



SISTEMA DE PRODUCTO

SALIENDO DEL /cajón

PADCV 2024-2



DISEÑO Y REDACTADO POR:

Nicolás Castaño Zúñiga

Director: Diana Patricia Umaña Ruiz

Énfasis: Identidad Corporativa y Marca

Facultad: Creación y Hábitat PADCV 2024-1

"SALIENDO DEL CAJÓN" ES PARA TI, SI

TIENES UNA IDEA EN MENTE RELACIONADA A UNA MARCA DE MODA

SIENTES QUE TU MARCA YA NO ESTÁ ALIENADA A LO QUE QUIERES

LA VISIÓN Y OBJETIVOS DE TU MARCA HAN EVOLUCIONADO

TU MARCA NO LOGRA DESTACARSE DEL RESTO

NO ESTÁS ATRAYENDO A TU CLIENTE IDEAL

BIENVENIDO A

SALIENDO DEL /

Un servicio de consultoría y diagnóstico para emprendedores de moda en Cali

"Saliendo del/ Cajón" es un juego de cartas creado cuidadosamente para guiar a emprendedores de moda a (re)delimitar, (re)estructurar y (re)proyectar sus marcas para que alcancen niveles de conciencia sobre estas sin precedentes. Este sistema incluye 3 niveles, 117 cartas distribuidas en tres categorías: 81 preguntas

(27 por nivel), 27 recordatorios ("reminders") y 9 retos ("wild cards"), además de 2 marcadores y tableros borrables, un reloj de arena que cuenta 1 minuto y un portal web el cual protagoniza el primer momento (registro) y en adelante es donde se irá actualizando el estado de tu diagnóstico (ruleta).

CONTEXTO

INTRODUCCIÓN

En Colombia, la moda tiene un impacto significativo y un potencial innegable. Sin embargo, el estigma alrededor de este sector hace que muchas ideas se limiten a productos sin desarrollo, historia o contexto. En un entorno tan competitivo, es fundamental superar este estigma para que los emprendedores puedan delimitar,

construir y proyectar la historia de sus marcas con el cuidado que necesitan y merecen, pues las buenas ideas no deberían quedarse en el armario, aunque muchas veces requieren de un impulso para salir. Pero para hacerlo, primero deben salir del cajón.

La magia del juego yace en la estrategia espejo: El emprendedor al momento de registro debe proporcionar fuentes de información de la marca y una imagen que la represente, sin más detalles el consultor deberá llegar una semana después a la sesión programada confiando en su percepción, listo para responder las mismas preguntas que el emprendedor. ¿Estará el consultor en desventaja? La similitud o discordancia entre ambas respuestas dependerá de cuán clara y detallada sea la comunicación de la marca en los aspectos que serán analizados.

La percepción del consultor se construirá únicamente a partir de la información disponible; por lo tanto, si la marca logra transmitir lo deseado el consultor (bajo rol de espectador) podrá captar esos elementos. Lo que permite que el emprendedor evalúe cuán bien comunica su marca sin explicaciones adicionales, revelando fortalezas y áreas de mejora en su estrategia.

PROPUESTA DE VALOR

LEVEL 1

DELIMITAR

SE DELIMITA LA IMAGINADO

BRAND VISION

Misión y propósito
Valores y principios
Objetivos a largo plazo

BRAND IDENTITY

Identidad visual
Tono de comunicación
Personalidad de marca

BRANDING

Consistencia
Posicionamiento
Audiencia objetivo

LEVEL 2

ESTRUCTURAR

SE ESTRUCTURA LO ATERORIZADO

CONCEPT DESIGN

Narrativa de marca
Experiencia de marca
Benchmarking

DESIGN GUIDANCE

Dirección estética
Materiales/Elementos
Adaptabilidad

PRODUCT SHAPING

Atención al detalle
Caza de tendencias
Logístico/Operativo

LEVEL 3

PROYECTAR

SE PROYECTA LO CREADO

DIGITAL STRATEGY

Ritmo de publicación
Presencia estratégica
Objetivo mediático

MEDIA CAMPAIGNS

Mensaje clave
Tipo de contenido
Interacción de audiencia

CREATIVE DIRECTION

Ideación creativa
Adaptación visual
Lineamientos visuales

NAMING

"Saliendo del /" anima a las marcas a atreverse, a dejar la zona de confort y a revelar su verdadero potencial, evocando la conocida expresión "salir del closet" como símbolo de valentía y autenticidad.

