



# CONSULTORIO DE DISEÑO

Proyecto Trabajo Social

**Alumna**  
Gimena Melinguer

**Profesoras**  
Ángeles Belauzara  
Carolina Palmieri

LDV | UNRN | 2021

3. Introducción

4. Historia

5. Concept Board

6. Entorno Competitivo

7. Target

8. Insigth - Valores

9. Discriminadores

9. Escencia de Marca

10. Atributos

11. Moodboard

12. Estratégias

13. Plan de Acción

14. Identidad y Piezas

20. Identidad y Piezas

El siguiente informe presentado tiene como finalidad orientar en un **Consultorio de Diseño** a emprendedores que están en una etapa inicial y quieren hacer crecer sus emprendimientos, dando a conocer aún más sus proyectos.

Este mismo será desarrollado con **Somos del Viento**, emprendimiento de la diseñadora Antonela Pasin.

Para la realización de este análisis partimos de **Proyecto de Trabajo Social** de la carrera Licenciatura en Diseño Visual, de la Universidad de Río Negro. Dicha materia está a cargo de las profesoras Ángeles Belauzaran y Carolina Palmieri.

## SOMOS DEL VIENTO

Este emprendimiento surge hace 8 años atrás, Antonela es Diseñadora de Indumentaria . Ella actualmente trabaja en el Centro Creativo Multidiseño, lugar que se consiguió con la ayuda de Cáritas y Ninquihue en el 2018. En el centro cuentan con máquinas industriales y familiares que se utilizan para el desarrollo de emprendimientos tanto para Somos del Viento, como otros emprendimientos que se encuentran trabajando en el mismo lugar.

Con los años Somos del Viento fue consolidándose y con ello vino la realización de nuevos productos. Estos son accesorios hechos a mano para el uso diario de toda la familia. Podemos encontrar productos que son reversibles y multifuncionales como, **bolsos materos, billeteras, neceser, mochilas, organizadores, riñoneras, bolsas para mate, entre otros. Todos realizados en cordura.** Los mismos se realizan por pedido y cuenta con stock de productos.

Por el momento no tiene un local físico pero uno de sus grandes puntos de ventas además de redes sociales, y donde tiene experiencia son las distintas ferias que se realizan en el valle.



El análisis se centró en emprendimientos cuyo trabajo sean la realización de accesorios o “marroquinería” de uso diario.

- El primero es “**Rococó Desing**”, emprendimiento de accesorios hechos a mano en la ciudad de Cipolletti.
- El segundo es “**Crayon de Luz**”, emprendimiento de accesorios de tela que se encuentra en la ciudad de San Martín de los Andés.
- El tercero es “**Kata’s cositas lindas**”, emprendimiento de deco y accesorios textiles en la ciudad de Centenario.
- El cuarto es “**NG Creaciones**”, emprendimiento de regalos y accesorios de tela ubicado en la ciudad de Neuquén.

Si bien se encontraron más emprendimientos similares, rescatamos estos ya que poseen puntos fuertes que nuestro emprendimiento puede implementar.

Lo que pudimos observar es que alguno de estos emprendimientos trabaja su feed en Instagram de manera de rompecabezas, de manera vertical con un patrón y una gama de colores que se repite, pero cada manera de presentar productos, tips, o información necesaria tiene su forma.

Estos emprendimientos interactúan bastante seguido con sus consumidores, haciéndolos parte con simples acciones como por ejemplo, contándoles de su día a día, su proceso de trabajo, formas de utilizar el producto entre otras cosas.

Les enseñan a sus consumidores como comprar, muestran en su página a sus clientes luego de adquirir alguno de sus productos dejando plasmado el alcance que logran con cada uno de sus clientes.

Los productos que ofrece *Somos del viento* son para el uso diario de toda la familia.

•**Economía:** sus productos son realmente muy accesibles, lo puede adquirir la clase media - baja, media, media - alta, alta.

