

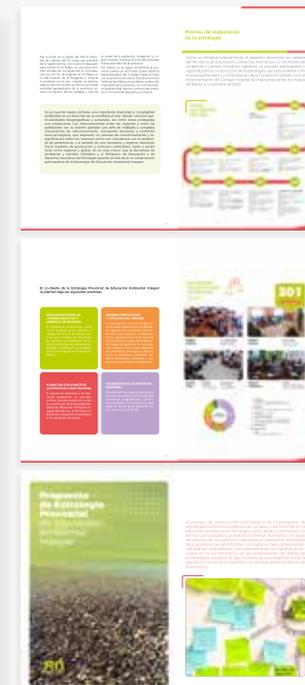
# PORTFOLIO DESTACADO

---





# ESTRATEGIA educación ambiental RN



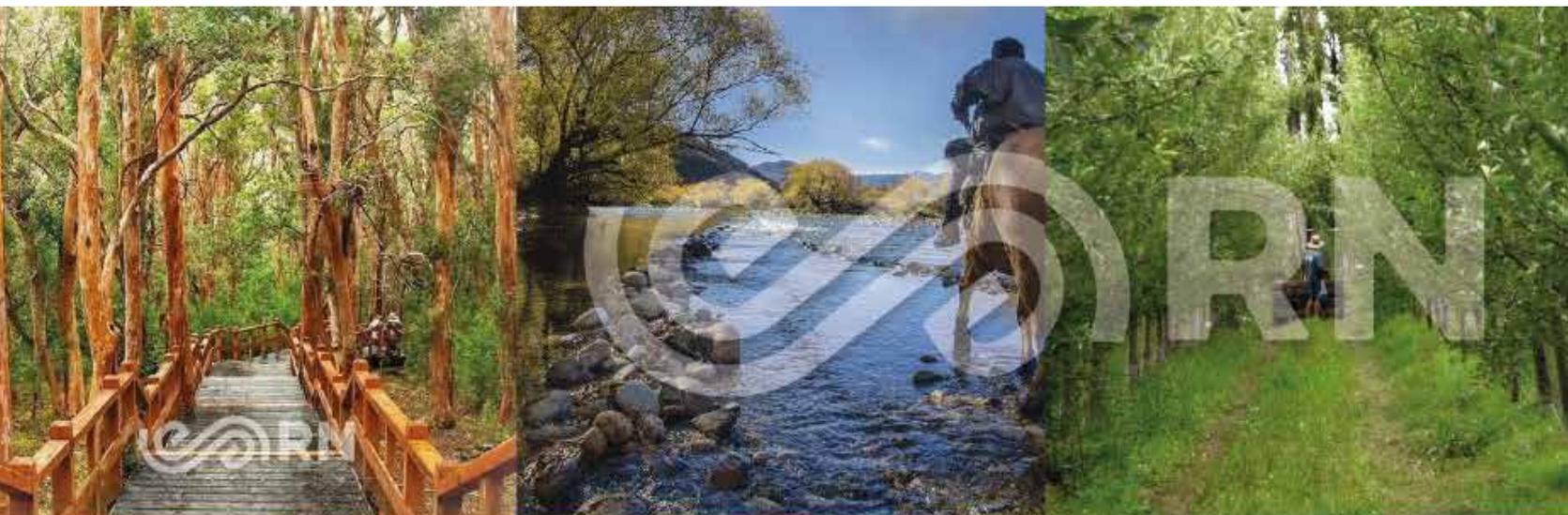
## 2022 - CONSULTORIA ESTRATEGICA PARA LA PROVINCIA DE RIO NEGRO

+ Diseño de **identidad institucional participativa** para la consultoría Estratégica de Educación Ambiental para la provincia.

+ Arte, diseño y sistematización de **relatorías de encuentros participativos** en las cuatro regiones que conforman la provincia de Río Negro junto a **herramientas educativas de las jornadas**.

**Documento editorial con la sistematización** de los encuentros realizados junto con la Propuesta estratégica para abordar la Educación Ambiental en la provincia.