SIGNIFICADO

El nombre "Saliendo del /" (armario o cajón) simboliza un proceso gradual para delimitar, construir y proyectar marcas sólidas mediante reflexión, autoconciencia y esfuerzo. Este a su vez, también deja abierta la puerta a futuros servicios y productos que se alineen con la misión. En su fase inicial, "Saliendo del/ cajón" hace alusión al

término "out of the box" o "pensar fuera de la caja", invitando a un enfoque innovador y único. Aquí, el "cajón" representa solo el comienzo de un viaje más profundo que lleva a "salir del armario", como meta final de una marca auténtica y relevante.

TIPOGRAFÍA

Las tipografías en "Saliendo del /cajón" se seleccionaron para ofrecer una base neutral y sin sesgo, permitiendo al cliente avanzar en su proceso creativo sin influencias externas. Aunque se buscó una tipografía con carácter, se evitó una demasiado llamativa para no desviar la visión del cliente. La elección de una tipografía tipo hand writing, con un estilo casi infantil, refuerza la idea de que en SD/ todas las ideas son válidas y los procesos creativos son libres, abiertos y que no existen respuestas "demasiado infantiles".

Futura PT Book
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz
1234567890
!"#\$%&/'()=¿?

Alt Gothic Comp ATF Bold
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz
1234567890
!"#\$%&/'()=¿?

Kiddo-soup
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz
1234567890
!"#\$%&/'()=¿?

PALETA DE COLORES

CMYK 0/20/98/0
RGB 242/202/51
HEX #C02629

CMYK 2/1/2/0
RGB 249/249/247
HEX #F9F9F7

CMYK 61/53/52/24
RGB 96/97/97
HEX #606161

CMYK 70/63/62/59
RGB 53/53/53
HEX #323232

CMYK 17/98/98/7
RGB 165/43/45
HEX #FFCC10

1

ROJO

Asociado con el riesgo y la autenticidad, evoca la urgencia de tomar cartas en el asunto en la estructuración de la marca. Representa la importancia de los datos y los retos en el juego para la supervivencia.

2

GRAY SCALE

Elegida para mantener una base neutra y sin distracciones, permite que el emprendedor se enfoque en definir su visión sin influencias externas, dándole el control total sobre el proceso creativo.

3

AMARILLO

Usado en detalles estratégicos (como en el portal web), este color resalta información importante y simboliza optimismo, creatividad y vitalidad, inspirando un espíritu enérgico y positivo.

SISTEMA DE PRODUCTO

Este sistema fue diseñado para ofrecer a los emprendedores una experiencia estructurada y personalizada que facilite su participación y diagnóstico. Siguiendo un orden progresivo, se busca optimizar cada proceso de la experiencia,

asegurando que cada paso sea claro y relevante. Este enfoque garantiza una experiencia fluida, enfocada en atender las necesidades específicas del usuario y promover decisiones estratégicas basadas en un análisis objetivo.

