de participantes que dejaron de participar en algunas capacitaciones y no asistieron a los dos encuentros virtuales, podríamos decir que solo un 10% no logró generar una mejora que hoy sea visible en sus emprendimientos. Pero dado que muchos manifestaron que por diversos inconvenientes personales no pudieron aplicar lo aprendido, podríamos decir que en un corto plazo serán emprendimientos que comenzarán a tener mejoras. Cabe destacar que cada persona tiene sus tiempos de aprendizaje y por ende su ejecución podrá ser más lentos pero no menos efectivos.

ANEXO I:

Inscritos a la convocatoria:

Tabla n° 3 Excel Inscritos:¹⁵

Fecha temporal	Selección el área de la MARCA de la Empresa/E	Breve descripción (hasta el nombre)	Apellido		
19/07/2021 9:58:27	OBJETOS	Hiermeria Ruiz	Realización de objetos de Mario Martín	Riccardi	
19/07/2021 9:58:55	OBJETOS	Loprito	Loprito es un emprendim	Maria Julia	Suarez
19/07/2021 9:59:57	INDUMENTARIA	Delicia Tejidos	Tejidos artesanales en la	Patricia Beatriz	Rifi
19/07/2021 10:24:45	OBJETOS	Hilaria Home Made	Objetos de uso cotidiano.	Fernanda	Acostal
19/07/2021 10:38:20	OBJETOS	El Sauce Sublimados	Se realiza sublimación en	Mariana Selén	Rodríguez
19/07/2021 10:37:35	OTRO	Jorge Adur	Fabricación de mates y	Jorge	Adur
19/07/2021 11:50:28	OBJETOS	Modelados Cecilia Paizz	Realizo tejidos de fibras	Fátima María Cecilia	Paizzetti
19/07/2021 12:06:19	OBJETOS	Ananias	Ananias... búsqueda para	Ana	Muzzo
19/07/2021 12:28:40	INDUMENTARIA	Las Tres Marias	Tejidos en Teler para	del Alicia	PALAVECINO
19/07/2021 12:57:02	SERVICIOS	IndómitaLuz Productora A	Somos una productora que	Eliana	Digiovani
19/07/2021 13:28:58	SERVICIOS	Chapitas	Diseñadora Independiente	Selinda	Schwintz
19/07/2021 13:42:28	ILUSTRACION	Iru sublimados	IRU SUBLIMADO ES UN	Maria victoria	Archuri martnez
19/07/2021 14:16:12	INDUMENTARIA	MCAINDUMENTARIA	Emprendimiento donde	Maria Cecilia	Angelino
19/07/2021 15:06:32	JUGUETES	Del Taller de Lola (Amiguita)	Muecas artesanales (la	Florencia	Gómez
19/07/2021 16:32:22	INDUMENTARIA	Mariadelcarmen	Soy emprendedora desde	Maria del Carmen	Asselborn
19/07/2021 17:25:20	INDUMENTARIA	isla bethel	confeccion de prendas a	rosana isabel	Isacano
19/07/2021 17:58:24	INDUMENTARIA	Charluna arte in situ	Esta propuesta Charluna	Maria Gabriela	Tascher Wegandt
19/07/2021 18:37:52	INDUMENTARIA	Faixa	Emprendimiento que	Mirko santiago	Altomaz
19/07/2021 19:06:09	INDUMENTARIA	UNIFORMES MAGDALENA	En cuanto a los textiles	Lucia Magdalena	Comejo
19/07/2021 19:10:06	OTRO	Santo Remedio	DESARROLLAMOS PRO	DEBORA	GRAND
19/07/2021 20:29:57	INDUMENTARIA	Caro valentina	Alta costura bordados a	Patricia	Vera
19/07/2021 21:02:32	INDUMENTARIA	Namaste crochet Paraná	Fabricación de prendas	le Edith	Fernandez
20/07/2021 9:36:36	OBJETOS	sepia	Cuadernos, agendas, bloc	Maria Clara	Doval
20/07/2021 9:37:30	INDUMENTARIA	Janupkin	Indumentaria de diseño	ci Gabriela	Janupkin
20/07/2021 9:51:55	INDUMENTARIA	Ecopinda	Nos dedicamos a la confe	Erica	Romero
20/07/2021 10:02:32	SERVICIOS	IR IMAGEN EN REDES	Manejo de Redes Sociales	Vanessa	Rotoli
20/07/2021 10:57:45	INDUMENTARIA	Mazos Chermas	Mazos Chermas es un	patricia	Boron
20/07/2021 11:07:27	ACCESORIOS	ASTRID	Diseño y producción	Maria de los Milagros Agu Zapata	
20/07/2021 11:24:00	SERVICIOS	Pandala	Me dedico a diseño de	Ag Maria Cecilia	Cardozo
20/07/2021 12:51:43	ILUSTRACION	Fat32 Servicios Informát	Diseño Gráfico a Empresa	Felipe Arturo	Torres
20/07/2021 14:27:31	OBJETOS	Merkañtiales	Realizo objetos en tela	de Maria Eugenia del Pilar	Lombardo
20/07/2021 15:05:00	OTRO	Gea Estudio Creativo	Trabajos de diseño gráfico	Pricela Olivo	Olivo
20/07/2021 15:08:28	SERVICIOS	Mundo de Papel	Diseños personalizados p	Pricela	Olivo
20/07/2021 20:28:30	INDUMENTARIA	Triplase/clothing	Este emprendimiento con	Juan Antonio	Spinelli
20/07/2021 22:44:09	MOBILIARIO	BEP 31 8	BANQUETA ERGONOMI	JORGE Luis	Bustamante
21/07/2021 9:18:37	INDUMENTARIA	AS	Realizo lencería y telas	ci Daniela	Godoy
21/07/2021 9:22:16	OBJETOS	Artulato ceramica	Diseñamos y creamos p	Lucia	Suain
21/07/2021 9:43:18	INDUMENTARIA	Tejendo una Herencia	El emprendimiento	perlen Roxana Judith	Rencoso
21/07/2021 9:54:31	OBJETOS	DiseñArte Creaciones	Realizamos diversos obje	Esterlin	Enrique
21/07/2021 11:38:56	OTRO	WAKE UP ENTRE RIOS	Encuentros periódicos	de Cesar German	Diaz
21/07/2021 11:54:54	JOYERIA	Emprendimiento	Creación de joyería en	Gerardo	Benitez
21/07/2021 14:02:09	INDUMENTARIA	Luca	Indumentaria femenina,	la Laura Esperanza	Luca
21/07/2021 19:13:59	SERVICIOS	Buena Presencia Diseño	Buena Presencia. ¿Qué	Gabriela	Romero Biggs
22/07/2021 1:05:27	INDUMENTARIA	Alicia Reswork	Emprendimiento dedicado	Lara Adriana	Tula
22/07/2021 8:32:04	INDUMENTARIA	By Gabry Espindola	Estoy desarrollando una	Gabriela	Espindola
22/07/2021 9:21:55	INDUMENTARIA	Aguilina creaciones	Confección de ropa para	liara	Romero
22/07/2021 11:29:16	INDUMENTARIA	Flor Azul	Diseño creativo para el	de Maria del Huerto	Andolfo
23/07/2021 10:51:59	OBJETOS	bax diseño	objetos de diseños	terminé Damán	Iscazulzo
23/07/2021 12:28:05	ACCESORIOS	Duplo T.X.T.L	Diseñamos y fabricamos	Manuel Alfredo	Rico
23/07/2021 13:37:44	INDUMENTARIA	Niña Brocci	Prendas y accesorios de	Barbara	Castello

