

comunicá
10 AÑOS





Diseño empresarial y
de comunicación visual



Desarrollo de
identidad corporativa



Diseño
empresarial



Marketing y
posicionamiento



Soporte de
redes sociales



Soporte
de diseño



Papelería
empresarial



Desarrollo de
sitios web

- Identidad corporativa -

Una marca que no fue planificada
no tiene la obligación de ser efectiva



2010

La Fruta Prohibida

Plata / Festival de Ideas Tatakúá
Uno de los mejores dos desarrollos de
identidad del año 2010 en Paraguay.

	5días	TECHNOMA		A + B		
vanzago						
	WALTON					TERRV
						
	Diseño Columbia					GENOMA
asunción suma	CELEBRATION 2011					
Fotogenia	Karukon	WE/LGROUP				Bumbai
						

Identidad corporativa



Problema

Usted siente que su producto o servicio es muy bueno, pero su calidad no se evidencia en su imagen.

Su marca, sus anuncios, y sus materiales de comunicación no parecen de un producto o servicio de calidad.

Hace tiempo que su producto se encuentra en los mejores puntos de ventas, sin embargo la gente aún no lo reconoce y no lo recuerda.

Ya ha realizado inversiones para mejorar su imagen, su marca y sus materiales de comunicación y aún no ha obtenido el retorno que esperaba.



Desafío

Lograr una marca y una comunicación que evidencie la calidad de su producto y servicio para estrechar la brecha que existe entre lo que su comunicación ofrece hoy y lo que su producto o servicio le brinda al consumidor.



Solución

La clave de la fidelidad del consumidor se encuentra en satisfacer –a través de su producto o servicio– las promesas y expectativas contenidas en su comunicación.



- Diseño empresarial -

Si su idea no se vende sola,
la claridad y la calidad de su proyecto
debería ser lo más relevante de su negocio.

Entrenando la mente

Artículo Diferencias entre un jugador sin entrenamiento mental y otro que sí la tiene

ESCUELA
DE
GOLF

GOLF

gan
br

Diseño empresarial



Problema

Usted está iniciando su emprendimiento, pero hay muchas cosas que aún no sabe cómo definir o hacerlas. Definir el modelo de negocio más conveniente para su proyecto, optimizar sus recursos humanos, materiales y económicos, conceptualizar claramente los servicios que brinda, determinar cómo introducir su emprendimiento al mercado, confeccionar una estrategia comercial, y por sobre todo, aún no sabe cómo medir la eficiencia y el retorno que le generan sus esfuerzos e inversiones.



Desafío

Lograr enmarcar su emprendimiento en un proyecto claro que cristalice y evidencie un modelo de negocios solvente, una estrategia de optimización de recursos basado en su modelo de negocios y el diseño eficiente de sus servicios. Confeccionar un plan de marketing basado en una estrategia comercial que pueda medirse y escalarse con el tiempo.



Solución

La clave del éxito comercial de su emprendimiento se encuentra en potenciar sus fortalezas trabajando sobre sus debilidades y aprovechando las oportunidades.



Conceptualización



Estructura orgánica



Modelo de negocios



Diseño de servicio



Marketing



Estrategia comercial



Gestión y medición

- Marketing y posicionamiento -

Su marca no es lo que usted dice que es,
sino lo que la gente dice de ella.



Marketing & posicionamiento



Problema

Usted sabe que tiene un gran producto o servicio en sus manos y necesita socializarlo para insertarlo de manera efectiva al mercado, pero los costos publicitarios son inversiones elevadas que en este momento no puede permitirse.



Desafío

Generar una estrategia de marketing que optimice sus costos y que le permita llegar a su público objetivo de manera eficiente. Confeccionar una estrategia que aproveche todo el potencial de los medios alternativos de comunicación, la comunicación digital y la publicidad no tradicional.



Solución

El secreto de la optimización de recursos es la identificación objetiva de su consumidor y la segmentación eficiente del mercado. Trabajar sobre nichos de mercado es un principio de sostenibilidad para su inversión publicitaria.

Estrategia
de marketing



Diseño de
información



Plan de
medios



Plan de
desarrollo



Diseño de
contenidos



Diseño
Gráfico



*La vida es...
esencialmente, tecnología,
porque todos los días elegimos
que hacer, cuando, con quién
y por sobre todo... como.*



TECHNOTA

TECHNOTA



Soporte de diseño



Problema

Cada vez que necesita promocionar un producto, un servicio o alguna oportunidad, recurre a cualquier proveedor de servicios gráficos y los resultados nunca son los esperados. No existe una línea gráfica que los consumidores asocien con su marca, y además, lo que paga por la suma de todas las necesidades que tiene es mucho más elevado de lo que costaría si contratara los servicios de un profesional de la comunicación.