1

INGRESA DESDE UNA COMPUTADORA

www.saliendodel/cajon.com

4

ESCOGE EL SERVICIO QUE SOLICITAS

(Según el estado actual de tu marca)

2

DEFINE TU NIVEL COMO EMPRENDEDOR

(Principiante o experimentado)

6

ADJUNTA UNA IMAGEN QUE REPRESENTA A TU MARCA

(Debe ser propia, no de internet)

3

COMPLETA EL FORMULARIO

(Solo se requiere esta información)

5

ESCOGE LA MODALIDAD QUE PREFIERES

(Presencial, virtual o híbrida)

1 SEMANA DESPUÉS

7

SE PROGRAMARÁ UNA SESIÓN DE (30-90) MIN POR CADA NIVEL SOLICITADO

Para salir del armario, ¡primero hay que salir del cajón!

SALIENDO DEL /cajón

128

CARTAS

(Preguntas, datos y retos)

2

TABLEROS

(Borrables)

¿QUÉ CONTIENE?

2

MARCADORES

(Borrables)

1

RELOJ DE ARENA

(1 minuto)

¿CÓMO JUGAR?

1



Se saca una carta (al azar) del nivel escogido

2



Se lee la carta "reminder" de esa categoría antes de responder (APORTARÁ DATOS RELEVANTES)

3



Se tiene (1) minuto para responder a la pregunta

4



Se lee la carta "wild" de esa categoría después de responder (EVALUARÁ LO IDENTIFICADO)

5



Se comparten las respuestas buscando similitud o diferencia

2 SEMANAS DESPUÉS

8

EL DIAGNÓSTICO DE TU MARCA ESTARÁ LISTO

www.saliendodel/cajon.com

(Ingresa con tu usuario y contraseña)



CARTAS

(81 Preguntas, 27 datos y 9 retos)

CARTAS "REMINDER"

Estas aportarán información clave y/o contexto para responder con precisión y asertivamente para los próximos pasos.

El juego incluye 128 cartas diseñadas para guiar al emprendedor a una reflexión profunda sobre su marca, estructuradas en 3 niveles de exploración. Cada nivel contiene 3 categorías, y cada categoría tiene 3 subcategorías, con 3 preguntas por subcategoría, proporcionando así un análisis exhaustivo.

CARTAS "WILD"

Estas pondrán a prueba tu conocimiento sobre la marca, dinamizando el proceso y transformándolo en algo "tangible".

Este formato asegura una experiencia dinámica y estructurada, con resultados medibles y un diagnóstico que define una ruta clara y adaptada a las necesidades de cada marca. Las cartas están diseñadas para usarse en sesiones presenciales, programadas de acuerdo con la disponibilidad de ambas partes.

REMINDER
PRODUCT SHAPING
LOGÍSTICO/OPERATIVO

Probar a pequeña escala permite mejorar antes de hacer grandes lanzamientos y ocasionar grandes pérdidas.

SALIENDO DEL/ cajón

REMINDER
PRODUCT SHAPING
LOGÍSTICO/OPERATIVO

Probar a pequeña escala permite mejorar antes de hacer grandes lanzamientos y ocasionar grandes pérdidas.

SALIENDO DEL/ cajón

LEVEL 2
CREATIVE DIRECTION
IDEACIÓN CREATIVA

¿Qué elementos visuales consideras indispensables para reflejar la identidad de tu marca?

SALIENDO DEL/ cajón

REMINDER
PRODUCT SHAPING
LOGÍSTICO/OPERATIVO

Probar a pequeña escala permite mejorar antes de hacer grandes lanzamientos y ocasionar grandes pérdidas.

SALIENDO DEL/ cajón

LEVEL 2
CREATIVE DIRECTION
IDEACIÓN CREATIVA

¿Qué elementos visuales consideras indispensables para reflejar la identidad de tu marca?

SALIENDO DEL/ cajón

TABLEROS/MARCADORES/RELOJ DE ARENA



Estas herramientas son fundamentales para que la dinámica del juego funcione de manera efectiva. El reloj de arena simboliza el tiempo limitado para responder, lo que fomenta dinamismo y pensamiento rápido. Los tableros borrables, junto con los marcadores, se complementan al permitir plasmar, ajustar y reorganizar ideas de forma ágil, fomentando una experiencia interactiva y colaborativa ideal para dinámicas de diagnóstico y creatividad.