Cliente: EPPEAI, Fundación QMark



**2022 - CONSULTORIA ESTRATEGICA PARA LA PROVINCIA DE RIO NEGRO**

+ Consultoria y diseño de propuesta estrategica de comunicación, prototipo de identidad institucional y arquitectura para canal de abordaje de la Educación Ambiental Integral en la provincia de Rio Negro dentro de la consultoria EPPEAI

**RECONOCIMIENTO**

Ser convocada a participar activamente de la consultoria EPPEAI para la provincia de Rio Negro.



Integral Ejecución

**Inicia 2do año Ceva Business Program**

2021-2023

*Juntos, desarrollando capacidades*

**Juntos, más allá de la Salud Animal**

www.ceva.com.ar

Pasos para la implementación de IMMUCOX 5 en la práctica de incubación

### IMMUCOX 5

1. VERIFICAR LA LISTA DE PRODUCTOS QUE SE VAN A UTILIZAR EN EL PROCESO DE INCUBACIÓN
2. ANIMAR CONSERVAMENTE UN BARRIO DE CUNA CON BASES DE CUNA AL 100% DE CUBIERTAS
3. TENER LA LISTA DE PRODUCTOS QUE SE VAN A UTILIZAR EN EL PROCESO DE INCUBACIÓN, SE DEBE AJUSTAR EN LA RESPUESTA PARA SER LA PRODUCCIÓN DE CUNA
4. COLAR LA SOLUCIÓN
5. ACOMODAR EQUIPAMIENTO EN UNO DE LOS BARRIOS
6. ADECUAR EL CUBIERTOS DE CUNA
7. ADECUAR LA CUBIERTOS DE CUNA
8. VERIFICAR LA LISTA DE PRODUCTOS QUE SE VAN A UTILIZAR EN EL PROCESO DE INCUBACIÓN
9. VERIFICAR LA LISTA DE PRODUCTOS QUE SE VAN A UTILIZAR EN EL PROCESO DE INCUBACIÓN
10. VERIFICAR LA LISTA DE PRODUCTOS QUE SE VAN A UTILIZAR EN EL PROCESO DE INCUBACIÓN

Tabla 1. EJEMPLO



Antes, creando el futuro

**Ceva Business Alumnus**

**Llego el día**

**Jueves, 30 septiembre 5:00 – 6:00pm**

**Bienvenida**  
Martín Diaz & Anahí Schvachman

**¿Cómo crear valor?**  
Jonathan Lodi  
Impulsando mejores empresas, sostenibles y con propósito

10 de reunión: 893 41 ES 9772  
Código de acceso: 187181

**¿Cómo participar?**

1. Ingresar a la plataforma web de Ceva Business Alumni:  
[www.ceva-comunicación.com.ar/CBA/login.php](http://www.ceva-comunicación.com.ar/CBA/login.php)
2. Ir a CONFERENCIAS y REGISTRATE

De 17 a 18 de Agosto

Jonathan Lodi  
Impulsando mejores empresas, sostenibles y con propósito  
Web: [www.ceva.com.ar](http://www.ceva.com.ar)

**2020-2023 - FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL**

- + Consultoría estratégica.
- + Creación de herramientas institucionales de comunicación externa e interna para la firma.
- + Diseño y desarrollo de sistema visual identitario del Programa Educativo para profesionales, Ceva Business Program

Ciente: Ceva Salud Animal



[VER CAMPAÑA](#)



[@RECICLATUACEITEUSADO](#)



**CORTO ANIMADO**  
DISEÑO GRÁFICO DIRIGIDO A LOS  
PEQUEÑOS GRANDES GENERADORES



**2020-ACTUALIDAD - CAMPAÑA RECICLA TU ACEITE**

+ Consultoría estratégica. Creación de identidad de **campana con el objetivo de fortalecer la unidad de negocios de Reacondicionamiento de Aceite Usado de Cocina, y generar conciencia en la comunidad.**

+ **Desarrollo de normativa y herramientas de difusión y educativas** para para los grupos de interes: comunidad, empleados, municipios, instituciones educativas.