Desafío

Desarrollar una línea gráfica que identifique de manera auténtica a su marca o emprendimiento. Confeccionar todos los materiales de comunicación necesarios a través de los mismos lineamientos de comunicación. Satisfacer todas las necesidades de comunicación previstas y no previstas en su plan de comunicación de manera coherente, programática y acorde a sus lineamientos gráficos.



Solución

Una marca que se comunica con solvencia y de manera unívoca en todas sus aplicaciones, es una marca que transmitirá seguridad y confianza, y no hay consumidor que no prefiera una marca segura y confiable para mantener una relación comercial.



Papelería
básica



Diseño de
merchandising



Presentaciones
institucionales



Materiales para
presencia de marca



Gráficas para
soportes digitales



Sesión
fotográfica



Materiales de
marketing directo



Materiales para
punto de venta



Diseño
editorial

- Redes sociales -

Si usted estimula la relación empática,
el usuario estimulará la relación comercial.

Viernes 11 de abril de 2014 | Precio G. 10.000 | Año 3 | Nº 764

5 días

Mejor para todos

FENIX S.A.
SOLUCIONES EN PAPER

Tel: (021) 49 53 49

www.fenixpaper.com

COMISIÓN
NACIONAL DE

de Regulación de Energía y Gas
Calle 18 de Abril 1000, Montevideo

LA MEJOR EXPERIENCIA

ent

Redes sociales



Problema

Usted sabe que su marca debe estar en redes sociales, pero no sabe como hacer para que las redes sociales se conviertan en un canal para estimular sus ventas, generar un mejor relacionamiento con los consumidores, o simplemente medir el retorno que le significa invertir en redes.



Desafío

Desarrollar un plan su comunicación en redes sociales a través de objetivos claros e instrumentos de medición que le permitan medir su crecimiento y su retorno.



Solución

Desarrollar un plan que estimule diariamente la relación empática para que el usuario estimule la relación comercial.



Investigación



Diagnóstico



Conclusión



Concepto



Propuesta



Planeación



Ejecución



Informes

- Web -

La primera impresión
que el consumidor tiene de su empresa,
es la que obtiene en internet.



2015

www.pj.gov.py

5to puesto en el en Ranking Internacional CEJA del Centro de Estudios de Justicia de las Américas. Entre las 34 webs de los países miembros de la OEA.



2016

www.columbia.edu.py

5to puesto en Ranking Internacional de Web Universitarias. Entre las 41 webs universitarias del país.



2008

www.luciasapena.com.py

Bronce / Festival de Ideas Tatakua
Uno de los mejores tres desarrollos web del año 2008 en Paraguay.



Administración de Empresas de Colombia

Centro de la Universidad de los Andes que impulsa el proceso de actualización por la ANDES



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



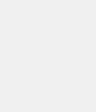
El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



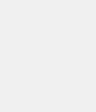
El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



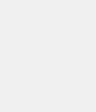
El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



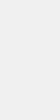
El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...



El emprendimiento en Colombia es un fenómeno que ha crecido en los últimos años...

Web



Problema

Su sitio web esta muy desactualizado o sencillamente no le ofrece ninguna facilidad a sus usuarios. Sus clientes no encuentran en su web la información que necesitan y ésta no le sirve como un canal de comunicación efectivo entre su empresa y sus clientes.



Desafío

Desarrollar un sitio web que pueda servir como un canal efectivo de comunicación entre su empresa y sus clientes. Convertir a su sitio en un espacio donde sus clientes ahorren tiempo, solucionando gestiones o trámites regulares, y accediendo a información completa respecto de todos sus servicios y productos. Desarrollar en la red un sitio que se constituya en una verdadera sucursal digital y una herramienta definitiva para el marketing y el posicionamiento de su empresa.



Solución

La primera fuente de información del consumidor es internet, donde la primera impresión no tiene dos oportunidades, es por ello que todos los conceptos que despierta su comunicación en internet (eficiencia, claridad, seriedad, solvencia) serán heredadas por su marca.



Diseño y
diagramación



Buscador de
contenidos



Redes
sociales



Diseño
responsivo



Planilla de
contacto



Galería de
productos



Secciones
institucionales



Galería
de fotos



Formulario
de compra



Sección
de noticias



Galería
de videos



Pasarela
de pagos

- Papelería empresarial -

Cada pieza de de comunicación
es una gran oportunidad para dejar
la mejor de las impresiones.



