



## **MINISTERIO DE AGROINDUSTRIA DE LA NACIÓN**

### **UNIDAD PARA EL CAMBIO RURAL (UCAR)**

### **PROYECTO DE ASISTENCIA INTEGRAL PARA EL AGREGADO DE VALOR EN AGROALIMENTOS (PROCAL)**

“Asesoramiento en diseño, comunicación y packaging para la  
Federación de Cooperativas Federadas (FECOFE)”

Junio 2016



## ÍNDICE

A. Denominación del Proyecto.....	3
B. Personal que interviene en la formulación .....	3
C. Localización y área de influencia .....	3
D. Justificación .....	3
E. Objetivos.....	4
F. Beneficiarios.....	5
G. Descripción de las actividades .....	6
H. Cronograma de actividades.....	8
I. Impactos esperados .....	8
J. Organismo ejecutor y coordinador .....	9
K. Riesgos y sostenibilidad.....	9



## A. Denominación del Proyecto

Asesoramiento en el diseño de la identidad de marca y packaging para la línea de productos de las Cooperativas que forman parte de la Federación de Cooperativas Federadas (FECOFE).

## B. Personal que interviene en la formulación

- Proyecto de Asistencia Integral para el Agregado de Valor en Agroalimentos (PROCAL).
- Ministerio de Producción de la Provincia de Santa Fe.
- Federación de Cooperativas Federadas (FECOFE).

## C. Localización y área de influencia

La localización de las cooperativas productoras participantes del proyecto comprenden las siguientes provincias: Provincia de Buenos Aires, Córdoba, La Pampa, Santa Fé, Chubut, La Rioja (ver cada una de las localidades en la tabla de beneficiarios, en el punto F). La sede de FECOFE, donde se realizarán las reuniones, las capacitaciones al equipo comercial y las presentaciones de los proyectos se encuentra en la Ciudad de Buenos Aires.

## D. Justificación

Las acciones de apoyo y consultoría al sector de alimentos, suelen enfocarse en los aspectos de calidad y producción; es decir en los primeros eslabones de la cadena.

En este proyecto el foco se pone en dotar de herramientas a la iniciativa comercial que una federación de cooperativas pone a disposición de sus miembros.

El punto de partida del este proyecto se apoya en que, en la mayoría de los casos, los packaging de los productos de las cooperativas y su comunicación, están por debajo de los estándares del mercado. Habida cuenta que dichos productos deben competir de igual

a igual con marcas comerciales que cuentan con importantes inversiones en diseño de packaging, es fundamental poder desarrollar una cultura de diseño estratégico en el equipo comercial de FECOFE. El desarrollo de un programa que sirva de base para el diseño de una marca insignia de los productos que la Federación vaya a comercializar y una serie de diseños de packaging para un grupo de familias de productos, que una vez implementados puedan utilizarse para el resto de los productos y nuevas líneas.

Por otra parte, en la búsqueda por encontrar un valor diferenciador de la propuesta de los productos de FECOFE, es objetivo de este programa determinar algunos atributos innovadores que den cuenta de los orígenes del producto y/o una mejor comunicación de los aspectos nutricionales de los mismos, u otras alternativas innovadoras que en el desarrollo de la consultoría se puedan detectar y aporten valor y diferenciación.

## E. Objetivos

Objetivo principal: Diseñar un sistema de marcas y packaging propio que permita a la Federación comercializar productos alimenticios elaborados por las cooperativas productoras miembros, a través de la unidad de comercialización.

Objetivos específicos:

- Realizar un programa de consultoría en identidad estratégica y comunicación de sus actuales productos y servicios.
- Establecer las tipologías de productos que, en el corto, mediano y largo plazo va a comercializar.
- Realizar un análisis de los canales de venta posibles de esos productos.
- Realizar un análisis comparativo con marcas de cooperativas de alimentos, marcas propias de supermercados y marcas referentes de cada tipología de producto.
- Realizar un taller exploratorio de búsqueda de alternativas innovadoras para detectar el valor diferencial que la propuesta de packaging de FECOFE podría incorporar en sus productos (Ej: formas complementarias de mostrar la información nutricional, sistemas de linkeo vía código QR a sitio web con ampliación de la información, etc). En ese taller complementariamente se determinarán conceptos que servirán de base a los diseños utleriores.



- Diseñar la marca y eventualmente sub-marcas que utilizará en sus productos comerciales.
- Diseñar 4-5 “packaging tipo”, para las principales familias de producto con la que se va a lanzar la comercialización, supervisando el diseño junto a un diseñador junior.