Cliente: Mandala Consultora para la firma DH-SH

**RECONOCIMIENTO**

Premios ObrarFederal del Consejo Publicitario Argentino a las campañas de Comunicación con Impacto Positivo que llegan a todo el país. Premio Plata en la categoría PYMES por el trabajo conjunto con la empresa DH-SH Srl y la campaña#ReciclatuAceite.



**DH-SH**  
RECICLADO DE ACEITE USADO

20 años brindando soluciones  
en el mayor polo acenero del mundo

- 1 QUIENES SOMOS
- 2 SERVICIOS
- 3 CAMPAÑA RECICLA TU ACEITE
- 4 PROGRAMA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL
- 5 INVESTIGACIÓN SOMOS PARTE DE LA SOLUCIÓN
- 6 CADENA DE VALOR
- 7 OBJETIVOS Y METAS LOGRADAS

BROCHURE



www.dhsh.com.ar

### 2020-ACTUALIDAD - FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

- + Consultoría estratégica corporativa.
- + Creación de herramientas institucionales para la firma y la comunicación de su campaña.

Cliente: Mandala Consultora para la firma DH-SH

#### RECONOCIMIENTO

Premios ObrarFederal del Consejo Publicitario Argentino a las campañas de Comunicación con Impacto Positivo que llegan a todo el país. Premio Plata en la categoría PYMES por el trabajo conjunto con la empresa DH-SH Srl y la campaña #ReciclatuAceite.



LATAM  
**1.147**

EMPRESAS B  
CERTIFICADAS

MUNDO  
**7.966**

[ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES](#)



A C D E R F K D U L P S A F J M  
C U N F S D E J G F O P L M V C  
L A E C O D **S E R** M L S B C P R  
M I D G C L N W F P I C O S U D  
A C E **S U S T E N T A B L E**  
T C D E R F K D U L P S A  
I A Q U A R T O L G S N  
A C D C O Z I N H A E N



Uruguay creciendo hacia una economía equitativa, inclusiva y regenerativa



### Protagonistas de un nuevo liderazgo empresarial

Somos un equipo de líderes de empresas y organizaciones reconocidas en Uruguay que, inspirados en la visión de Sistema B, utilizamos nuestras capacidades y habilidades para impulsar iniciativas concretas hacia una economía de buenos negocios con valor positivo para las personas y el planeta.

### Pilares del Consejo Empresarial

#### Aportar valor a miembros

Hacia la transformación a modelos de negocio de triple impacto.

#### Ejecutar iniciativas de impacto

Ser agentes de cambio construyendo propuestas concretas que se conviertan en bienes públicos para avanzar TODOS hacia el desarrollo sostenible.

#### Visibilizar la labor conjunta

Promover la articulación de las empresas miembro que potencien esfuerzos individuales.

EMPRESAS B  
CERTIFICADAS

LATAM

+1.000

MUNDO

+5.900

EMPRESAS BIC



+10.000

### Tres años de impacto +38 MIEMBROS +500 COLABORADORES

#### Propuesta de valor

- Programa para Miembros.
- Programa para Colaboradores.
- Participación en eventos nacionales y regionales.
- Comunidad de colaboradores y miembros.
- Interacción con actores relevantes del sector público y privado.

- Ley BIC, empresas que buscan un Beneficio e Interés Colectivo.
- Proyecto piloto Mision Huella, herramienta de bien público construida con el Ministerio de Ambiente con el fin de medir las emisiones de gases de efecto invernadero.
- Mesa de Cambio Climático, sector público y privado trabajando juntos en adaptación y mitigación del CC

#### Políticas Públicas

#### Iniciativas Colectivas

- Manual de buenos negocios: 25 modelos y 25 buenas prácticas.
- Plataforma colaborativa de impacto: concentrado de servicios, productos, fondos, etc. en un solo lugar.
- Protocolo de compras de impacto del sector privado: contribuir al cambio en las políticas de compra.



## Sumate

- + Liderar la agenda de triple impacto en el país.
- + Ser parte de un movimiento global.
- + Recibir herramientas para la transición hacia un nuevo paradigma como: Comunicación y Marketing de Impacto, Gestión de residuos sustentable, Reducir la Huella, Buenas Prácticas, etc.
- + Capacitar a los colaboradores de la organización para promover agentes de cambio.
- + Transformar su actual modelo de negocios e incorporar buenas prácticas de la mano de referentes nacionales e internacionales.
- + Acceder a Marketplace de impacto.
- + Networking de calidad con ecosistema de impacto positivo.
- + Promover alianzas y negocios de impacto nacionales, regionales y globales.