RULETA

"La ruleta", la forma en que será presentado el diagnóstico de tu marca
(Esta se irá completando conforme se realicen las sesiones)

9 CATEGORÍAS

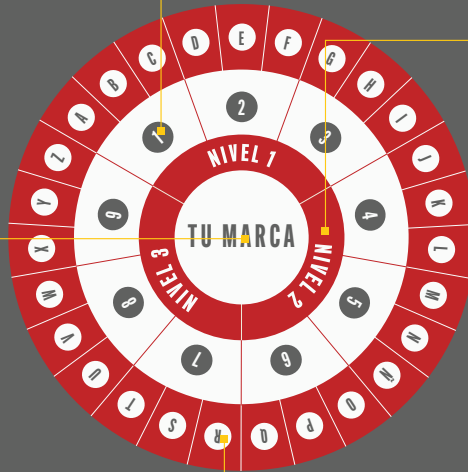
Aquí encontrarás el nombre de las categorías tales como ("brand vision", "brand identity", "branding", etc) y las (3) subcategorías que se desglosan de cada una.

(CADA NÚMERO REPRESENTA UNA CATEGORÍA DISTINTA)

TU MARCA/RESULTADO

Aquí encontrarás el nombre de tu marca y el resultado parcial de tu diagnóstico.

(SE IRA COMPLETANDO CONFORME LAS SESIONES)



(CADA PARTE DE LA RULETA FUNCIONA COMO UN BOTÓN)

3 NIVELES

Aquí encontrarás el desglose completo de cada uno de los (3) niveles del juego.

(CADA NIVEL TIENE 3 CATEGORÍAS Y 9 SUBCATEGORÍAS)

27 SUBCATEGORÍAS

Aquí encontraras las respuestas dadas (emprendedor/consultor) en el juego a las 3 preguntas de cada subcategoría. Su similitud o discordancia define el diagnóstico final: ¡a mayor similitud, mejor alineación de la marca!

(CADA LETRA REPRESENTA UNA SUBCATEGORÍA DISTINTA)

PÁGINA WEB



La página web es un elemento clave dentro del sistema del proyecto, ya que actúa como el punto de partida y uno de los ejes centrales de la experiencia. Su funcionalidad comienza con el registro de los participantes, donde se recopila la información básica tanto de ellos como de sus marcas buscando el no sesgar al consultor,

asegurando su participación objetiva. Además, la página extiende su relevancia al juego en sí, ya que permite jugar en línea mediante las cartas digitales y da un hogar al diagnóstico, el cual se presenta de manera dinámica a través de la ruleta interactiva. Este enfoque integral garantiza una experiencia fluida, accesible y cohesionada.

ESTRATEGIA

SALIENDO DEL /cajón

X

Cámara de Comercio de Cali

La alianza entre la Cámara de Comercio de Cali y Saliendo del Cajón busca empoderar a emprendedores de moda mediante una experiencia que ofrece herramientas para diagnosticar y estructurar estratégicamente sus marcas. Como parte de esta campaña, los caleños encontrarán “Public Brainstorming” en varios puntos de la ciudad;

posters colaborativos que se completarán con respuestas a la pregunta “¿Qué te hace sentir/pensar esta imagen?” Las imágenes se extraerán de lo que cada emprendedor adjunte en su registro inicial, demostrando que la percepción externa de nuestras marcas puede diferir de lo que pensamos o queremos.

PUBLIC BRAINSTORMING



¿Qué te hace sentir/pensar esta imagen? (escríbelo)

A large white rectangular area with a textured, slightly wrinkled surface, intended for handwritten responses to the public brainstorming prompt.