Marca temporal	Seleccione el área de dist	MARCA de la Empresa/EI	Breve descripción (hasta	Nombre	Apellido
23/07/2021 15:43:41	INDUMENTARIA	Tramague Paraná	Somos un grupo de artes Los hilados son manuales Participamos en ferias y e	ANALIA SUBANA	Fort
24/07/2021 20:33:11	INDUMENTARIA	Telar del Río	Noe dedicamos al diseño Realizamos textiles exclu Basamos nuestra experie Junto a estas ideas, el pri	María Alejandra	Asensio
25/07/2021 13:37:54	OBJETOS	Natalia Fernandez Cerám	Cerámica de autor: Piezas Natalia Fernández se esp	Natalia Clansa	Fernández
25/07/2021 23:32:16	MOBILIARIO	Diseño Cartonero	Diseño Cartonero es un p Diseño Cartonero es un e Santiago		Moranán
26/07/2021 10:44:59	SERVICIOS	A pie de máquina	Este emprendimiento sur	Soledad	Rodríguez
26/07/2021 11:30:12	INDUMENTARIA	Las Violetas de Ena	Las Violetas de Ena es u	Elicionia	Hornos
26/07/2021 13:34:38	INDUMENTARIA	Zula	Realizamos mantiles, de	María Ester	Pinget
26/07/2021 18:09:48	ILUSTRACION	Canto Rodado	Canto Rodado es un proy + musicales para toda la f nuestro canal de youtube con nuestra línea editorial con R y otra línea denominada +Estamos a punto de pres El contenido de Canto Ro	María Paulina	Lamas
26/07/2021 21:51:13	OTRO	Museo de la Colonia y la	Soy estudiante de diseño	Luca	Galotto Viganoni
26/07/2021 22:31:28	MOBILIARIO	MUOMA	Productor muebles y objet	Agustín	Fernández Bugna
26/07/2021 23:08:30	ACCESORIOS	Tienda Nómada	Tienda Nómada es una m	Federico	Roldán Vukovich
27/07/2021 9:06:50	OBJETOS	VibracionRu	La energía, el color y la p Cada una de las piezas de VibracionRu combina la	Patricia	Srebrenich
27/07/2021 19:41:42	LUMINARIA	Luz de Luna. Tienda de L	Soy Florencia Gaig, Arqu En Luz de Luna, diseñam La mayor parte de los ma	Florencia	Gaig
28/07/2021 10:54:33	ILUSTRACION	Zp Soluciones gráficas	Emprendimiento de dos a	Daniel	López
28/07/2021 17:13:55	INDUMENTARIA	Hygge	Marca de indumentaria q	Sofía	Robles
28/07/2021 20:20:34	INDUMENTARIA	Guara Guara Indumentari	Guara Guara Indumentari	Sergio	Senato
28/07/2021 20:49:01	INDUMENTARIA	Suma Empetratriz	Noe dedicamos al diseño	Diana	Macca
28/07/2021 20:53:53	INDUMENTARIA	Molotve	Realizamos tenencia pers	BARBARA LORELEY	REYES FERNANDEZ
28/07/2021 21:38:39	ACCESORIOS	Dafne Costante	Realización de accesorio	Dafne	Costante
28/07/2021 22:23:37	ILUSTRACION	Lunática	La idea de lunática es cre	María Victoria	Pereyra
28/07/2021 23:34:52	INDUMENTARIA	Con Amor	Tejidos para bebés y niñ	Carolina	Munoz
29/07/2021 9:17:29	INDUMENTARIA	RodRo Gualtita	Confección de prendas p	Roxana	Elena
29/07/2021 10:22:40	INDUMENTARIA	Poroto cósmico	Poroto cósmico es una (n La idea es satisfacer la ne Espero poder crecer para	Silvana	Jacob
29/07/2021 11:29:17	INDUMENTARIA	Telar del Río	Noe dedicamos al diseño Realizamos textiles exclu Basamos nuestra experie Junto a estas ideas, el pri	María Alejandra	Asensio
29/07/2021 13:47:27	OTRO	Creativa	Juego de mesa. Cartas de El juego incorpora un tabl Las edades para jugarlo e	Liza Ivana	Brumetti
29/07/2021 15:19:16	OBJETOS	RUBYX	Rubyx es mi nombre artis Creo e invento objetos Muebles, cuadros y pared	María Florencia	Canali
30/07/2021 13:33:12	INDUMENTARIA	Landa	Confección de prendas d	Glenda	Nani
30/07/2021 14:32:32	OBJETOS	& Taller de Oficios Artesa	Noe conformamos como i	Federico Maximiliano	Gómez Pedreira

Marca temporal	Seleccione el área de dist	MARCA de la Empresa/EI	Breve descripción (hasta	Nombre	Apellido
30/07/2021 20:45:00	ACCESORIOS	RG Creaciones- bijou de	RG brinda diseños artes		Gandolfo
30/07/2021 21:34:30	INDUMENTARIA	Tierra de tejedoras	Dentro de la experiencia	Romina Paola	Esponda
31/07/2021 0:02:05	OTRO	A puro color	Se trata pintar adornos er	Valentina	Sanchez

ANEXO II:

Seleccionados de la convocatoria:

Tabla n° 4 Excel Seleccionados¹⁶:

	AREA	MARCA EMPRESA	DESCRIPCION
1	G1	Hilaria Norma Made	Objetos de uso cotidiano. Velas naturales, objetos en macrame para la casa y accesorios de uso personal. Luminarias en cuerdas. Vestidos de algodón. Todo 100 % hecho por manos de la zona, con materiales simples y con mínimo de complejidad. Objetos útiles y cotidianos.
2	G1	Santo Remedio	DESARROLLAMOS PRODUCTOS PARA EL CUERPO, LAS EMOCIONES Y EL ALMA, BASADAS EN LA FITOTERAPIA, LA ASTROLOGIA Y LA ALQUIMIA. ELABORAMOS MIX DE HIERBAS PARA TISANAS, PARA MATE, SAHUMOS, VELAS, CREMAS Y ESENCIAS, BOTIQUINES, Y ELEMENTOS PARA SU USO, COMO SAHUMADORES, APAGAVELAS, CUCHARAS, HORNELLOS, TAZAS, ETC. PROMOVEMOS EL AUTO CUIDADO DE LA SALUD FISICA, MENTAL Y ESPIRITUAL, EN ALIANZA CON LA NATURALEZA. SON PRODUCTOS ARTESANALES ELABORADOS CON MATERIAS PRIMAS NATURALES Y HECHAS POR PERSONAS QUE SE VIRTUEAN EN SU PRACTICA Y EN SU CERAMICA de autor. Piezas utilitarias en gres, de alto valor estético y funcional.
3	G1	Natalia Fernandez Cerámicas	Natalia Fernández se especializa en el diseño y fabricación de vajilla cerámica de alta temperatura (gres 1230° C). Presenta una línea de finas piezas realizadas en torno manual, de cuidada factura, alta resistencia y especialmente aptos para el uso en gastronomía. Personalmente crea y prepara las piezas y esmaltes que toman cuerpo en piezas alfareras de gres definidas por la calidad de sus materiales, diseño y terminaciones. Cada una de sus piezas está realizada de forma individual mediante un proceso artesanal, en el que confluyen una larga formación académica en el campo de las artes visuales, años de oficio alfarero e investigación en formulación de esmaltes y pastas cerámicas de alta temperatura.
4	G1	Lopinto	Lopinto es un emprendimiento de hace más de 5 años, somos dos artesanos que realizamos alfombras artesanales bordadas a mano, creamos nuestros propios diseños inspirándonos siempre en nuestra naturaleza, nos definimos como innovadores y trabajadores artesanales queriendo aprender siempre y todos los días.
5	G1	Vitrofusionfu	La energía, el color y la pasión son reinventadas en cada pieza que producimos en Vitrofusionfu. Un emprendimiento que a partir de la técnica de vitrofusión elaboramos desde vajillas, elementos decorativos, y de construcción, hasta regalos empresariales con logo y nombres. Cada una de las piezas que se confecciona es única, contiene diseños artísticos y además de ser útil en su uso es una pieza no contaminante por todas las características saludables que tiene el vidrio. Vitrofusionfu combina la tecnología, la nobleza del vidrio, y un alto valor agregado en la creatividad para desarrollar productos exclusivos.
6	G2	Creativa Molotov	Juego de mesa. Cartas de especies animales de la zona con valores en cada una de acuerdo a sus atributos, defensa, alimentación, hábitat. Y cartas de amenazas sobre las especies (ambientales y sociales). El fin del juego es salvar la mayor cantidad de especies reconociendo en cada una los valores que poseen como ser único y esencial en la cadena. El juego incorpora un tablero con un recorrido de las áreas donde ellas habitan, pasando por toda la provincia, y visitando los distintos departamentos y áreas de desarrollo de las especies.
7	G2	Maradecarmen	Soy emprendedora desde la molinería a la fabricación y venta leonera y costurera de diseño y a medida
8	G2	AS	Realizo leonera y libros de diseño hace varios años. Estudio diseño en el Instituto Piazza
9	G2	Jarupén	Indumentaria de diseño coneciente, prendas andóginas y minimalistas. Las prendas que realizamos son atemporales que resultan versátiles, y perduran más en el tiempo. Cada pieza es realizada de manera artesanal. Pensamos e diseñamos los detalles de nuestras prendas para realizar diseños ítema en nuestro emprendimiento (bordados, Pleases, Rhonorias)
10	G2	Niña Brócoli	Prendas y accesorios de diseño exclusivos (únicos en su tipo, no existen dos idénticos). Para cada una de las dos temporadas del año, desarrolló una colección, basándose en un concepto o tema inspiracional.
11	G2	Caro valentina	Niña Brócoli se caracteriza por la matura de estampados, bordados y el juego de diferentes materialidades para crear distintas tramas y texturas. Alta costura bordados a mano . Diseñamos revalorizando los textiles y talleres reales.
12	G2	Zula	Realizamos manteles, candeleros de mesa, almohadones, mantas y demás accesorios para el hogar con terminaciones en crochet, y usando fibras naturales
13	G3		

16

https://docs.google.com/spreadsheets/d/17WgcbYvZQHKK751pi3lfx6871_v0aphB/edit?usp=sharing&ouid=102575447788248280842&rtpof=true&sd=true