BENEFICIOS

Ser miembro implica **participar** de 4 reuniones estratégicas al año, y **convenir**:

- Adherir a los 17 ODS
- Medir nuestro impacto
- Activar la Nueva Economía

COMPROMISOS

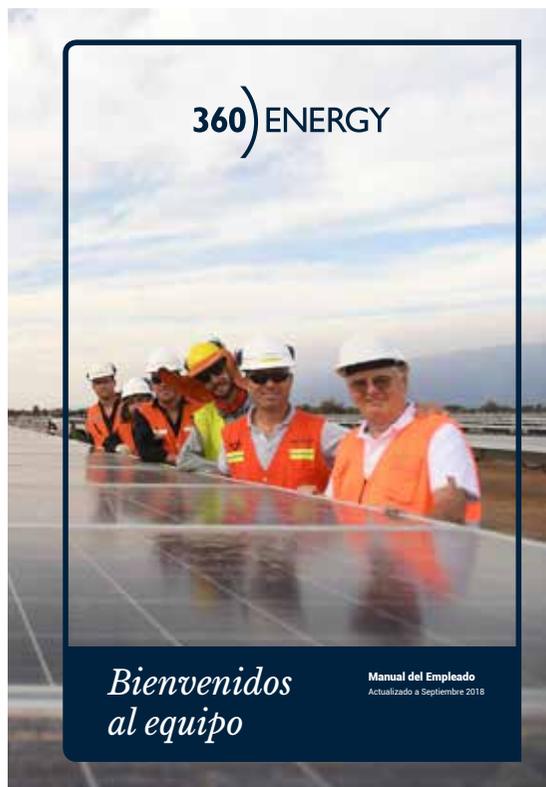
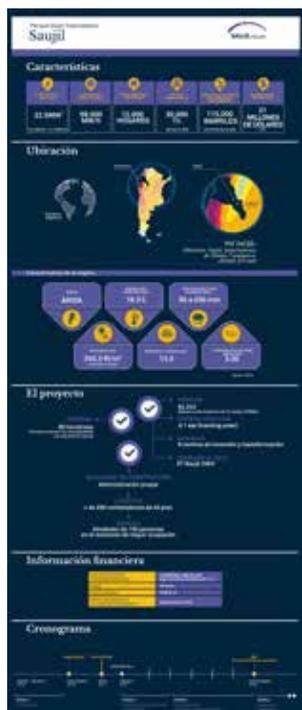
- Liderar con propósito
- Escalar el triple impacto
- Movilizar recursos

El futuro sólo será posible con empresas con impacto [www.consejoempresarialb.org](http://www.consejoempresarialb.org) f @

## 2023- ONEPAGE EDITORIAL

Consultoría estratégica para el desarrollo de herramienta de difusión específica.

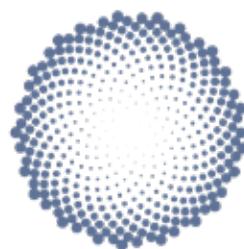
Ciente: Consejo Empresaria de Sistema B Uruguay



### 2017-2020- DISEÑO ESTRATEGICO

- + Diseño estratégico de identidad corporativa.
- + Diseño y desarrollo de herramientas graficas y digitales de comunicación externa e interna.

Ciente: Consultora para 360Energy



# Quinta Esencia

*escuela de la naturaleza*



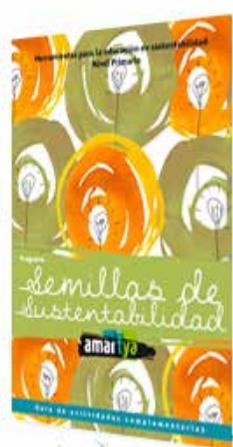
## 2015-ACTUALIDAD- IDENTIDAD

- + Diseño grafico de distintas herramientas para acompañar la comunicación de la escuela en Mar Chiquita, provincia de Buenos Aires.
- +Diseño grafico para acompañar Programas educativos
- + Diseño grafico para presentaciones y redes sociales.