PUBLIC BRAINSTORMING



¿Qué te hace sentir/pensar esta imagen? (escríbelo)

espalda y ropa desnudo aprobación
atención al detalle manoseo ajuste de ropa
muchas personas toman las decisiones glamor analizando el cuerpo
la manosean moda espalda y ropa
siento que es presionado manipulación del cuerpo a través de la moda
detrás de escenas lujuria orden vulnerabilidad
no me parece malo sexy acoso
medición  pasión sencillez
alguien que no tiene control de su vida  le acomodan el vestuario sencillez
le están midiendo algo sensualidad

SALENDODEL/cajón

**TODOS ESPERAN DE TU MARCA ALGO MÁS
QUE UN LOGOTIPO RECONOCIBLE.**



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali



FACULTAD DE
**CREACIÓN
Y HÁBITAT**

Departamento Arte,
Arquitectura y Diseño



**SOMOS
TODOS**

PADCV 2024-2



INVERIANA
DISEÑADO Y REDACTADO POR:
Nicolás Castaño Zúñiga
Director: Diana Patricia Umaña Ruiz
Enfasis: Identidad Corporativa y Marca
Facultad: Creación y Hábitat PADCV 2024-1

"SALIENDO DEL CAJÓN" ES PARA TI, SI

- TIENES UNA IDEA EN MENTE RELACIONADA A UNA MARCA DE MODA
- SIENTES QUE TU MARCA YA NO ESTÁ ALIENADA A LO QUE QUIERES
- LA VISIÓN Y OBJETIVOS DE TU MARCA HAN EVOLUCIONADO
- TU MARCA NO LOGRA DESTACARSE DEL RESTO
- NO ESTÁS ATRAYENDO A TU CLIENTE IDEAL

CONTEXTO

INTRODUCCIÓN

En Colombia, la moda tiene un impacto significativo y un potencial innegable. Sin embargo, el estigma alrededor de este sector hace que muchas ideas se limiten a productos sin desarrollo, historia o contexto. En un entorno tan competitivo, es fundamental superar este estigma para que los emprendedores puedan delimitar,

construir y proyectar la historia de sus marcas con el cuidado que necesitan y merecen, pues las buenas ideas no deberían quedarse en el armario, aunque muchas veces requieren de un impulso para salir. Pero para hacerlo, primero deben salir del cajón.

BIENVENIDA

SALIENDO DEL /

Un servicio de consultoría y diagnóstico para emprendedores de moda en Cali

"Saliedo del/ Cajón" es un juego de cartas (27 por nivel), 27 recordatorios ("reminders") y 9 retos ("wild cards"), además de 2 marcadores y emprendedores de moda a (re)delimitar, (re)estructurar y (re)proyectar sus marcas para que alcancen niveles de conciencia sobre estas sin precedentes. Este sistema incluye 3 niveles, 117 cartas distribuidas en tres categorías: 81 preguntas

(27 por nivel), 27 recordatorios ("reminders") y 9 retos ("wild cards"), además de 2 marcadores y tableros borrables, un reloj de arena que cuenta 1 minuto y un portal web el cual protagoniza el primer momento (registro) y en adelante es donde se irá actualizando el estado de tu diagnóstico (ruleta).

La magia del juego yace en la estrategia espejo: El emprendedor al momento de registro debe proporcionar fuentes de información de la marca y una imagen que la represente, sin más detalles el consultor deberá llegar una semana después a la sesión programada confiando en su percepción, listo para responder las mismas preguntas que el emprendedor. ¿Estará el consultor en desventaja? La similitud o discordancia entre ambos respuestas dependerá de cuán clara y detallada sea la comunicación de la marca en los aspectos que serán analizados.

La percepción del consultor se construirá únicamente a partir de la información disponible; por lo tanto, si la marca logra transmitir lo deseado el consultor (bajo rol de espectador) podrá captar esos elementos. Lo que permite que el emprendedor evalúe cuán bien comunica su marca sin explicaciones adicionales, revelando fortalezas y áreas de mejora en su estrategia.