14	G3	Instrumentos	Instrumentos	Telar del Rio	<p>Nos dedicamos al diseño artesanal de prendas tejidas al telar y a la difusión del arte textil. Realizamos tejidos exclusivos, hechos a mano, tejidos con lanas hiladas y teñidas con tintes naturales. Somos nuestra experiencia en una permanente exploración de las técnicas textiles y sus orígenes ancestrales como en la innovación de productos que expresan esta articulación entre lo artesanal, el diseño y el arte contemporáneo.</p> <p>Junto a estas ideas, el proyecto desarrolla un concepto de negocio desde lo que se denomina "Diseño Ético", amoldándose a los criterios de precio justo dentro de la cadena de valor, de cuidado del medio ambiente y de responsabilidad social.</p>
15	G3	Instrumentos	Instrumentos	Marcos Charúas	<p>Marcos Charúas es un emprendimiento que confecciona prendas totalmente artesanales, utilizando materiales nobles como la lana y el hilo de algodón, en telar europeo, para luego ser estampadas de forma natural con hojas de plantas y árboles, sin químicos nocivos para el medio ambiente y el ser humano. Cada prenda es única e irrepetible, sin talle ni diferenciación de géneros. Prendas para todos.</p> <p>Fabricación de prendas tejidas a mano. En la técnica de crochet.</p>
16	G3	Juguetes	Juguetes	Nemasté crochet Paraná	
17	G3	Juguetes	Juguetes	Del Taller de Lola (Aniquirumá)	<p>Muebles artesanales (llevan muchas horas de producción) tejidos en la técnica del crochet (aniquirumá) con materia prima de excelente calidad: hilo 100 % de algodón hiposéptico y relleno con veñón adormado. Son lavables y respetando las instrucciones de su cuidado duran años sin perder su forma ni color.</p> <p>Incentivan la imaginación y creatividad en los niños y tienen accesorios totalmente seguros según la edad del destinatario (ojos de seguridad, cascabeles, botones, plumas, cintas, telas, telas, etc.).</p>
18	G4	Instrumentos	Instrumentos	Triplexsciolfing	<p>Este emprendimiento consiste de la confección de prendas: remeras, remerones, muquirósas, luzzos, camperas y shorts (moderna propia) en algodón con bordados y/o estampados en serigrafía, todos los diseños son nuestros. Marcando un estilo propio de ropa sin género.</p>
19	G4	Instrumentos	Instrumentos	Duplo TX TL	<p>Diseñamos y fabricamos pañuelos de seda y accesorios textiles, utilizamos la técnica de sublimación textil.</p>
20	G4	Instrumentos	Instrumentos	Fasa	<p>Emprendimiento que desarrolla un perfil de diseño libre, en el cual fusiona colores, texturas y diseño. Fasa-Surf life, es una marca textil que hace más de 10 años se desarrolla como un emprendimiento en el cual se destaca su originalidad, calidad de producción y repercusión en el cliente. Tenemos el orgullo de poder participar de muchas propuestas entre las cuales se pueden mencionar: feria diseño, feria del cambio, feria futuro (invitación especial a contar nuestra experiencia a futuros emprendedores), Santa Fe Diseño, Ferias del Municipio y De la Provincia, participación Activa en la Marca "Marcas Entrenadas" del Gobierno de la Provincia.</p>
21	G4	Objetos	Objetos	Herrería Ruba	<p>Realización de objetos de diseño principalmente de hierro combinado con distintos materiales como, vidrio o madera.</p> <p>Diseño Cartonero es un proyecto cuya esencia radica en el diseño y elaboración de mobiliario, luminarias, útiles escolares y de oficina, y juguetes, a partir de materiales utilizados como cartón corrugado, tetra pak, PET, madera de tarimas (paleta) y reformas de la construcción, entre otros. Su finalidad es demostrar que se puede construir equipamiento funcional de uso cotidiano y valor agregado en diseño, con herramientas de bajo costo y procesos de bajo impacto de huella de carbono, que no generen una alta tasa de desecho y residuos. Y que estos últimos puedan reutilizarse o reciclarse fácilmente.</p> <p>Diseño Cartonero es un emprendimiento con el cual se aprende a ver la basura en la belleza, y la belleza en la basura.</p>
22	G4	Objetos	Objetos	Diseño Cartonero	
23	G4	Objetos	Objetos	box diseño	<p>objetos de diseños terminados con resina epoxi. Diseñamos desde la matriz hasta la gráfica, le damos terminación a cada uno de los objetos de manera manual. También realizamos reciclados y puesta en valor de objetos a través de las técnicas mencionadas anteriormente.</p>
24	Virtual	Instrumentos	Instrumentos	Delicia Tejidos Jorge Abar	<p>Tejidos artesanales en bastidor y telar de mesa.</p> <p>Fabricación de mates y tortillitas Personalizadas.</p>
25	Virtual	Objetos	Objetos	Tierra de tejedoras	
26	Virtual	Instrumentos	Instrumentos	Ananías	<p>Somos tierra de tejedoras realizamos tejidos en telar de peine y bastidores con materia prima regional (lana gruda) en sus colores naturales y teñidos con tintes de cáscaras de cebolla, nuez, yerba, frutas, etc. Diseños exclusivos para las mujeres, hombres y para la decoración del hogar (ponchos, pharminas, ruanas mates XL y almohadones).</p>
27	G1	Objetos	Objetos		



ANEXO III:

Diagnóstico Inicial y Primer Encuentro:

Tabla n° 5 Diagnóstico Inicial¹⁷:

	DIAGNÓSTICO INICIAL
INSTAGRAM	DIAGNÓSTICO INICIAL x MORIANA

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

Muñecos tejidos en crochet. Emprendimiento, propone variedad. La técnica es buena. Sugiero trabajar en la identidad de los muñecos/personajes. Enfatizar el diseño, usar otros colores e identificarse con los mismos (cuá muñeco es el caballito de batalla comercial?). Trabajar con la identidad (logo, fotografías). Se observan algunos animales de la región, quizás sea un camino para fortalecer la marca. ¿Que hace que estos muñecos sean del taller de Lola?. Ofrece servicios? Capacitaciones? Averiguar si le interesa. Estos productos tienen etiqueta?, packaging?.

Buen producto. La calidad parece buena, el diseño es interesante. Explora una técnica y la desarrolla (ilustraciones, diseños, forintos). Ofrece servicios de capacitaciones. maneja bien las redes. La imagen es coherente con lo que hace. Como puede crecer su línea de productos? Cuál es su problemática? Ver producto en detalle.

Mariadelcarmen804
6

Ver el producto y su calidad, en las fotografías no se aprecia. Hay líneas de productos, observar calidad de confección, detalles. Como muestra la lencería? Iniciar con el nombre en redes, debe buscar nombre de marca. Reveal fotografías, fotografía todo lo que produce? cuidado con los brillos y flashes. Las fotografías no mejoran la presentación del producto. Las fotos en cuerpos si, pero como? Que tipo de cuerpos? pensó en esto. **Cuál es el concepto de marca y producto? Ver producto, comunicación, comercialización...todo**

@hilariahomemade

Tiene una línea de productos coherente con respecto a la morfología, colores, dice ser una marca sustentable. ¿porqué? ComunicaQue productos puede incorporar, cuáles son sus problemáticas.? No hay innovación....cuál es su público?

17

https://docs.google.com/spreadsheets/d/17WgcbYvZQHKK751pi3lfx6871_v0aphB/edit?usp=sharing&oid=102575447788248280842&rtpof=true&sd=true

Tabla nº 6 Diagnóstico Inicial¹⁸:

<p>https://www.instagram.com/cocleapizarro/</p>	<p>Coclea Pizarro</p>	<p>@cocleapizarro</p>	<p>May buena técnica. Es única, tiene una identidad de producto interesante en algunos casos. Problemática? son productos únicos? hechos a mano, artesanalmente hecho como se define? Tame algunos propo: Fortalecer la imagen, me parece que los productos pueden ser atractivos de manera mucho más fuerte (los límites por así decirlo la valoración), cuando sale un poco de los estereos se pone interesante. Ver</p>	<p>El buen presentador. Tiene memoria visual marca y foto</p>
<p>Anarias-objeto con vida propia</p>	<p>@anarias_objeto</p>	<p>8.74</p>	<p>Buena idea y buen concepto. La idea de jugarlo sin edad, objetos sencillos que generan emociones. Como trabajo las líneas de producto? La estética del producto como la presento? Cual es su problemática? Es un mundo de todo. En todos momentos muy reflexivo, en base critica en producto, si en concepto, pero mucha vida y experimentación y producción. Es interesante pero no queda claro el objetivo inicial.</p>	<p>No estálo presencial. Tendrá memoria visual marca 17:5. El emprendimiento es interesante. Ilustraciones en tela y cosas a mano (realizando e imprimiendo en el tipo (placado rabico)). Debe enfocarse en los productos, hechos a mano. Es ilustrador, diseñador gráfico. Capacidad mucha, creatividad también, la imagen de sus productos es fuerte. Necesita fortalecer imagen de marca (fotografía, muchas inspiraciones en su red, debe mostrar mejor los productos).</p>
<p>Sato-Namedo-Buena-Natural</p>	<p>sato-namedo</p>	<p>sato-namedo</p>	<p>Productos de Biotica natural, difieren y producen todo ellos? esto es interesante. Comunicar. Comunicar a producir ellos las cosas, cuidar comunicación. Estar en la Gráfica (tapa)? Cual es su problemática? Recuerdo marca pero por momentos se confunde porque hay productos de otro marca.</p>	<p>Los productos son interesantes, se relacionan con las astrología, creció mucho en pandemia. Modelo pero real. Hechos y productos naturales para la salud. Ofrecen un kit interesante (ver packaging), enfatizar la idea de materia sustentable. No mezclar con otra marca de productos que comercializan en sus redes. Trabaja en la identidad. Trabaja en una línea y comunicar mejor concepto, etc. Muy buena disposición para escuchar e interactuar.</p>
<p>www.instagram.com/valentinacortina</p>	<p>Caro valentina</p>	<p>@valentinacortina</p>	<p>Verdad de frente a público. Calidad parece que si. Cual es su problemática? como mantener en pandemia? imagen y fotografía buen. Claro marca y idea presento. Ver mucho contenido con valentina</p>	<p>Intenta ampliar las tipologías de productos, hacer visuales de uso más cotidiano pero no puede despegarse de su marca de vestidos de fiesta. Trabaja con concepto de producto y línea. Se le propuso ampliar a nuevas tipologías (trajes) (pantalones, trajes, poleras). Claramente en general precios únicos, me parece que no está conversado de cambiar y hay que colaborar en encontrar un camino. Catania. Sus compañeros le proponen que trabaje una línea más joven.</p>
<p>https://www.instagram.com/valentinacortina</p>	<p>valentinacortina</p>	<p>valentinacortina</p>	<p>Propuesta coherente en cuanto a productos. Es interesante? debe comunicar. Producen ellos? Las imágenes continúan un poco, un poco claro e incluso productos (a veces mejor las fotografías, mejor la técnica de trabajo. La importancia para historia o más, mejor procesos. Cuando se habla de sustentabilidad del cliente momento materiales, procesos, saber todo en este tipo de produ. Cual es su problemática. Ver marca y producto. Comunicación</p>	<p>Todos estampados con ecoprint. Calidad normal, pueden mejorar, interesante trabajo de tejido. Buscar líneas de productos o tipologías (trabaja con productos únicos, uso de el ecoprint, poca tener 4 o 5 tipologías de tejidos y luego personalizarlos con el estampado). Es interesante pero está un poco desordenado. Redes desordenadas, la marca no se relaciona con lo que muestra. Hay que trabajar en identidad de producto, tener un catálogo, comercialización e identidad de marca.</p>
<p>Instagram Fan page en facebook whatsapp business</p>	<p>Nannaco crochet</p>	<p>Nannaco crochets</p>	<p>Interesante mezcla de técnicas y tipología de productos, hay mucha variedad. Sigue entre líneas de prendas, cremas, muestrarios de otro marca. Ver imágenes. Calidad de las prendas (ver en detalle). Buen enfoque en la hecho a mano, pero únicos, el material es natural? sustentable? o no... No queda claro en todo cómo comercializa, hay que mejorar? siempre único pero tiene un stock? comunicación para venta</p>	<p>Asistió a la primer feria, tiene productos tejidos en crochet, buena calidad pero no responden a una marca e a una línea de productos. No se reconoce como perteneciente a una marca. Mezcla telas, a veces usa telas naturales otras acrílicas, no hay trabajo con gamas de colores. Buena mano de obra y calidad de terminación. Telas y telos deben ser mixtas. Necesita repensar el proyecto si su interés es crecer. Se le sugirió trabajar con líneas de productos, trabajar con gamas de colores combinadas. Mostrar las prendas puestas en personas y no sobre telas para que se vean mejor. Tame logotipo, pero no encuentro relación conceptual entre imagen producto logo. No hay concepto (economía social)</p>
<p>Marketplace</p>	<p>Marketplace</p>	<p>Marketplace</p>	<p>Productos artesanal hechos, cuáles son las características que lo hacen diferente? Entender las ideas? una distinción propia de diseñador de la zona? ¿a tipología es común. Es no como tener elementos diferenciados. Cuidado con la comunicación externa. La fotografía no muestra el producto, son muchos productos, no puede ver detalle a elegir. Como explicar? tener en cuenta que en imagen y como</p>	<p>No estálo presencial. Tendrá memoria virtual marca 17:8. Memoria virtual marca 17 de agosto participó activamente. Tiene el emprendimiento en crisis, está buscando mercado externo, no quiere utilizar redes estampado comerciales, intenta buscar organización en sus telas. Probo con algodón. Se le sugirió que aproveche la capacitación para profundizar esta búsqueda y obtener productos e ilustraciones o texturas nuevas que le permitan reafirmar su marca y su foto.</p>
<p>Trifolium clothing</p>	<p>@trifoliumclothing</p>	<p>@trifoliumclothing</p>	<p>Indicaciones originales, ilustraciones. Ver calidad (confiar detalles) Por otro lado sugerir ideas para las líneas (ver tradicionales (telas, etc). Cual es la problemática? quieren vender a un público masivo? que es su cliente principal? que quieren que sea su cliente? comunicación buen.</p>	<p>La marca tiene identidad, no local sino aspira a un público más amplio. Ambos género y con ilustraciones originales. Buena materia prima, telas, pero de buena calidad. cose en tela (NO NY MUCHOS TALLERES EN LA ZONA) algunos detalles de terminación para ver y revisar. Ver packaging (tiene pero no se si es acorde), quiere crecer, seguir incorporando productos básicos y enfatizar en las estampas que es lo más económico para modificar. Propuso comprar telas en cantidad. Problema, tener que subir el precio cada 15 días.</p>
<p>Ashbani</p>	<p>ashbani_helios</p>	<p>ashbani_helios</p>	<p>El producto puede ser interesante. Debo verificar calidad y línea de producto, trabajar con telas y tener características, mejorar fuertemente la imagen, como se muestran las prendas. Que oportunidades? cual es la necesidad o la demanda de la marca? Cual es el público al que apete como marca? Proponer una marca coherente con el producto. Imagen de marca en relación al público objetivo y al producto.</p>	<p>No estálo presencial. Tendrá memoria virtual marca 17:8. Realizó memoria virtual. Tiene buena calidad de producto, buenas materias primas y vive lo que produce, necesita empezar a tener un plan de producción y crecer. Tiene ideas cuestionales técnicas, de diseño y está buscando el camino de cómo mostrar. Probo con mangas, fondos naturales (CIEL O), DEBE PROFUNDIZAR EN LA IMAGEN DE LOS PRODUCTOS Y COMO LOS MUESTRA. Tiene gran variedad de productos. Trabaja mucho a medida.</p>
<p>diplix tail</p>	<p>@diplixtail</p>	<p>@diplixtail</p>	<p>Señ producción hacen pero con interesantes ilustraciones (tal vez falta el sentido del producto). Verificar la calidad (costura, material) sólido. Trabaja bien redes, buena marca. Habría que saber cual es su problemática o si tiene intenciones de crecer, ver que línea de productos pueden incorporar.</p>	<p>Buena calidad de productos, 11 años en el mercado. Ilustraciones propias que aplican en sedas, gases, etc. sublimados. Productos, pañuelos grandes, medianos y pequeños, también batas. Tienen packaging (quitar) marca del nombre me suena pero para estar personalizado. Si 5 cosas. Trabajan en equipo, el producto actual es la impresión. Se sugirió trabajar con ilustraciones y trabajar conceptos de creación o capas. Comunicar en redes y en local (proje donde venden otras marcas (enfocar un al local concepto de diseño local)? Buena calidad de confección. Trabajan haciendo el proceso de estampado y confección, trabajan con talleres en domicilio. Tiene la cadena acortada.</p>
<p>https://www.instagram.com/valentinacortina</p>	<p>valentinacortina</p>	<p>valentinacortina</p>	<p>Variedad de productos, variedad, complementos, buenas. Hay es un personaje en parte de producción. Como marca, todo bien, ella es parte muy importante de la imagen. Ver calidad de los productos.</p>	<p>11 años en el mercado, ella forma parte del emprendimiento como imagen, tiene un público que la sigue. La calidad del producto es buena (tipología). Los vestidos los realiza como gases únicos y costura del mercado. Ver costuras, mejor terminaciones. Se le sugirió ver estos detalles, ver tema tela, corporar a proveedores de mejor calidad, o cambiar telas propias, utilizar mucho gases. Es muy fuerte la imagen en redes, escribe en cada posteo. Debe sustentar sus ideas (materia) y jugar con productos más originales.</p>
<p>https://www.instagram.com/valentinacortina</p>	<p>valentinacortina</p>	<p>valentinacortina</p>	<p>Muy buen producto, mantenido bien, hacer calidad en la producción artesanal, sustentable, tener variedad. Se centralo pero no está expresado en imagen. Cual es su problemática? es público objetivo? todos los materiales son naturales. Las imágenes continúan pero de vez en cuando mostrar mejores detalles, mejorar el proceso o parte del proceso. Ofrecer servicios (telas, como los comercial?)</p>	<p>No estálo presencial. Tendrá memoria virtual marca 17:8. La costura de tela 4 años Santa Fe. Creó mucho en este tiempo. Tiene muy sólido el proceso de producción y cómo el sistema. Ofrece productos y servicios (telas presentables y virtuales) termina comunicación, fotografía y manejo de redes. Trabaja con videos. Coherente discurso con imagen y con producto y servicio. Se sugirió seguir este camino y fortalecer el producto. Ver etiquetas que diga quien lo hizo, con que tela, etc., trazabilidad del producto.</p>

