

## theDrix - Comunicación audiovisual

---

Nace en el año 2001 con necesidades de explotar el potencial creativo de sus integrantes.

Servicio: postproducción digital, desarrollo Web, producciones audiovisuales, autoría de DVD y diseño corporativo.

Este proyecto recibió el Primer Premio en la Categoría Incubadora de Empresas del Concurso Desarrollo Projectual 2005 (detalle de proyecto página 69).



Colasurdo, Enrique  
ecolasurdo@fibertel.com.ar

## The-Sign

---

Construya su marca, adquiera una posición de reconocimiento en el Mercado, Comercialice sus productos estratégicamente con Marketing de alto impacto.



Severino, Matías Francisco  
matias\_severino@yahoo.com  
www.the-sign.com.ar

## Tiempo de experimentar

---

Diseño de Packaging II:

Se realizaron trabajos prácticos orientados a la producción de envases no convencionales.

Una introducción investigando envases naturales, seguida de un práctico de análisis del antiguo arte del origami dieron pie a la búsqueda de la utilidad y la identidad en el packaging vistos de una óptica más ligada a lo experimental y lúdico que a lo netamente racional.



Zanardi, César  
cincoespacial@yahoo.com.ar

## Trouvaille, más allá de un hallazgo

---

Colección SwimWear adecuada a cada tipo de cuerpo. La sociedad impuso un nuevo ideal de belleza que no es ni auténtica ni alcanzable por un gran número de mujeres.

El verano es la época del año donde el cuerpo está más expuesto.

Como consecuencia surgen temas como el cuerpo y la belleza, y el cuerpo y la salud.



Ansaldo, Mercedes  
mechian@hotmail.com

## U - Tech

---

Emprendimiento que se especializa en el diseño de uniformes.



Daneri, Ximena  
Villasboas, Solana

## UBIK

---

Del enlace entre Microsoft y Motorola surge Ubik. Lujosa combinación de expertise para generar un producto novedoso: un teléfono celular con capacidad GPS.

Desarrollo de la alianza estratégica, planeamiento estratégico de marketing y de medios.



Caracciolo, Valeria  
Livingston, Tomás  
Matán, Florencia  
Ríos, Paula

## Una experiencia de otra dimensión

---

Los adolescentes están inmersos en un mundo de imágenes, sonidos y códigos que las empresas imponen para llegar a ellos. "Experiencia KSK" ofrece un nuevo concepto que establece un vínculo más profundo donde las emociones de cada visitante juegan un papel principal.



Shen, Chao  
Rivara, Lucas  
Gallardo, Patricia  
Balaguer, Leonardo  
Fernández C., Nicolás  
lucasrivara@hotmail.com

## Via Vai - Reposicionamiento de marca

---

Reposicionamiento de la marca de indumentaria VIA VAI. Identidad visual - Planeamiento estratégico de Medios.



Cazou, M. Fernanda  
Janka, Eliana  
R. Menzer, Alejandra

## VIACART

---

Plan de evaluación y reestructuración de la estrategia comunicacional de VIACART, una empresa comercializadora de espacios publicitarios en vía pública con más de 70 años de trayectoria.



Calvi, Ezequiel  
Figueroa, Mariana  
Franco, Carla  
Napolitani, Mariano

## Wavin' Handkerchieves

---

Servicios: Web, Producción de Cine y Televisión, Fotografía, Sonido, Animación digital, Postproducción de imagen y sonido, Montaje, Edición no lineal, SFX, Mastering de sonido.

Este proyecto recibió el Primer Premio compartido en la Categoría Diseño de Imagen y Sonido del Concurso Desarrollo Proyectual 2005.



Daguerre, Rodrigo  
Meza, Jimena  
Rodríguez, Julián

## Websmith-Especialistas forjando la Web

---

Diseñadores gráficos, multimediales, programadores, expertos en contenidos y usabilidad de sitios, marketing on y off Line.