PROPUESTA DE VALOR

NAMING

"Saliedo del/" anima a las marcas a atreverse, a dejar la zona de confort y a revelar su verdadero potencial, evocando la conocida expresión "salir del closet" como símbolo de valentía y autenticidad.

SIGNIFICADO

El nombre "Saliedo del /" (armario o cajón) simboliza un proceso gradual para delimitar, construir y proyectar marcas sólidas mediante reflexión, autoconciencia y esfuerzo. Este a su vez, también deja abierta la puerta a futuros servicios y productos que se alineen con la misión. En su fase inicial, "Saliedo del/ cajón" hace alusión al

término "out of the box" o "pensar fuera de la caja", invitando a un enfoque innovador y único. Aquí, el "cajón" representa solo el comienzo de un viaje más profundo que lleva a "salir del armario", como meta final de una marca auténtica y relevante.

TIPOGRAFÍA

Las tipografías en "Saliedo del /cajón" se seleccionaron para ofrecer una base neutral y sin sesgo, permitiendo al cliente avanzar en su proceso creativo sin influencias externas. Aunque se buscó una tipografía con carácter, se evitó una demasiado llamativa para no desviar la visión del cliente. La elección de una tipografía tipo hand writing, con un estilo casi infantil, refuerza la idea de que en SD/ todas las ideas son válidas y los procesos creativos son libres, abiertos y que no existen respuestas "demasiado infantiles".

Futura PT Book
ABCDEFGHIJKLMNQPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!"#\$%&'()*+,-=¿
All Gothic Camp ATF Bold
ABCDEFGHIJKLMNQPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!"#\$%&'()*+,-=¿
Kiddymoose
ABCDEFGHIJKLMNQPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!"#\$%&'()*+,-=¿

PALETA DE COLORES

1 ROJO	2 GRAY SCALE	3 AMARILLO
Asociado con el riesgo y la autenticidad, evoca la urgencia de tomar cartas en el asunto en la estructuración de la marca. Representa la importancia de los datos y los retos en el juego para la supervivencia.	Elegido para mantener una base neutra y sin distracciones, permite que el emprendedor se enfoque en definir su visión sin influencias externas, dándole el control total sobre el proceso creativo.	Usado en detalles estratégicos (como en el portal web), este color resalta información importante y simboliza optimismo, creatividad y vitalidad, inspirando un espíritu enérgico y positivo.

SISTEMA DE PRODUCTO

Este sistema fue diseñado para ofrecer a los emprendedores una experiencia estructurada y personalizada que facilite su participación y diagnóstico. Siguiendo un orden progresivo, se busca optimizar cada proceso de la experiencia,

asegurando que cada paso sea claro y relevante. Este enfoque garantiza una experiencia fluida, enfocada en atender las necesidades específicas del usuario y promover decisiones estratégicas basadas en un análisis objetivo.

- | | | |
|--|--|---|
| 1
INGRESA DESDE UNA COMPUTADORA
www.saliedodel/cajon.com | 2
DEFINE TU NIVEL COMO EMPRENDEDOR
(Principiante o experimentado) | 3
COMPLETA EL FORMULARIO
(Solo se requiere esta información) |
| 4
ESCRIBE EL SERVICIO QUE SOLICITAS
(Según el estado actual de tu marca) | 5
ADJUNTA UNA IMAGEN QUE REPRESENTE A TU MARCA
(Debe ser propia, no de internet) | 6
ESCOGE LA MODALIDAD QUE PREFIERES
(Presencial, virtual o híbrida) |

CARTAS

(81 Preguntas, 27 datos y 9 retos)

CARTAS "REMINDER"
Estas aportarán información clave y/o contexto para responder con precisión y asertivamente para los próximos pasos.

CARTAS "WILD"
Estas pondrán a prueba tu conocimiento sobre la marca, dinamizando el proceso y transformándolo en algo "tangibile".