## 2015-ACTUALIDAD- CAMPAÑAS SOCIALES

- + Diseño estratégico para la identidad de la organización y sistema de visual de herramientas para el desarrollo de los programas educativos, como ser flyer, marcas, infografías, cuadernillos, presentaciones, etc.
- + Campañas de comunicación
- + Diseño gráfico para presentaciones y redes sociales.



GUIA COMPLEMENTARIA  
[VER VERSIÓN DIGITAL](#)



HERRAMIENTA  
[VER VERSIÓN DIGITAL](#)



## 2015-2017 - HERRAMIENTAS EDUCATIVAS PARA TRABAJAR LA SUSTENTABILIDAD EN DISTINTOS NIVELES EDUCATIVOS

- + Arte, diseño y sistematización de libro instructivo **Semillas de Sustentabilidad** para docentes nivel inicial y primario.
- + Arte, diseño y sistematización de juego **Consuma Dignidad** para docentes nivel secundario y terciario.
- + Desarrollo digital de web interactiva con soportes educativos para docentes de nivel secundario **Educación para una ciudadanía sustentable**.



# Profaess

Promoción de **Finanzas Alternativas** para la **Economía Social y Solidaria**



CARTILLA DE INVESTIGACIÓN NACIONAL  
[VER VERSIÓN DIGITAL](#)



## 2016 - CAMPAÑA DE FINANZAS ALTERNATIVAS EN ARGENTINA

+ Consultoría estratégica. Creación de **identidad institucional participativa** para el desarrollo de la organización promotora de las finanzas alternativas. Implementación de un sistema de herramientas institucionales.

+ **Desarrollo de la campaña promocional del ciclo de conferencias nacionales: para las provincias Buenos Aires, Mendoza, Rosario y Tucumán**

PROFAESS trabaja en la identificación, la promoción y la gestión de modelos alternativos de financiamiento para proyectos regidos por los principios de la Economía Social y Solidaria, contribuyendo de esta manera a la humanización de la economía, y a un impacto positivo en lo económico, social y medioambiental.

El desafío fue acompañar la comunicación de PROFAESS en la creación y sensibilización de una alternativa de financiamiento que se adecue a las necesidades del sector. A través de la consultoría y planificación estratégica de comunicación, donde se desarrolla la identidad institucional

(naming+marca) y submarcas se determinaron ejes comunicacionales normativos. Todo se conglomeró en distintas piezas de comunicación digitales y editoriales.

**BENEFICIARIOS** la comunidad de la Economía social y solidaria en Argentina.  
**EQUIPO** Carla Lizzano, Improve-in, EstudioColmena

**Cliente:** Fundación Avina, La Base, Nuestras Huellas, particulares



CONSULADO GENERAL  
DEL ESTADO PLURINACIONAL  
DE BOLIVIA EN ARGENTINA

*Por tus derechos, junto a ti.*



ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

*Por tus derechos, junto a ti.*



CONSULADO GENERAL  
DEL ESTADO PLURINACIONAL  
DE BOLIVIA EN ARGENTINA



## 2012 - IDENTIDAD Y PERTENENCIA

- + Creación de **identidad institucional** del consulado que representa a la comunidad boliviana en Argentina.
- + Desarrollo de **instructivos que ayudaban a la clara legibilidad.**
- + Desarrollo de **postales** sobre los derechos de la comunidad en temáticas afectadas: la identidad, la discriminación y la trata de personas.

Se desarrolló junto con ACCEDER la identidad del consulado que representa a la comunidad boliviana en Argentina, debido a la carencia de una identidad que los ampare y los represente como comunidad. En el mismo proyecto, se trabajó sobre la comunicación formal del Consulado y como las personas efectivizan los reclamos por sus derechos. De esta manera se implementaron cambios que favorecen a la clara legibilidad en

piezas instructivas debido a problemas en la comprensión y realización de los mismos. Por otro lado, se hicieron una serie de tres postales de sensibilización.