Muy buen producto. Muy buena producción y calidad. Buenas fotografías. Bien mostrado. Necesita delegar líneas, toda la producción la realiza ella y no puede crecer (por ejemplo ofrecer vajilla para restaurantes, etc). Es muy detallista. Muy buen producto. Trabajar en identidad (diseño de autor?). Marca packaging. Difícil comercializar y enviar por retinas (por eso packaging). Muy buena calidad. Debe crecer, tiene mucho potencial.

Gran problema. No comercializa excepto en casos raros. Vive de la docencia, pero ahora necesita hacer crecer su emprendimiento. Es muy comercializable. Tiene socios estratégicos (carbaneros) que le consiguen el cartón que él necesita y les paga muy bien (al lado de lo que gana vendiendo cartón por kilo). Producto interesante, su proceso productivo es artesanal, lleva mucho tiempo, pero el material es económico y permite variedad. Por un lado autos tradicionales argentines coleccionables, por otro pequeños muebles y accesorios para gatos. Definir líneas de productos y desarrollarlas. (se le sugirió trabajar con el concepto de colección en los vehículos, se le sugirieron detalles de diseño en la lampara que lleva). El nombre es confuso, var redes y ajustar imágenes. Muy buena predisposición y participación. Ver manejo de redes y fotos.

Emprendimiento que nace en pandemia, dejó de hacer ropa para hacer mantitas y almohadones. Muy buena disposición, asisto a todas las reuniones, toma nota, escucha atentamente. Quiere progresar y lo demuestra. Los productos tienen inconsistencias. Son prolijos, ofrece variedad de texturas y tamaños, no relación (yo) el bote de crochet con los textiles, le sugiero que pruebe con textiles más nobles. También realiza algunos tejidos naturales. Sugiero enfatizar ese detalle, probar en todo el mantel. Tiene etiquetas (mejor diseño) pero enfatiza el concepto de producto. Tiene que fortalecer el concepto de marca, la identidad de la misma en relación al producto. Los almohadones tienen otra estética pero es lo que más vende en este momento.

No asistió presencial. Tiene mentoría virtual martes 17/8.

Vitrofusion de buena calidad. Además de realizar productos como adornos y vajilla (dentro de la vitrofusion lo que llevan estaba muy prolijo y bien presentado) están pensando en lanzar una línea de productos para arquitectura (baldas para baños, guardas para baños y cocinas). Se sugirió enfocarse en esa idea, donde pueden ganar más con productos exclusivos y salir de la pequeña escala. Redes e imagen normal, puede mejorar.

No asistió presencial. Tendrá mentoría virtual martes 17/8. Se sumo afinar. Mostró sus prendas. Las prendas tienen un valor interesante, terciotas, confecciona, utiliza los recortes y tiene productos que son interesantes. No hay relación entre los productos y el logo (parece de otro rubro, mucho más rígido). Sugiero trabajar fortaleciendo el discurso de la ropa, trabajo con retazos. Etc. Trabajar imagen con Javier. Sugiero enfatizar alguna línea de productos (el de recortes por ejemplo).

Lencería a medida. También está experimentando topologías para embarazadas, postparto, etc. Interesada y atenta participando. La calidad puede mejorar pero tiene bastante claro adonde apunta, sabe mostrar en redes, aunque debe mejorar todo un poco. Mejorar calidad de costura. Cosa ella. También trabaja a medida y tiene talleres genéricos para público en general. Ver packaging. Tiene idea clara de lo que quiere pero necesita apoyo. Lleva adelante todo el proceso sola.

No tiene identidad de producto, si identidad de ilustración o técnica (resina pulida sobre MDF u otros). Trabaja con ilustraciones comerciales de internet, logos de clubes e ilustraciones personales. Sus productos son básicos también de la web (apoye celular, soporte para notebook, destapador de cervezas para bares). Se propuso que trabaje en ilustraciones propias, que desarrolle una línea de productos bajo la marca y que ofrezca "servicio de logotipos para empresas". Hace lo que se vende. Hay que trabajar con la identidad y con el producto sobre todo. Como encontrar productos nuevos o explotar los destapadores y una línea coherente (línea cocina, línea escritorio) y ofrecer distintos modelos.

No asistió presencial. Tendrá mentoría virtual martes 17/8. Es un hobby que ayuda en la economía. Persona jubilada hábil que empezó a comercializar lo que teje a conocidos. Ahora tiene Instagram y cuenta de correo argentino para enviar. Sugiero mostrar mejor, tiene problemas con las fotografías. Una chica del grupo se ofreció a colaborar vía redes. Es importante para ella (economía social y distracción). Consigue el material sin problemas y teje stock y vende lo que tiene, no trabaja a pedido.

Es un producto artesanal. La comunicación de lo que hace no es fuerte. Se pierde la calidad del producto en las imágenes y en la confusión del contenido. Tiene intención de trabajar con una línea de productos comercial? o prefiere trabajar con productos únicos? Muy interesantes los productos únicos que realiza, debe manejar esos productos en redes distintas o enfatizar la comunicación?. Pasión por el oficio. Trabaja artesanalmente la mayoría de manera muy interesante (ver instrumentos musicales). Se le sugirió mostrar esto con más énfasis, filmar videos donde se pueda escuchar cómo suena el instrumento. No utiliza packaging. Pero si necesita imagen y fotografías.

No asistió presencial. Tendrá mentoría virtual martes 17/8. Ofrece servicios de diseño y productos (en general sublima cerámica u otras cosas y diseña identidades, souvenirs, material para cumpleaños, bautismos, comuniones, etc). Buena y diseñó, buena calidad. Imagen interesante, muy real, identidad propia, muy emprendedora. Interesante propuesta bajo diseño de cartas para un juego con animales de la región. Muchas [gracias](#), ofrece a colaborar con dos acompañantes de grupo. Por otro lado se le sugirió

ANEXO IV: MORIANA ABRAHAM









20

²⁰ Productos de los emprendimientos “Vitrofundición Ru” y “Diseño Cartonero”