•**Género:** Estos productos son unisex ya que un boti-nero puede transformarse en un mini bolsito que lo puede usar cualquier persona, y así con todos los productos. Ese es el motivo de sus artículos, que sean reutilizables por cualquier miembro de la familia.

•**Edad:** Oscila de los 20 a los 70 años, son personas que desean organizarse o adquirir un producto al que puedan sacarle el mayor provecho en cuanto a las necesidades que surjan en el momento.

Género	Femenino		Masculino		<div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 10px;"> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #4CAF50; margin-right: 5px;"></span> Siempre</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #FF9800; margin-right: 5px;"></span> A veces</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #F44336; margin-right: 5px;"></span> Nunca</div> </div>
Edad	-18	+20	+50	+70	
Economía	Alta		Media	Baja	

Las sensaciones o deseos que buscan cubrir los consumidores de esta marca son:

- Obtener tranquilidad de adquirir un producto que es reutilizable y duradero
- Satisfacer la necesidad del momento utilizando el producto como sea más conveniente
- Sentir comodidad y seguridad de transportar nuestras cosas
- Adquirir productos que son duraderos a largo plazo

Somos del viento posee amplios valores que son claves para destacarse del resto.

- A lo largo de los años a cumplido su trabajo de excelente manera llevando a cabo la realización y entrega de sus pedidos en tiempo y forma.
- Busca la forma de seguir innovando y agregando nuevos productos que sean prácticos y funcionales para cualquier usuario.
- Es atenta con sus consumidores.



## Escencia de Marca

*Somos del viento es reconocida por su excelente calidad y variedad de productos tanto en el Valle como en muchos otros puntos de la provincia.*

*Sus productos son hechos a mano, brindando y reflejando la cálidez e importancia del trabajo artesanal.*

- Trabajo artesanal, hecho a mano
- Productos unisex, para el uso de la familia
- Precios muy accesibles
- Productos cómodos, impermeables , prácticos y reutilizables
- Variedad de productos en diversos tamaños y colores
- Excelente materia prima
- Buena atención hacia sus consumidores

## DIFERENCIALES

- Amplia variedad de productos
- Trabajo realizado en cordura
- Productos unisex
- Trabajo hecho a mano

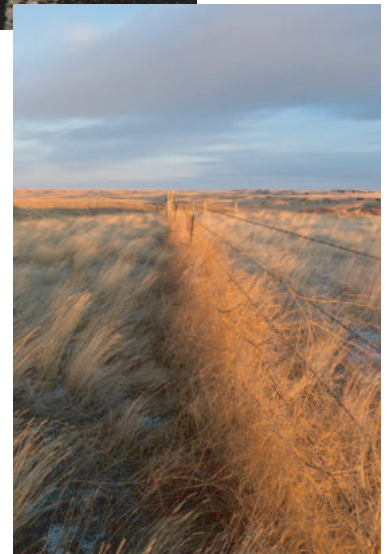
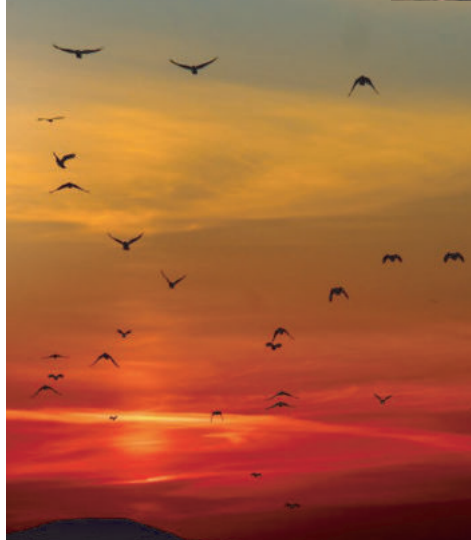
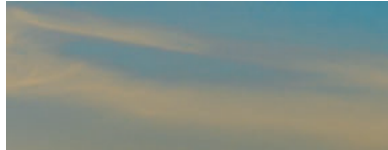
## VALORADOS

- Reutilizable
- Impermeable
- Cómodo
- Práctico

## BÁSICOS

- Familiar
- Atractivo
- Amigable
- Hogareño

# MOODBOARD



La marca *Somos del Viento*, se posiciona como un emprendimiento que pueda cubrir todas las demandas de uso personal/familiar.

