

## Carpeta de presentación de la marca

### I. Requisitos

Formato digital de la carpeta: PDF de hasta 10MB.

### II. Estructura de la información

#### 1. Portada de la carpeta

Logo de la marca | Nombre de la marca | Slogan de la marca o frase representativa -si lo tuviera-.

#### 2. Presentación / introducción

En este punto deberás explicar quién sos, es decir, cuál es tu descripción como marca. Incluye tu historia, tus valores y tu equipo de trabajo (pero no debés extenderte demasiado porque este punto solo introduce, anticipa y prepara para el siguiente, que es el más importante de tu carpeta: los productos y servicios que ofrecés).

#### 3. Productos o servicios

En este punto debés explicar qué hacés, es decir, los productos o servicios que ofrecés (con sus correspondientes fotografías). Posteriormente debés explicar cómo lo hacés (procesos), es decir, debés mostrar las características de tus productos y/o servicios y las acciones que le dan existencia (pero no es un paso a paso, solo tenés que contar lo más destacado de tus “haceres”).

En este punto debés detallar los productos con los que vas a participar en La Diseña (descripción y fotografías de lo que será tu oferta durante el desarrollo de la feria). También podés mencionar aquí diseños en proceso y/o futuros diseños.

#### 4. Experiencia / trayectoria

En este punto debés exponer dónde vendés, a quién le vendés, cómo vendés, cuáles son tus logros y/o reconocimientos, cómo fue tu recorrido, tu crecimiento y tu proyección como marca hasta el día de hoy.

#### 5. Valores diferenciales

El diseño de este punto implica una reflexión sobre lo que sos y lo que hacés para destacar aquellos valores, atributos o servicios que te diferencian del resto (colocar tres o cuatro aspectos que te diferencian o en los que innovás).

#### 6. Statement o propósito de tu marca

En este punto debés explicar qué aportas al mundo más allá del producto o servicio que comercializas, es decir, cómo colaboras para que el mundo sea un lugar mejor. Si aún no tenés un propósito, esta es una buena oportunidad para pensarlo y definirlo, ya que no deberían existir marcas sin propósito.

#### 7. Datos de contacto

En este punto, en la carpeta de presentación, se debe detallar toda la información de contacto de la marca. No te olvides de colocar tus redes sociales, ya que el jurado va a requerir de ellas (deben estar actualizadas y comunicar tu oferta de valor).

## Importante

La carpeta es una herramienta visual, por lo tanto los ítems anteriores, en lo posible y cuando corresponda, deben estar acompañados por fotos que den cuenta de la narrativa que estás contando.

**La carpeta es un relato que habla por vos y tu marca.**