21



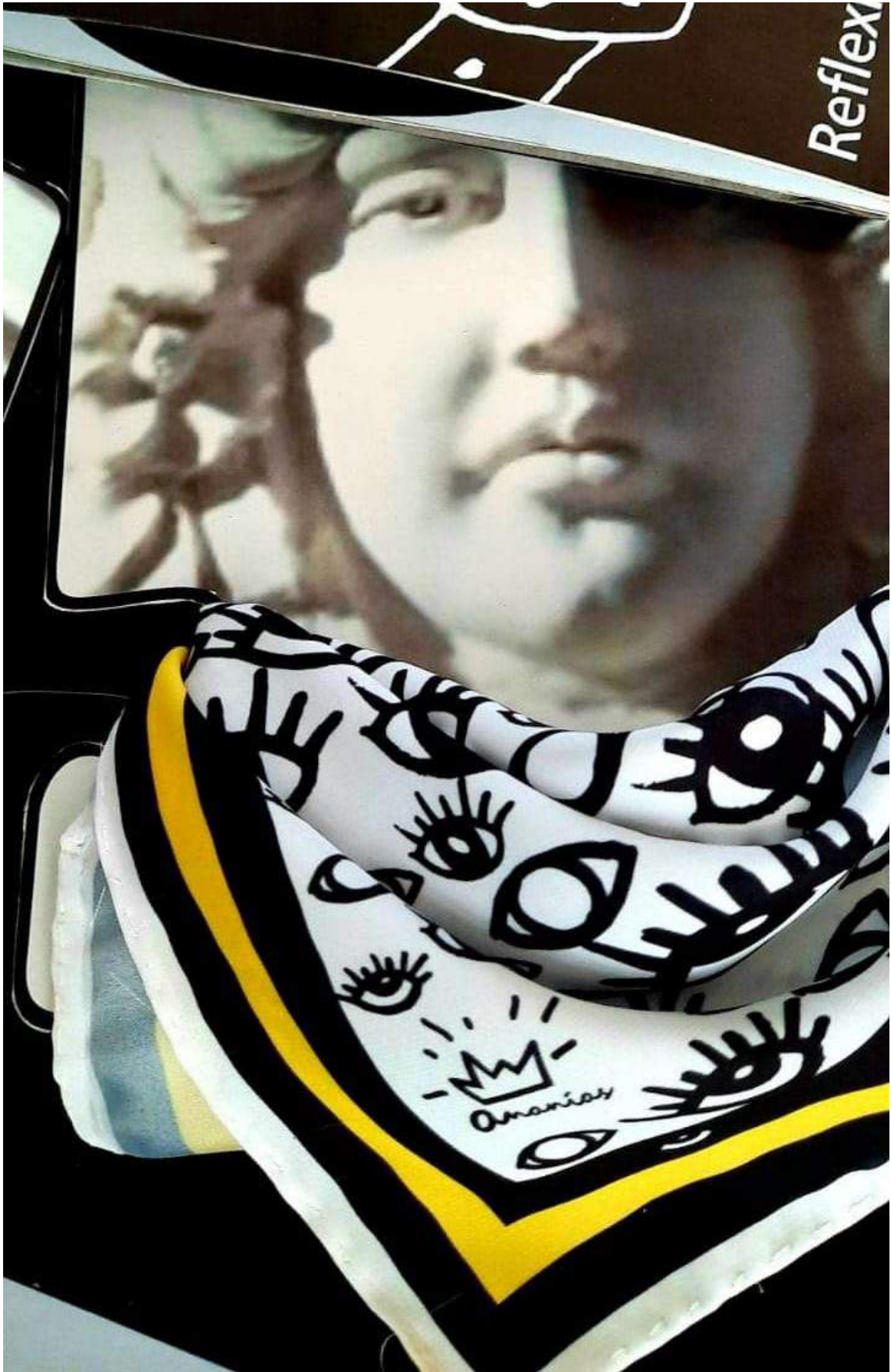


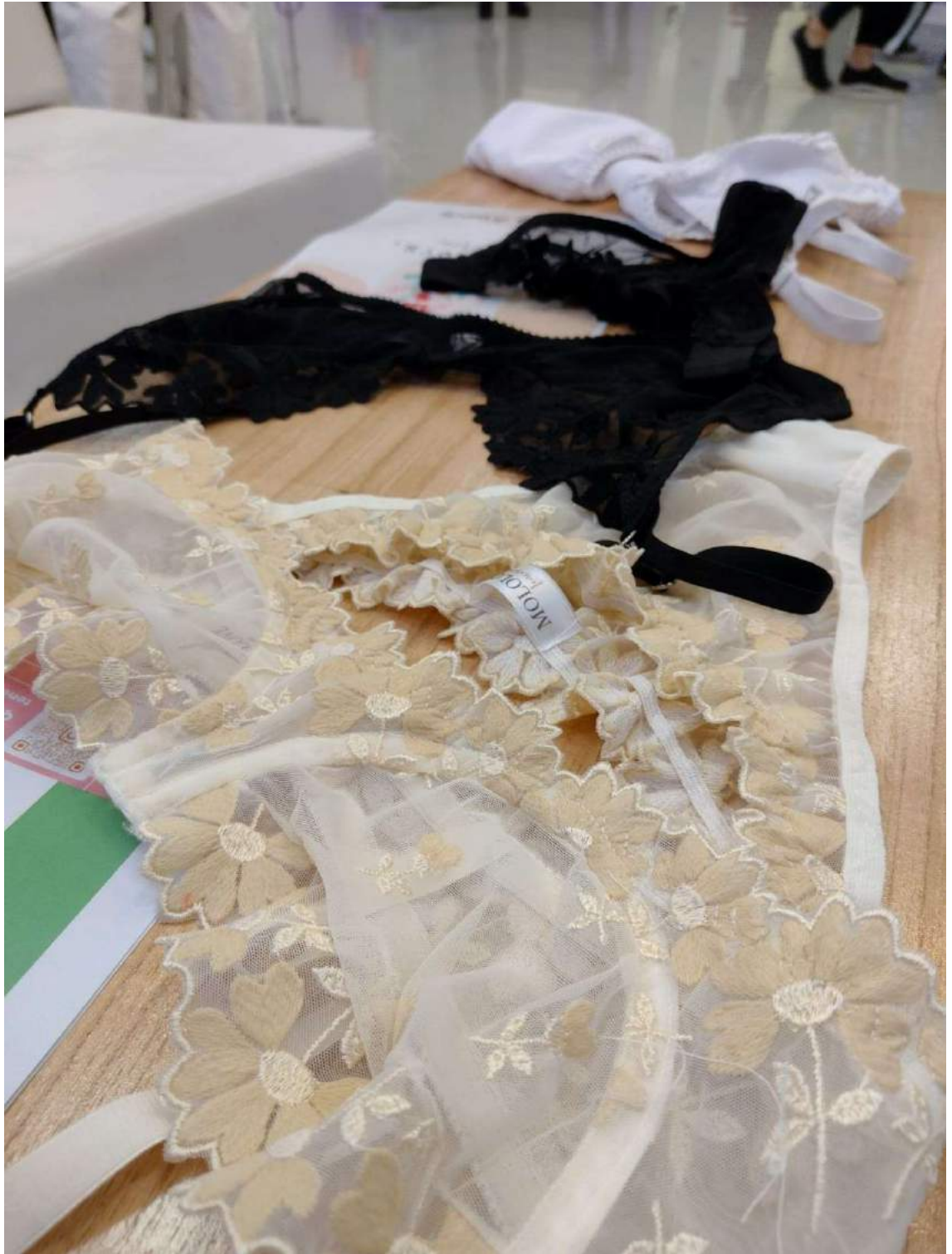




23

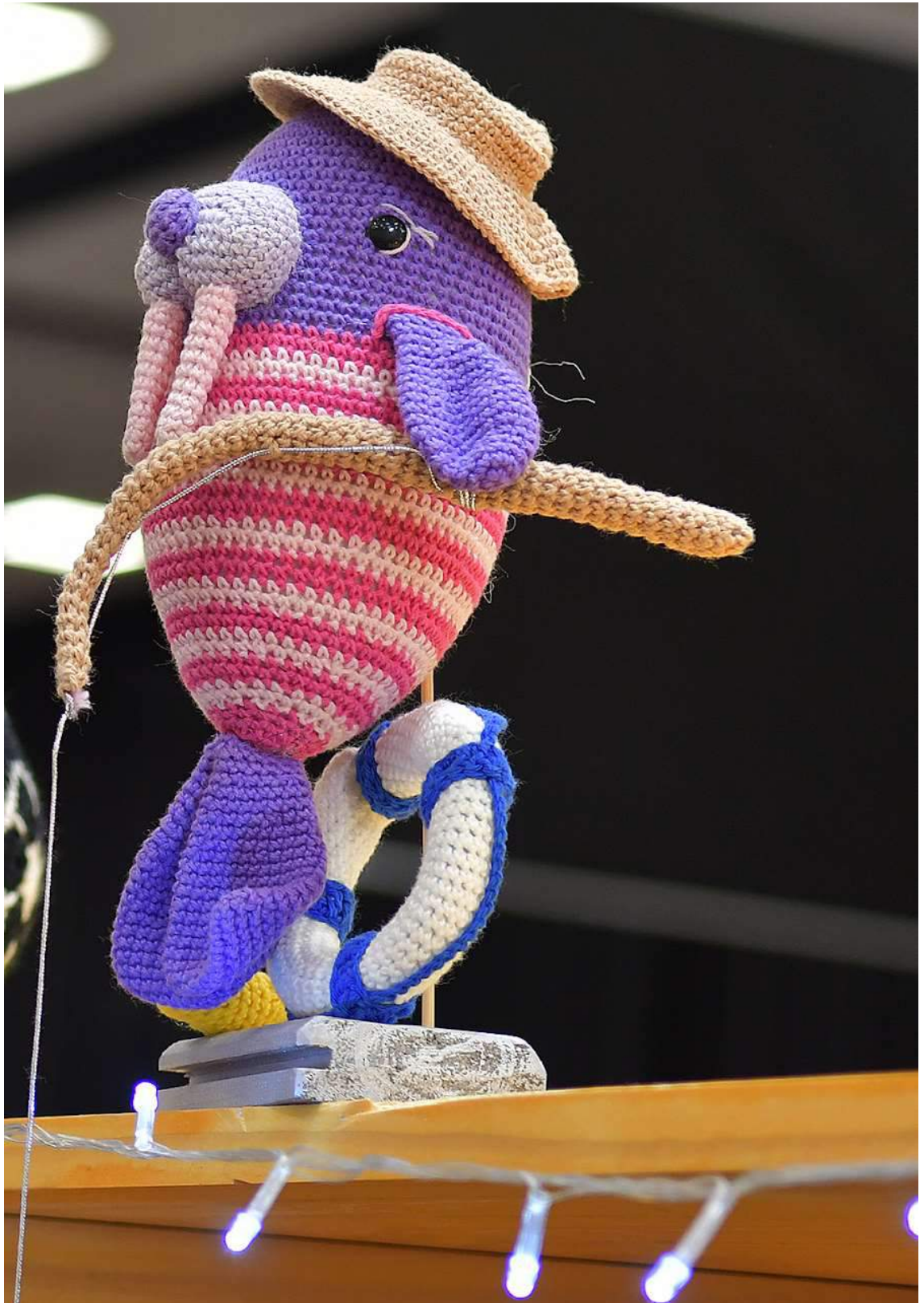
²³ Productos de "Del Taller de Lola" y "Natalia Cerámica"





²⁴ Productos de "Ananías" y "Mololove"





25

²⁵ Productos de "Hilaria" y "Del Taller de Lola"

Tabla nº 8 Encuesta del Primer Encuentro Presencial



The image shows a Google Sheets spreadsheet containing survey responses. The spreadsheet has columns for question numbers and various response categories. Some rows are highlighted in yellow and green. The spreadsheet is titled "Encuesta primer tutoria (respuestas)" and includes a toolbar with various editing and formatting tools. The data is organized into columns, with some cells containing text responses and others containing numerical values.

