

PROVINCIA DE CHUBUT
CFI – CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
INFORME FINAL
REGISTRO DE MARCA CHUBUT AL MUNDO
EX-2022-00068151- -CFI-GES#DCS
07/02/2023

AUTOR: LEANDRO SARACHU

INDICE

Introducción.....	3
A. Recopilación de datos.....	4
B. Diseño de Identidad de marca.....	4
C. ® Registro de marca.....	6
D. Diseño de manual de marca + Merchandising.....	7
E. Banners físicos.....	8
F. Banners web.....	8
G. Spot Audiovisual	9

INTRODUCCIÓN

Registro de marca “Chubut al Mundo”

1. Fundamentación

En el marco de la iniciativa de la puesta en marcha de La Agencia de Inversiones, Desarrollo y Promoción de las Exportaciones de la provincia del Chubut y habiendo realizado el lanzamiento de la plataforma de Oferta Exportable de la provincia, se considera necesario el desarrollo y registro de marca “Chubut al Mundo” como fortalecimiento de la promoción de las exportaciones.

2. Finalidad

El proyecto se sustenta en la necesidad de formalizar la representatividad de la marca “Chubut al Mundo” como área de Comercio Exterior dentro de la Agencia y con el fin de potenciar la inclusión, la competitividad y visibilidad de las empresas y productos del Chubut en los mercados internacionales.

3. Objetivo

El objetivo central del proyecto es desarrollar una marca para la Agencia de inversiones, desarrollo y promoción de exportaciones que se registre ante el INPI (Instituto Nacional de Propiedad Industrial) para resguardar y asociar legal y formalmente la identificación de la Agencia dentro de Argentina y poder lograr posteriormente su difusión y posicionamiento tanto a nivel nacional como internacional.

PLAN DE TAREAS REALIZADAS

A. Recopilación de datos:

Se procedió con la recopilación de datos necesarios para comenzar con el diseño de la identidad de Chubut al Mundo. Mantuvimos reuniones presenciales y virtuales con las autoridades provinciales (Subsecretaria de Industria, Directora Gral. de Promoción Comercial, Directora de Comercio Exterior y Directora de Prensa) para establecer los parámetros y lineamientos necesarios para desarrollar el diseño de la identidad gráfica, como ser paleta de colores, ideas, tipografías, referencias, etc. Para facilitar la comunicación y agilizar el proceso se realizó una encuesta (<https://forms.gle/GrSneoeTS4zmvSaD8>) con la cual pudimos establecer un Brief con los parámetros y lineamientos esperados para comenzar el diseño,

Se adjuntan respuestas en el siguiente link:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/195oPqgpExct9feOyGxPILSzzQZDSgPZz/edit?usp=share_link&oid=104569820226643761191&rtpof=true&sd=true

Documento: Brief de Marca_Chubut al mundo.xls

B. Diseño de Identidad de marca

De acuerdo al brief establecido y la asesoría de marca dentro de las reuniones, se comenzó el desarrollo de un nuevo logotipo moderno con la identidad y los valores del proyecto. Se presentaron 9 opciones con sus explicaciones y seguimiento del brief para poder decidir entre una de ellas y realizar las modificaciones que sean necesarias.

De dichas opciones se seleccionaron 2 de ellas, de las cuales se realizaron las modificaciones pertinentes y también se plantearon nuevas opciones cromáticas. Se seleccionó la versión final presentada a continuación con la cual se dio por concluida esta tarea.

OPCIÓN SELECCIONADA | VERSIONES HORIZONTAL Y VERTICAL



Identidad seleccionada + Editables en el siguiente link:

https://drive.google.com/drive/folders/14KiMW0wgkR6CC95Hrd8ZzOeveO5G-x41?usp=share_link

C. ® Registro de marca:

Esta etapa incluye el asesoramiento, búsqueda e investigación previa, de los trámites para realizar el registro y el seguimiento de la marca en INPI (Instituto Nacional de la Propiedad Industrial).

Mediante la profesional de marcas y agente de propiedad industrial: Natalia Mangas (www.mangasip.com), se registró la marca en las siguientes clases: int. 35 y 41, realizado a través de una nota firmada por el Director transfiriendo el registro de la marca "Chubut al mundo" a cargo del Ministerio de Producción de Chubut.

Estas clases mencionadas incluyen, por lo tanto, entre muchos otros servicios, los siguientes de interés:

- Clase int. 35: Servicios de publicidad; Servicios de gestión, organización y administración de negocios comerciales; Servicios de trabajos de oficina; INCLUYENDO, servicios de exportación e importación; Servicios de asesoramiento y consultoría en relación con agencias de importación y exportación; Servicios de promoción y visualización de empresas y productos de terceros; Servicios de representación comercial; Servicios de puesta a disposición de productos y/o servicios varios por cualquier medio de comunicación a fin de que el público consumidor pueda examinarlos libremente para su elección; entre otros.