**BENEFICIARIOS** la comunidad boliviana **EQUIPO** Acceder, EstudioColmena



[VER SPOT](#)



## 2012. CREACIÓN DE CAMPAÑA YO CONSUMO AGRICULTURA FAMILIAR + Creación de campaña para la comunidad realizada en el mercado de Bonpland.

Experiencias relacionadas con la economía solidaria, la producción familiar, el comercio justo y el consumo responsable para contribuir a la identificación de los principales elementos que constituyen una oferta sostenible. Con el fin de sensibilizar, informar y divertir a los consumidores y la población en general en distintos puntos del barrio de Palermo, se realizó la concepción de un festival que aborde estos temas, a través de la Fundación Icei y CECOPAF - Centro de Comercialización de Productos para la Agricultura Familiar.

Para ello se planificó la campaña de forma conjunta y participativa donde se realizó la identidad del festival, junto con piezas de comunicación persuasivas, como spot, remeras, bolsas, folletería. En el mismo fue importante la participación de los productores con realización de degustaciones.

**Equipo:** Fundación ICEI, CECOPAF, Estudio Colmena, MkoF, Circo Social del Sur, Cia. Nacional de Fósforos

**Cliente:** Fundación ICEI



## 2012. IDENTIDAD DE TURISMO RURAL

+ Consultoría estratégica. Creación de **identidad institucional participativa** para siete emprendedores de la región de Las Flores, **plan estratégico de Comunicación** y **portal web**.

El Grupo de Turismo Rural "Naturalmente Las Flores" asumía una necesidad concreta: de realizar acciones de comunicación en forma conjunta enmarcadas en una identidad única y comunicar su oferta en un sitio web institucional, como así también contar con un producto turístico para ofrecer a potenciales visitantes y turistas interesados en la propuesta de Turismo Rural.

Realización de un Plan estratégico de Comunicación donde se trabajó de manera conjunta y participativa con el grupo de emprendedores en el branding comunicacional y turístico de la ciudad de LAS FLORES, pcia. de Buenos Aires, donde la puesta estuvo en poner en valor a los tres pueblos o parajes rurales que la conforman: Rosas, Villa Pardo y Pago de Oro. Fortaleciendo de esta manera la promoción del Turismo Rural como escape, organizando y definiendo el producto turístico relacionado bajo una oferta destacada en la naturaleza y en la temática de pueblos rurales resaltando sus cualidades y diferenciales.

Las experiencias de los mismos emprendedores fueron el eje comunicacional en el proyecto. Esta propuesta se configura como innovadora dentro del ámbito de la promoción turística, porque abandona el mero mensaje "informativo" para pasar a un mensaje "vívido, con historia".

### Equipo

UNSAM, INTA, PROSAP, UCAR, Ministerio de Turismo de la Ciudad de Las Flores, Raúl Mendivil y los emprendedores sociales: Finca El Malambo, Lo de Jorgito, Stella Maris, Ser del Sol, Yamay, El Churrinche. Espacio Turismo Rural, EstudioColmena,



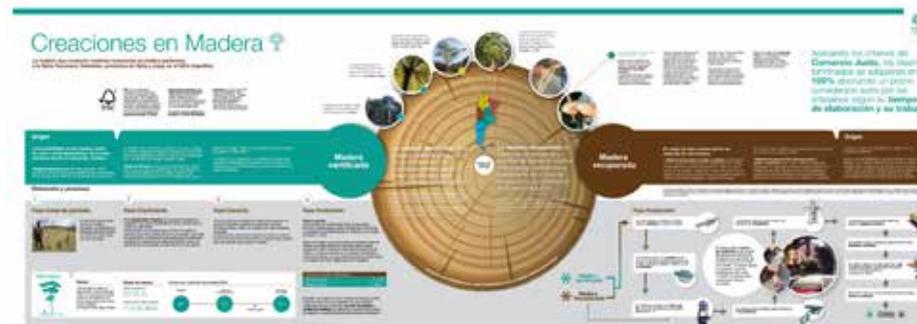
[VER ANIMACIÓN](#)