Papelería empresarial



Problema

Su empresa ya esta activa en el mercado pero usted aún no cuenta con los materiales gráficos esenciales que necesita para relacionarse con otras empresas o personas del rubro, como su papelería básica, carpetas, sobres, tarjetas. Tampoco cuenta con materiales de calidad sobre sus servicios o productos o los beneficios que ofrece en el mercado, por citar algunos materiales importantes para cualquier empresa.



Desafío

Generar todos los materiales necesarios para que su empresa pueda promoverse apropiadamente en el mercado, todos los materiales que hacen a la comunicación interna, a la comunicación externa y a la comunicación publicitaria.



Solución

La primera impresión no tiene dos oportunidades, y la papelería empresarial muchas veces cumple la importante misión de ocuparse de esta esencial oportunidad de relacionamiento. Es por ello la importancia de contar con materiales de calidad, efectivos y claros respecto de su empresa.



Interna



Externa



Publicitaria



Básica



Básica



Promocional



Social



Informativos



Productos



Administrativa



Formativos



Servicios



Inductiva

- Comunicá -

El diseño no es necesario,
es inevitable.

Comunicá es un estudio de diseño empresarial y de comunicación visual que inició sus actividades en el año 2007 desarrollando proyectos en todas las áreas del diseño de comunicación y posteriormente, en el diseño empresarial.

Ha desarrollado proyectos para importantes empresas locales, además, hemos brindado consultorías en comunicación para diferentes instituciones gubernamentales como la Secretaría de Prevención del Lavado de Dinero o Bienes - Seprelad, el Ministerio de Educación y Cultura, la Corte Suprema de Justicia - Poder Judicial y la Dirección de Beneficencia y Ayuda Social - Diben.

Comunicá ha obtenido reconocimientos en las áreas de Identidad Corporativa, Comunicación Digital y Diseño de Packaging, además ha dictado charlas y conferencias sobre sus proyectos en eventos internacionales de comunicación en Argentina, Colombia, El Salvador y Paraguay.

Carlos Sebastián Ibarrola

ASUNCIÓN, 1984.

Es Licenciado en Diseño Gráfico y Profesor Superior en Comunicación Visual por el Instituto Superior de Bellas Artes. Certificación Internacional de la Escuela Superior de Creativos Publicitarios de Argentina. Máster en Educación Superior Universitaria en la Universidad Columbia del Paraguay.

Como creativo ha encarado varios proyectos de Comunicación Corporativa, Publicitaria y Política. Trabajó para Sistema Siete Publicidad y Goiriz en Paraguay, además de Diseño Shakespear en Argentina. Actualmente dirige Comunicá, estudio donde desarrolla consultorías en Identidad Corporativa y Comunicación Digital. Ha obtenido -desde Comunicá- reconocimientos en las áreas de Packaging, Identidad Corporativa y Comunicación Digital.

Ha desarrollado proyectos para múltiples empresas privadas de Paraguay. También ha desarrollado consultorías en comunicación para diferentes instituciones gubernamentales.

Ha sido invitado a presentar ponencias sobre sus proyectos en eventos internacionales de comunicación y nuevas tecnologías, además de dictar charlas a nivel nacional para diferentes universidades e instituciones.

En la actualidad, también se desempeña como docente universitario, y es Director de Diseño Columbia, la única carrera 100% de Diseño Gráfico del mercado, en la Universidad Columbia del Paraguay.



modo -

hacerlo,



Natalia Martínez Romero

ASUNCIÓN, 1976.

Natalia Martínez Romero ha desarrollado una carrera versátil, empezando su experiencia laboral en el exterior. Comienza su carrera en el área comercial con enfoque en apertura de mercados internacionales, complementando sus habilidades en comercialización e impulsos de acciones de Marketing seguido de un principal interés en el área que hoy se posiciona como: Modelos de negocios de impacto social, ambiental & cultural. Empresas sociales o Corporaciones B.

Natalia nos trae aportes en el diseño de programas enfocados en desarrollo social que aseguren una sostenibilidad & replicabilidad en el país y el mundo.

Fundadora de Greenlab, plataforma de innovación para Emprendedores con enfoque tecnológico y Co-propietaria de Comunicá, Empresa especializada en Comunicación Visual & Diseño Empresarial.

Natalia es Ingeniera Comercial, con Maestría en Administración de Empresas y Especialización en desarrollo de Modelo de Negocios Sostenibles en Suiza, Europa.

Natalia siente principal interés en impulsar el desarrollo creativo- tecnológico y cultural del país. Estudia dibujo, pinta oleo, y practica diariamente Ashtanga Yoga.

Entre los países que vivió se encuentran: USA, Madrid, San Paulo y Asunción.

www.comunica.com.py

info@comunica.com.py
Oleary esq. Estrella
Edif. Parapití | 5.º Piso | Oficina 525
+595 982 730 609
Asunción, Paraguay