Saeed, Nur

nur@miw.com.ar

## Wendy´s - Reposicionamiento

---

Planeamiento estratégico de Marketing y Medios. Estrategia creativa y de comunicación.



Karasdourian, Sara  
Fernández, Sol

## Wendy´s vuelve a la Argentina

---

Este proyecto pretende reposicionar la marca Wendy´s en el mercado gastronómico mediante una estrategia de diferenciación de producto/servicio instalando un nuevo concepto en comidas rápidas.



Defant, Gabriela  
Hernández, Victoria

## Yupi Snacks

---

Yupi, "El alimento que divierte", es la nueva marca de Pepsico que se identifica como alegre, divertida y juguetona.

A través de sus productos menos artificiales y más naturales se quiere convertir en el alimento tipo snack de elección de las madres para sus hijos.



Leonhart, Andrea  
Castro, Ximena  
Bastidas, Andrés  
Daza, Iván

## ZANELLA - Brand Book

---



Iza, Xavier

inlimited3x@mac.com

## ZANELLA - Brand Book

---

Zanella cuenta con una marca que carece de una identidad definida. La problemática surge al momento de plantear un sistema. Por ellos se trabajó sobre conceptos claros y valores definidos que generen un sistema pertinente, contundente, pregnante, claro y moderno.



De Nardis, Agustina  
Gabielli, Marisol

## ZANELLA - Brand Book

---

Restyling de la marca Zanella a través del desarrollo del territorio de marca, definiendo sus valores y posicionamiento, para mejorar la gestión de la misma. Posterior elaboración del brand book con el objetivo de ser utilizado como guía y lineamiento para todas las futuras expresiones de la marca.



García Seeber, Agustina  
Pollio, Florencia

## ZANELLA - Brand Book

---

ZANELLA no te lleva, **te acompaña**. Este proyecto recibió el Primer Premio en la Categoría Imagen Empresaria del Concurso Desarrollo Projectual 2005 (detalle de proyecto página 74).



Pérez, Marilina  
Sanguinetti, Diego

## Zanella - Brandbook

---

La identidad de marca es un conjunto único de asociaciones que el estratega aspira a crear o mantener. Estas asociaciones representan la razón de ser la marca implicando una promesa de los integrantes de la organización a los clientes. Este proyecto recibió el Segundo Premio en la Categoría Imagen Imagen Empresaria del Concurso Desarrollo Projectual 2005.



Alvarez Patuel, Macarena  
Parra, Romina  
Zamarian, Sofía

## Zanella - Branding

---

Territorio de marca - Propuesta de reposicionamiento



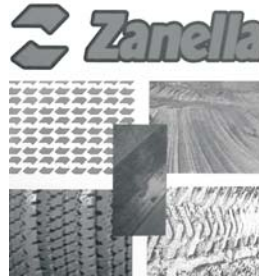
Montes de Oca, Candelaria María  
Silva, María Graciana  
grasilva@hotmail.com

## Zanella - Branding

---

Haciendo un estudio sobre Zanella, se la quiso modernizar en todo sentido, tanto la imagen de marca como la imagen que la gente tiene sobre esta, sus fortalezas, claves, etc.

Se buscó que su comunicación esté más relacionada con la gente joven de hoy, y se resaltó a la vez la trayectoria de la marca a lo largo de la Historia.



De Durañona y Vedia, Manuela

## Zanella - Branding

---

Planteo de arquitectura de marca en donde se posicionan cada uno de los rubros que componen la misma: ciclomotores, motos, cuatriciclos y kartings.



Daniel, Silvana  
Lipez, Karina Andrea  
Tredicce, Juan Pablo  
Ventura, Yael

## Zeina By Dates

---

Zeina es una marca de indumentaria femenina que se resume en buen gusto y originalidad y al mismo tiempo es equivalente a elegancia.



Dates, Paula  
pauladates25@hotmail.com