## 2012. IDENTIDAD Y CAMPAÑA

+ Creación de **identidad institucional participativa** de teatro de región noroeste, conglomerando los partidos Tres de Febrero, San Martín, José C. Paz, Malvinas Argentinas, San Miguel  
 + Desarrollo de **portal para difundir las compañías teatrales y las salas de teatros por zonas, grupos beneficiarios.**

Ciente: Cono Teatral de Buenos Aires



## 2019. IDENTIDAD DE MUEBLES Y TEXTIL

- + Creación de **identidad institucional** de la marca con sus líneas de productos textil y maderas.
- + **Desarrollo de distintas piezas graficas como infografias.**
- + Asesoramiento en Comunicación estratégica en el diseño del emprendimiento: arte, publicidad, fotografía, materializadas en piezas digitales y gráficas.
- + Desarrollo de sitio web

Empresa joven con profundas raíces y tradiciones heredadas del interior de la Argentina. Ofrece dos líneas de productos naturales y ecológicos, para el beneficio de los consumidores como de los productores en Maderas Certificadas, Maderas Recuperadas, Cueros Curtidos Vegetales y Textiles de Fibras Naturales. El proceso fue construir los valores de marca que apuestan al trabajo manual y al valor artesanal como pilares de un comercio justo, y hacia una economía más equitativa y solidaria.



# MERCADO DE ECONOMÍA SOLIDARIA Bonpland

Organizaciones Produciendo Valores

[VER VIDEO](#)



Mercado Bonpland, alimentos, indumentaria, artesanías cerca de tu casa.

Lácteos, yerba, verduras, tejidos, indumentaria, artesanías, conservas, y mucho más.

Martes, Viernes y Sábado de 10 a 20 hs.

Mercado Bonpland, alimentos, indumentaria, artesanías cerca de tu casa.

Lácteos, yerba, verduras, tejidos, indumentaria, artesanías, conservas, y mucho más.

Martes, Viernes y Sábado de 10 a 20 hs.



Lácteos, yerba, verduras, tejidos, indumentaria, artesanías, conservas, y mucho más.



## 2010-2011. MERCADO DE ECONOMIA SOCIAL SOLIDARIA

+ Creación de **identidad institucional participativa** con más de 10 organizaciones activas dentro del espacio.

El Mercado, emplazado en un edificio histórico (1914), se propone como un espacio de cooperación productiva dentro de los principios básicos de la Economía Social, entendida como la búsqueda de formas alternativas de hacer economía. Los productos que se encuentran dentro del mercado son: Frutas y verduras agroecológicas, Productos de empresas recuperadas, Publicaciones del comercio justo, organizaciones y redes sociales, Artesanías y productos regionales, Productos de limpieza, Textiles libres de trabajo esclavo, Buffet-algo para comer, Actividades culturales, Murgas y otras músicas, Mesas redondas, Biblioteca. A partir de un intenso trabajo participativo, productivo e inclusivo, realizado junto a los productores del Mercado y la Fundación Icel, se establecieron nuevos aportes, propuestas y puntos de vista que dieron como resultado una estrategia visual que se percibe en un efectivo sistemas de piezas gráficas de entorno que potencian la propuesta del Mercado dotándolo de la personalidad carente hasta el momento, tanto en su ámbito de influencia barrial como puertas adentro.

**Identidad espacial y señalética.** Kit de piezas institucionales.

**COOPERATIVAS Y TRABAJADORES BENEFICIADOS:**  
 APF Florencio Varela + CECOPAF + Red del Campo + Fecoagro + Soncko Argentino + Rio Paraná + CEDEPO + ICECOR + LA ALAMEDA + LA ASAMBLEARIA + PUERTO RICO + RED DEL CAMPO.- El rol del comunicador

**EMPLAZAMIENTO:** Bonpland 1660, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.  
**Cliente:** Fundación ICEI







EDICIÓN 2022  
[VER VERSIÓN DIGITAL](#)



EDICIÓN 2023  
[VER VERSIÓN DIGITAL](#)



## DISEÑO DE REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

Arte, diseño y sistematización de reporte sustentable para la firma DH-SH, para el período 2023 y 2022.