ANEXO V: JAVIER BULGARELLI





27

²⁷ Producto de "Tierra de Tejedoras"



28

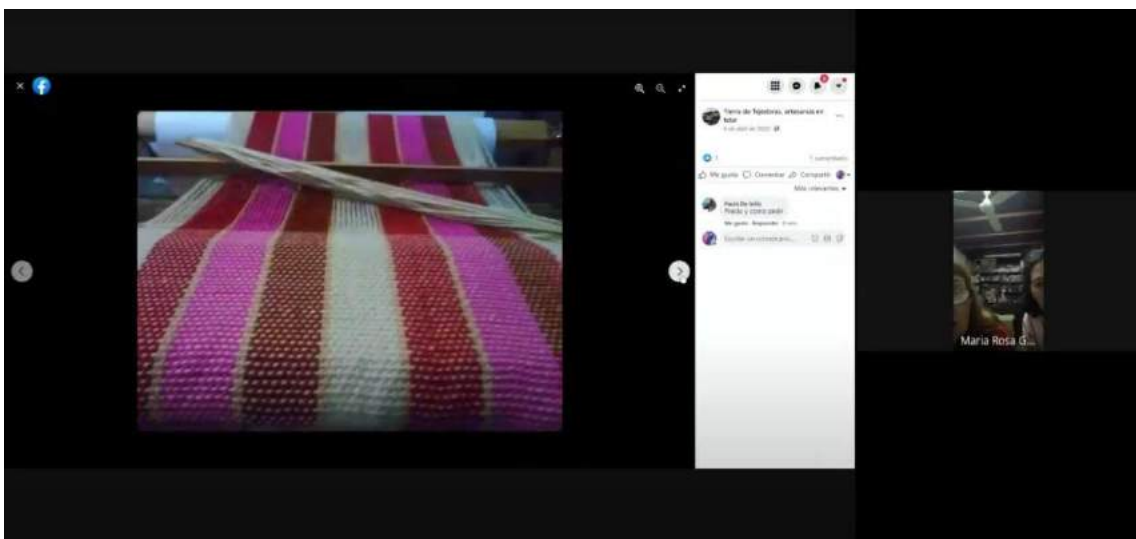
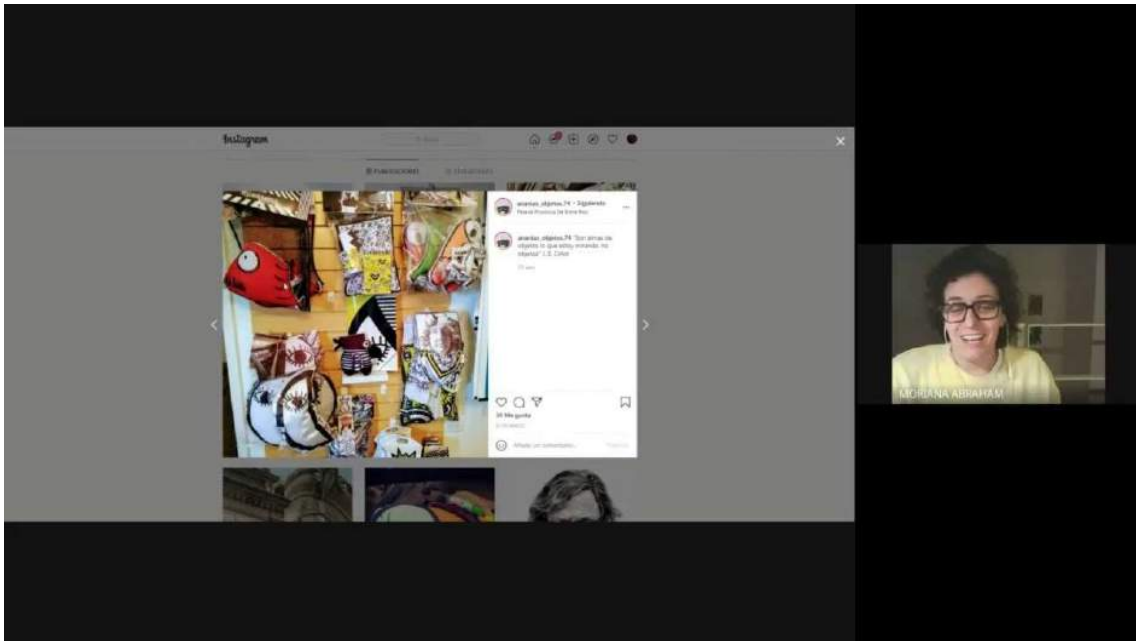
28 Producto de "Duplo Textil"



29

29 Producto de "Bax Diseño"

ANEXO VI: CLASE ONLINE 17/8 MORIANA ABRAHAM



ANEXO VII:

VIDEOS YOUTUBE PRESENTACIÓN



**Programa de Tutorías para Diseñadores:
Moriana Abraham**

74 vistas · hace 2 semanas ↻



8



0



Compartir



Descargar



Guardar

30

³⁰ Link Youtube charla Moriana Abraham: https://youtu.be/74nEPeOG_tU



Programa de Tutorías para Diseñadores: Javier Bulgarelli

15 vistas · hace 2 días ↻



0



0



Compartir



Descargar



Guardar

31

³¹ Link Youtube charla Javier Bulgarelli: <https://youtu.be/zPz86Yd3j8M>



Programa de Tutorías para Diseñadores: Germán Lang

24 vistas · hace 1 mes ↻



3



0



Compartir



Descargar



Guardar



32

³² Link Youtube Germán Lang: <https://youtu.be/om5yTasiZ4k>



Programa de Tutorías para Diseñadores: Gastón Abalos



22 vistas · hace 1 mes ↻



1



0



Compartir



Descargar



Guardar



Feria Del Centro
77 suscriptores

SUSCRIBIRSE

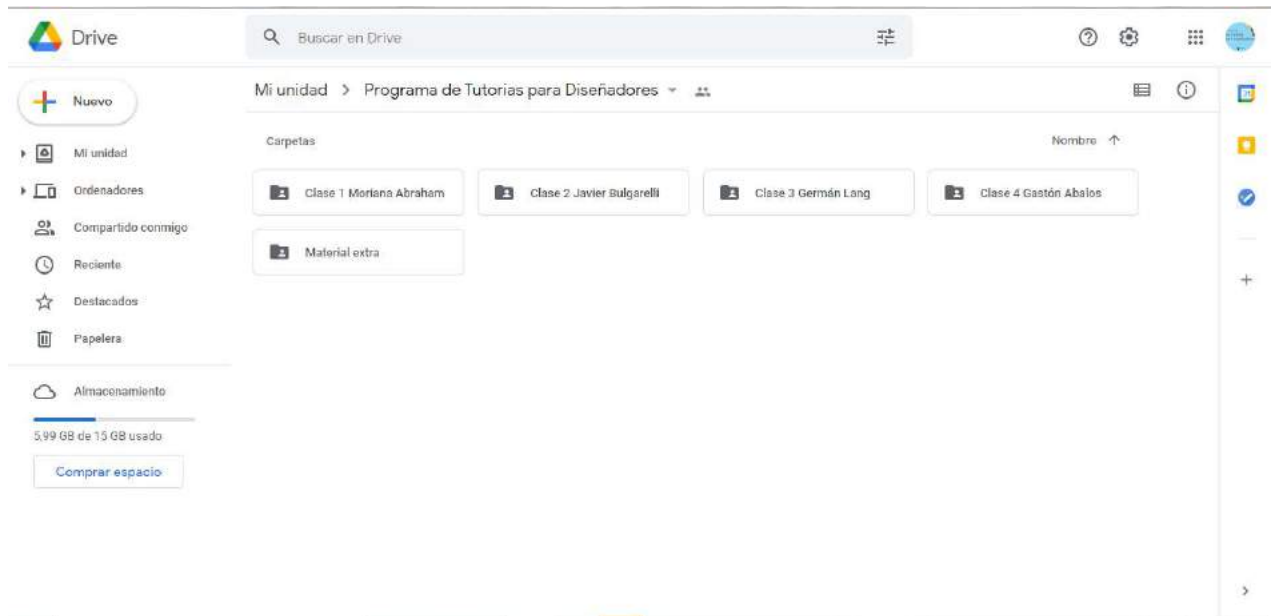


33

³³ Link Youtube charla Gastón Abalos: <https://youtu.be/WTMq9OqJ4Lk>

ANEXO VII:

DRIVE CON ARCHIVOS



34

³⁴ <https://drive.google.com/drive/folders/11KdB2XCtVBS8zEMTb5dkqGOz5Cnj6xvw?usp=sharing>

ANEXO VIII:
CLÍNICAS ONLINE

Javier - Barrio Estudio está presentando

¿cómo quiero que se vea mi marca? ¿cuál es el público objetivo? ¿la moda y/o las tendencias me favorecen?