El juego incluye 128 cartas diseñadas para guiar al emprendedor a una reflexión profunda sobre su marca, estructuradas en 3 niveles de exploración. Cada nivel contiene 3 categorías, y cada categoría tiene 3 subcategorías, con 3 preguntas por subcategoría, proporcionando así un análisis exhaustivo.

Este formato asegura una experiencia dinámica y estructurada, con resultados medibles y un diagnóstico que define una ruta clara y adaptada a las necesidades de cada marca. Las cartas están diseñadas para usarse en sesiones presenciales, programadas de acuerdo con la disponibilidad de ambos partes.

TABLEROS/MARCADORES/RELOJ DE ARENA



Estas herramientas son fundamentales para que la dinámica del juego funcione de manera efectiva. El reloj de arena simboliza el tiempo limitado para responder, lo que fomenta dinamismo y pensamiento rápido. Los tableros borrables, junto con los marcadores, se complementan al permitir plasmar, ajustar y reorganizar ideas de forma ágil, fomentando una experiencia interactiva y colaborativa ideal para dinámicas de diagnóstico y creatividad.

RULETA

"La ruleta", la forma en que será presentado el diagnóstico de tu marca (Esta se irá completando conforme se realicen las sesiones)

9 CATEGORÍAS Aquí encontrarás el nombre de las categorías, tales como: "brand vision", "brand identity", "branding", etc) y las (3) subcategorías que se desglosan de cada una. (CADA NIVEL REPRESENTA UNA CATEGORÍA DISTINTA)		3 NIVELES Aquí encontrarás el desglose completo de todas las ideas de los (3) niveles del juego. (CADA NIVEL TIENE 3 CATEGORÍAS Y 9 SUBCATEGORÍAS)
TU MARCA/RESULTADO Aquí encontrarás el nombre de tu marca y el resultado parcial de tu diagnóstico. (SE USA COMPLETANDO CONFORME LAS SESIONES)	TU MARCA/RESULTADO (CADA PARTE DE LA RULETA FUNCIONA COMO UN BOTÓN)	27 SUBCATEGORÍAS Aquí encontrarás las respuestas dadas (emprendedor/consultor) en el juego a las 3 preguntas de cada subcategoría. Su similitud o discordancia define el diagnóstico final, ya mayor similitud, mejor alineación de la marca! (CADA LETRA REPRESENTA UNA SUBCATEGORÍA DISTINTA)

PÁGINA WEB



La página web es un elemento clave dentro del sistema del proyecto, ya que actúa como el punto de partida y uno de los ejes centrales de la experiencia. Su funcionalidad comienza con el registro de los participantes, donde se recopila la información básica tanto ellos como de sus marcas que buscando el no sesgar al consultor,

asegurando su participación objetiva. Además, la página extiende su relevancia al juego en sí, ya que permite jugar en línea mediante las cartas digitales y da un hogar al diagnóstico, el cual se presenta de manera dinámica a través de la ruleta interactiva. Este enfoque integral garantiza una experiencia fluida, accesible y cohesionada.

PÁGINA WEB

www.saliedodel/cajon.com



ESTRATEGIA

SALIENDO DEL/cajón X Cámara de Comercio de Cali

La alianza entre la Cámara de Comercio de Cali y Saliedo del Cajón busca empoderar a emprendedores de moda mediante una experiencia que ofrece herramientas para diagnosticar y estructurar estratégicamente sus marcas. Como parte de esta campaña, los caleños encontrarán "Public Brainstorming" en varios puntos de la ciudad;

posters colaborativos que se completarán con respuestas a la pregunta "¿Qué te hace sentir/pensar esta imagen?". Las imágenes se extraerán de lo que cada emprendedor adjunte en su registro inicial, demostrando que la percepción externa de nuestras marcas puede diferir de lo que pensamos o queremos.



TODOS ESPERAN DE TU MARCA ALGO MÁS QUE UN LOGOTIPO RECONOCIBLE.





PADCV 2024-2