Ciente: Mandala Consultora para la firma DH-SH



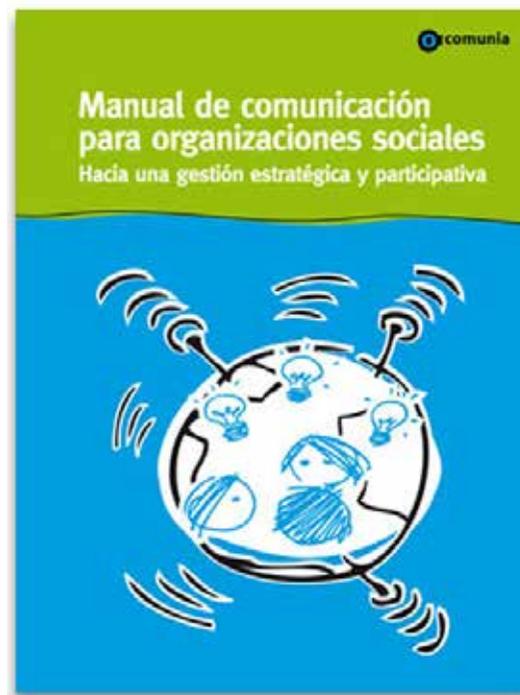
CARTILLA DE  
INVESTIGACIÓN NACIONAL  
[VER VERSIÓN DIGITAL](#)



#### 2009-2015 - INVESTIGACIONES ANUALES EN SUSTENTABILIDAD

- + Arte, diseño y sistematización de serie de investigaciones propias en materia de sustentabilidad.
- + Desarrollo del branding de los 10 años de labor de la consultora periodística.

Ciente: ComunicaRSE



MANUAL  
[VER VERSIÓN DIGITAL](#)



2010 - MANUAL DE COMUNICACIÓN PARA ORGANIZACIONES. SOCIALES. HACIA UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA Y PARTICIPATIVA.  
+Arte, diseño y sistematización de manual para organizaciones sociales.

Ciente: COMUNIA Asociación Civil.

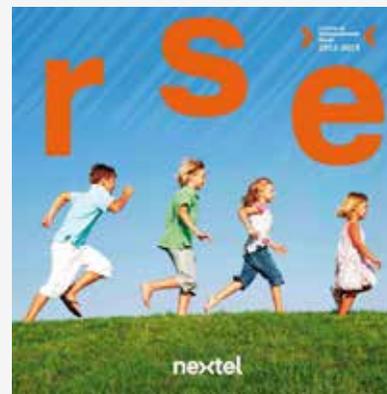
**RECONOCIMIENTO**

Agradeciendo ser convocada por la organización, a ser co-autora del capítulo de Identidad Visual, llamando a la reflexión sobre el valor de un sistema identitario como valor de comunicación. Los ejes que aborda el manual son los siguientes:

- La comunicación para el cambio social. ¿Qué papel juega la comunicación en las organizaciones sociales?
- Identidad y comunicación: ¿cómo se relacionan?
- Diagnóstico y planificación participativa de la comunicación
- El plan de comunicación



NESTLE EDICION 2009  
[VER VERSIÓN DIGITAL](#)



NEXTEL EDICION 2012/13  
[VER VERSIÓN DIGITAL](#)



NEXTEL EDICION 2008/09



NEXTEL EDICION 2010/11  
[VER VERSIÓN DIGITAL](#)



NEXTEL EDICION 2007

## REPORTES DE SUSTENTABILIDAD

Arte, diseño y sistematización de reporte sustentable para la firma Nextel y Nestlé.

Cliente: ComunicaRSE para las firmas Nestlé y Nextel



MEMORIA  
[VER VERSIÓN DIGITAL](#)



LECCIONES APRENDIDAS  
CUADERNILLO DE APOYO  
A EMPRENDEDORES SOCIALES  
[VER VERSIÓN DIGITAL](#)



2003-2010- MEMORIA Y CUADERNILLO DE APOYO A EMPRENDEDORES SOCIALES  
+ Arte, diseño editorial y su sistematización.

Ciente: Fundación ICEI

[www.fabro.com.ar](http://www.fabro.com.ar)  
[info@fabro.com.ar](mailto:info@fabro.com.ar)  
+54911 60598432