Los rasgos funcionales, reutilizables y prácticos hacen que sean beneficiosos para la marca ya que esto hace que sus consumidores tengan una buena experiencia con la utilización de cada producto.

La marca *Somos del Viento*, se diferencia de su competencia ya que como mencionamos antes es unisex, y cuenta con productos reutilizables, cómodos y prácticos.

En cuanto a productos hay una gran variedad de ellos, en colores, tamaños y cada uno de los mismos tiene más de un uso, punto destacable ante la competencia local y regional.

Con la realización de la identidad visual de la marca, sus consumidores podrán conocer a *Somos del Viento* por su valores destacables, generando fidelidad a la misma.

El mejor manejo en redes sociales, podrá ayudarnos a impulsar las ventas, ya que existe la posibilidad de hacer aumentar la producción si logramos un mayor alcance de público.

La estructura de comunicación será clara y concisa, la estética amigable y cálida, funcional para que genere un sentido de pertenencia con sus consumidores.

## Piezas a realizar

### IDENTIDAD MARCARIA

- Isologo, compuesto por texto y un icono que se usan y muestran siempre en conjunto para no perder fuerza y significado.

### IMPRESIÓN

- Tarjetas Personales
- Tags
- Stickers
- Banners para ferias

### DIGITAL

#### Redes sociales

- Instagram: foto de perfil, fotos para historias destacadas, encuestas, mensajes pre-determinados, catálogo de productos
- Facebook: foto de perfil, fotos de portada, mensajes predeterminados, catálogo de productos
- WhatsApp: foto de perfil, mensaje pre-determinado, catálogo de productos

## IDENTIDAD MARCARIA

- *Isologo*, compuesto por texto y un icono que se usan y muestran siempre en conjunto para no perder fuerza y significado.

El texto somos del viento hace alusión a una de las tantas características de nuestra patagonia, el viento sur. Está acompañada de un Colibrí, que según una leyenda latinoamericana, los Dioses le asignaron al Colibrí el trabajo de llevar de allá para acá los buenos deseos y el amor de las personas. Entonces que ave más conveniente para que represente a Somos de Viento, que a través de el, lleva el trabajo artesanal realizado a mano por su diseñadora Antonela, brindandole a sus clientes productos que nos hacen sentir cómodos y con una sensación de adquirir un producto que viene cargado de multiples usos y buenos deseos.

A su vez posee una bajada que nos indica cual es el trabajo de Somos del Viento.

Somos  
del Viento



ACCESORIOS HECHOS A MANO

RETÍCULA



REDUCCIONES



4 cm



5 cm



6 cm

TIPOGRAFÍAS

*Monster Club House*

*ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnño  
pqrstuvwxyz*

*1234567890 - / ! ? \$ € # " % ø*

Lato

ABCDEFGHIJKLMNÑ  
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnño  
pqrstuvwxyz

1234567890 - / ! ? \$ € # " % ø

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnño  
o  
pqrstuvwxyz

1234567890 - / ! ? \$ € # " %

PALETA DE COLORES



ec460e



bf340c



f09f11



c5110d



## IMPRESOS - TARJETA PERSONAL



## IMPRESOS - TAGS



## IMPRESOS - STICKERS



## BANNER ROLL UP



**Somos  
del Viento**

ACCESORIOS HECHOS A MANO

**¡ACCESORIOS QUE  
TE ACOMPAÑAN A  
DONDE VAYAS!**

Riñoneras  
Tabaqueras  
Cartucheras  
Bolsos materos  
Bolsas para mate  
¡Y mucho más!

 2984 324071   [somosdelviento](#)

## DIGITAL - INSTAGRAM