- Clase int. 41: Servicios de educación; Servicios de formación; Servicios de entretenimiento; Actividades deportivas y culturales; INCLUYENDO los servicios de capacitación, información, talleres en materia de exportaciones e importaciones.

- Factura por Honorarios profesionales y gastos del INPI para el registro de la marca Chubut al Mundo en las clases 35 y 41, y documentación presentada por la profesional en el link: https://drive.google.com/drive/folders/13GP8CokCRUZmeiGYBLBIx0sKkK7BuW3C?usp=share_link

El registro realizado, actualmente se encuentra en seguimiento por la profesional a cargo.

D. Diseño de manual de marca + Merchandising

Una vez finalizada y aprobada la nueva identidad y para su correcta aplicación se procedió a realizar el diseño de un brandbook (manual de marca), en el cual se define la construcción de la imagen de marca, las proporciones, los colores, las tipografías, las distintas versiones y las adaptaciones a los distintos soportes, se marcarán reglas de uso obligado y se velará por su cumplimiento para futuras aplicaciones a utilizarse por otros medios de comunicación, respetando el uso debido para la marca, de esta forma, se mantiene una coherencia en la visualización de todas las comunicaciones que la Agencia realiza: Folletos, papelería, sitio web, etc.

Además, se realizó el diseño del merchandising (*) adaptado para imprenta para la promoción de la nueva marca.

() Comprende merchandising para promoción de marca los siguientes items: Papelería institucional, banners de prensa, banners rollup, fly banner, lapiceras, carpetas, tarjetas, tazas, gorras, remeras, botella térmica, pins, llaveros y pendrive.*

- Manual de marca de Chubut al Mundo en el siguiente link:
https://drive.google.com/file/d/1VG29BY-RomOIDujvtoFHGss1yeP11YrU/view?usp=share_link
- Ejemplos de diseño de Papelería+Merchandising en el siguiente link:
https://drive.google.com/drive/folders/1hQxfNtQoRlxfweoUKkA9WrTBVr3_qejC?usp=share_link
- Archivos editables de Manual de marca en el siguiente link:
https://drive.google.com/drive/folders/1KTwc_2vzwqjz2ENoiZGxMOC_VHGloV7M?usp=share_link
- Archivos editables de Papelería+Merchandising en el siguiente link:
https://drive.google.com/drive/folders/1wh1Hf5-4evXm-kSaTF8HuaPfb637KDa8?usp=share_link

E. Banners físicos

Se realizó el diseño adaptado para imprenta de los siguientes banners:

- 1 banners de prensa
- 2 banners rollup
- 1 fly banner

- Diseño de banners + editables + fotos de los banners impresos en el siguiente link:

https://drive.google.com/drive/folders/1ZKXdpRWE4_5W_INkQfid-hemqvcW8Rs?usp=share_link

F. Banners web

Luego de realizados los diseños previamente mencionados, se realizó el diseño de banners adaptados a distintos formatos para web con la nueva identidad para promocionar la nueva marca en distintos medios.

- Banners webs realizados + Editables en el siguiente link:

https://drive.google.com/drive/folders/1MUX_w8RaQ5i9NGyBxot1xe0dChpK0NwG?usp=share_link

G. Audiovisual

Se realizó la producción y filmación de 2 spot audiovisuales con edición adaptadas a formatos de TV, Youtube y redes sociales, teniendo en cuenta su difusión en estos medios.

Para la misma en una primera instancia se comenzó la producción partiendo desde el guión, a través del cual se creó la locución con 3 variantes de las cuales se seleccionó una, luego de ello se realizaron las filmaciones pertinentes con drone y cámara en mano con viajes en toda la provincia de Chubut, además se recopiló material audiovisual provisto desde el Ministerio de Producción.

Con las filmaciones realizadas y el material recopilado se resolvió realizar un spot institucional de 80 segundos, el cual se dividió en 2 partes de 40 seg aprox. pensados para utilizarse en redes sociales, en formatos más cortos.

Características Técnicas del equipo de filmación utilizado:

- Cámara Sony Alpha 6000 Full HD
 - Cámara Lumix G7
 - Drone DJI Mavic Air 2
 - DJI pocket 2
 - Gimbal Zhiyun Crane Weebill S
 - Lente 16mm Sigma
 - Lente 50mm Yongnuo
 - Lente 16-50mm Sony
 - Iluminación para video profesional
 - Trípodes
- Guión realizado + Videos finales + Editables + Material de edición (videos crudos y locución) en el siguiente link:

https://drive.google.com/drive/folders/1LKWxSgzGlqz5uzN_3o4axstGGzOzfZTv?usp=share_link