Estrategia(?)
(proyecto de marca)

¿dónde se va a ver? ¿qué quiero mostrar?
¿dónde se va a reproducir? ¿cómo lo quiero mostrar? ¿hay claridad?

Clinica Online Javier Bulgarelli

Participants: Javier - Barrio Estu..., fernanda ecebal, Turi Rastaman, Maria Eugenia Lomb..., Programa Tutorías..., Javier - Barrio Estudio, Julia Suarez, Patricia Rifuto, Tú

Javier - Barrio Estudio está presentando

Evolución función policial Identificar procedencia Identificar al productor

arqueología

Sistema de reconocimiento
Código Formal, Material y Marcario

Clinica Online Javier Bulgarelli

Participants: Javier - Barrio Estu..., fernanda ecebal, Turi Rastaman, Maria Eugenia Lom..., Programa Tutorías..., Patricia Rifuto, Javier - Barrio Estudio, Tú

Javier - Barrio Estudio está presentando

Evolución de lo singular a lo homogéneo

Google *airbnb* Spotify *Pinterest*

Google *airbnb* Spotify *Pinterest*

15:38 | Clínica Online Javier Bulgarelli

Participants: Javier - Barrio..., fernanda acebal, Turi Rastaman, María Eugenia..., Programa Tu..., Patricia Rifuto, Javier - Barrio..., Julia Suarez, Tú

Javier - Barrio Estudio está presentando

Evolución **conclusión**

La función de las **marcas** en la actualidad no se separa en principio de su función originaria: **la acción y el efecto de marcar.**

Mas allá de las modas, tendencias, los contextos históricos y las significaciones y re-significaciones, las marcas responden a una **estrategia.**

Clínica Online Javier Bulgarelli

Participants: Javier - Barrio Estudio, fernanda acebal, Turi Rastaman, María Eugenia Lom..., Programa Tutorías ..., Patricia Rifuto, Javier - Barrio Estudio, Julia Suarez, Tú

ANEXO IX:

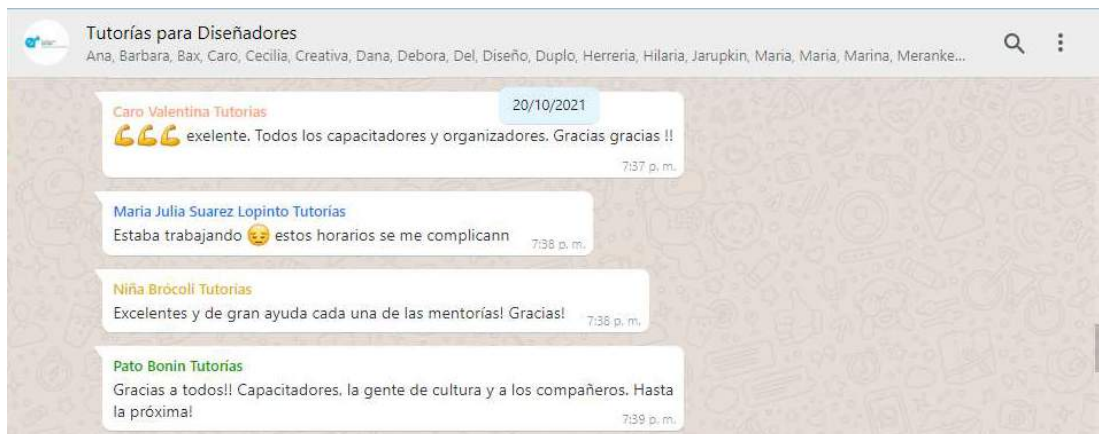
Difusión del Programa de Tutorías en los medios





ANEXO X:

“Comentarios sobre el Programa de Tutorías”



Tutorías para Diseñadores
 Ana, Barbara, Bax, Caro, Cecilia, Creativa, Dana, Debora, Del, Diseño, Duplo, Herreria, Hilaria, Jarupkin, Maria, Mariá, Marina, Meranke...

Dana celular Tutorías 20/10/2021
 Gracias por todo muchos éxitos y por más crecimiento 7:56 p. m.

Diseño Cartonero Tutorías
 Buenas noches. Yo tampoco pude asistir, estaba trabajando. Luego veré la clase grabada. Muchas gracias por todo 8:05 p. m.

Hilaria Tutorías
 Yo agradezco mucho a los organizadores y a los capacitadores. Fue un placer escucharlos, mucho aprendizaje, mucho para aprender y corregir. Gracias!!! Quisiera seguir viendolos!! 🙌🙌 8:11 p. m.

Maria Del carmen Tutorías
 Muchas gracias a todos es la primera vez que hago una capacitación. 8:12 p. m.

Mis condolencias para la familia 🙏 8:13 p. m.

Herreria rulox Tutorías
 Yo también me la perdí 😞! Muchas gracias a los promotores de las tutorías, mucha data super importante para progresar en nuestros emprendimiento!! Super agradecido!! 🙌🙌🙌 8:39 p. m.

Dana celular Tutorías
 Gracias por todo muchos éxitos y por más crecimiento 7:56 p. m.

Ana Muzo Tutorías
 Gracias por tanto amor y conocimiento! ❤️ 8:48 p. m.

Herreria rulox Tutorías
 Desde Rulox queremos agradecer la Zarpada organización, el apoyo y compromiso en todo momento del sector de cultura y en especial a Industrias culturales. Un orgullo de participar de alta feria!! 🙌🙌🙌 10:16 a. m.

Tati Asensio
 Resueno con tus comentarios , orgullo total de ser parte , hermoso saber de Entre Ríos y su potencial cultural creativo 10:21 a. m.

Me sumo a caro y los chicos el comentario realizado .. quiero agradecer ser parte de esta convocatoria, y felicitar a los organizadores desde la puesta en escena hasta los más mínimos detalles y calidad humana sobre todo las cosas .. felicitaciones y como dijo caro ojalá las dos provincias , puedan imitar ... gracias infinitas a todos los q son. Parte y a los compañeros de esta bella feria , por cierto muy solidarios y compañeros . 🙌🙌❤️ Sandra de Sanartartedeco 🇨🇺 11:01 a. m.

Natalia Fernandez Tutorías
 Sumo mi reconocimiento y gratitud. También a la calidez y amabilidad. Hermoso trabajo! 11:02 a. m.

Bax Diseño Tutorías

Muy buenos días! me sumo a los comentarios anteriores, es mi primera participación y el nivel de organización y detalle es increíble, sumado a la calidad de todos los emprendimientos y ha la buena difusión, se creo un espacio de excelente nivel.

11:10 a. m.

Patricia S Vitrofusion Tutorías

excelente organización, y orgullosa de que se realice en Paraná, solo palabras de agradecimiento para todos lo que hicieron esto posible una ves ma, gracias, gracias, gracias 🍌🍌🍌

11:12 a. m.

Pablo Duplo Textil Tutorías

Realmente excelente todo el trabajo que han realizado los organizadores y realizadores de este evento, Estamos súper agradecidos y orgullosos de ser parte de este evento, como así también de las tutorías. Muy bueno el nivel de producción y calidez humana de todos los diseñados productores.

11:38 a. m.

Pato Bonin Tutorías

Está todo dicho ya.... pero adhiero a todo...el lugar, la calidad de los emprendimientos, la organización, atención y calidad humana. Un lujo realmente!!! Buena convocatoria, excelente difusión, el patio increíble...todo todo de lujo. Me sentí muy mimada 🥰

11:47 a. m.

Debora Grand Tutorías

Es la primera vez que participo y la verdad es imponente. Muy agradecidas tambien

11:52 a. m.

Diseño Cartonero Tutorías

Buenos días. Impecable la organización y la calidad con la que se encaró el evento.

12:00 p. m.

Desde ya, muy agradecido

12:00 p. m.