## F. Beneficiarios

N°	COOPERATIVA	CONTACTO	LOCALIDAD	PROVINCIA
1	Agrícola Ganadera de Garré Ltda.	Mario Eleno	Garré	Buenos Aires
2	Agricultores del Sur Ltda.	Edgar Clerici	Jovita	Córdoba
3	Tambera, Agrícola, Ganadera La Danesa Ltda.	Eduardo Calvari	Adelia María	Córdoba
4	Agrícola Ganadera Esteban Piacenza Ltda.	Hernan Gaglioli	Alta Italia	La Pampa
5	De Trabajo Alimentaria San Pedro Ltda.	Ezequiel Fuchs	San Pedro	Buenos aires
6	Agrícola Ganadera Camilo Aldao Ltda.	Isaias Ghio	Camilo Aldao	Córdoba
7	Agropecuaria Embajador Martini Ltda.	Gustavo Hezker	Embajador Martini	La Pampa
8	Agrícola Ganadera de Armstrong Ltda.	Horacio Peroni	Armstrong	Santa Fe
9	Agrícola Ganadera de Elena Ltda.		Elena	Córdoba
10	De Tamberos La América Ltda.	Marcelo Protti	Suardi	Santa Fe
11	Agrícola Ganadera de Arroyo Cabral Ltda.	Carlos Bergia	Arroyo Cabral	Córdoba
12	India Mariana Ltda.	Cristian Martin	Pocitos	San Juan
13	Agropecuaria Cooperchac Ltda.	Adrian Giachero	Río Cuarto	Córdoba
14	de Emprendimientos Múltiples Sudecor Litoral Limitada	Oswaldo Schiavetti	Bell Ville	Córdoba
15	Movimiento Argentino de Jóvenes Agrarios M.A.J.A.	Esteban Motta	La Plata	Buenos Aires
16	Agrícola Ganadera y de Consumo de Oncativo Ltda.	Federico Ciccio	Oncativo	Córdoba
17	Agrícola Ganadera de Monte Buey Ltda.	Omar Domizzi	Monte Buey	Córdoba
18	Agrícola Ganadera Cruz Alta Ltda	Cristián Ariosti	Cruz Alta	Córdoba
19	Agrícola Tambera James Craik Ltda.	José Volando	James Craic	Córdoba



20	Agropecuaria Alborada Ltda.	Alexis Misaña	Marcos Juárez	Córdoba
21	Agropecuaria Federada de Álvarez Piñero Ltda.	Gerardo Lucarini	Álvarez	Santa Fe
22	Agrícola Ganadera de Berabevú Ltda.	Guillermo Pranzetti	Berabevú	Santa Fe
23	Agropecuaria y Forestal Esperanza	Ana Barcena	General Güemes	Salta
24	de Productores Integrados de Cerezas Ltda.	Julio Keresteff	Gaiman	Chubut
25	La Riojana Cooperativa Vitivinifrutícola de La Rioja Ltda.	Roberto Mantomani	Chilecito	La Rioja
26	La Litiniense Cooperativa Tampera y Agropecuaria Ltda.	Omar Stratta	San Antonio de Litin	Córdoba

### G. Descripción de las actividades

Actividades	Metodología
1. Capacitación en diseño estratégico	Se realizarán una serie de talleres de capacitación para el equipo de FECOFE que incluirá, aspectos introductorios de diseño estratégico, identidad estratégica, identidad de marca, comunicación desde el packaging, diseño de la experiencia y tendencias en alimentos diferenciados. El objetivo de estos talleres es poder establecer un lenguaje común entre todas las partes que participarán del proyecto.
2. Definición de tipología de productos y “packaging tipos”	Se trabajará junto con el área comercial de FECOFE en la definición de las diferentes tipologías de familias que la federación tiene previsto comercializar, en el corto, mediano y largo plazo. Al mismo tiempo se elegirá para cada una de las tipologías una presentación tipo (Ej: bolsa de 500 gr., caja de cartón de 30 cm x 5cm x 5 cm de 170 gr., etc.), sobre la cual se realizará el prototipo de diseño de packaging.
3. Investigación en usuarios	Se realizarán observaciones en usuarios potenciales y eventualmente se realizarán entrevistas que permitan establecer conceptos que sean de utilidad para encontrar propuestas diferenciadoras.
4. Análisis y definición de los canales	Se trabajará junto con el área comercial de



comerciales	FECOFE en la definición de los canales comerciales que serán utilizados para la venta de sus productos (Ej: Supermercados de cooperativas, supermercados, venta online, etc.)
5. Análisis comparativo con marcas comerciales.	Sobre la base de la definición de las tipologías y los canales de venta, se trabajará en un análisis comparativo (poniendo foco en los packaging), con otras marcas comerciales de las mismas familias de productos. Se buscarán especialmente marcas de productos cooperativos, marcas de supermercados, marcas líderes de cada categoría, y referencias internacionales destacables.
6. Taller exploratorio de innovación y desarrollo de conceptos	Se realizará un taller exploratorio para la búsqueda de alternativas innovadoras para detectar valor el diferencial que la propuesta de packaging de FECOFE podría incorporar en sus productos (Ej: formas complementarias de mostrar la información nutricional, sistemas de linkeo vía código QR a sitio web con ampliación de la información, etc.). Complementariamente se establecerán conceptos que servirán de base para los diseños ulteriores
7. Diseño de la marca	Se realizará el diseño de la marca y/o submarcas que FECOFE utilizará para sus productos comerciales.
8. Diseño de los "Packaging Tipo"	Se supervisará el diseño de un packaging tipo por familia de producto (4-5 familias en total), con la colaboración de un diseñador junior. El packaging tipo es aquel que, de acuerdo al trabajo realizado con el equipo de FECOFE, expresa de mejor manera la comunicación de esa familia de producto (Ej: bolsa de 500 gr de legumbres). El diseño de este packaging tipo se realizará al detalle, con todas las indicaciones como para que pueda producirse. Al mismo tiempo este diseño servirá como referencia para realizar las adaptaciones necesarias a otro tipo de medidas y presentaciones de la misma familia de productos. Para ello se proveerán los archivos correspondientes ya que las adaptaciones (que pueden ser de un número y diversidad no previsible desde esta consultoría), no se incluirán como parte del trabajo de este programa.



## H. Cronograma de actividades

Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						

## I. Impactos esperados

El impacto esperado se puede dividir en 3 niveles:

- Corto Plazo:** El diseño de una marca para la comercialización de productos de las cooperativas asociadas a FECOFE, así como el del packaging de una serie de familias de productos, generará la identificación de los mismos tanto en la percepción de los consumidores como en los diferentes actores de la cadena de comercialización, proveyendo identidad, diferenciación, trazabilidad y autenticidad, aportando valor y permitiendo una mayor capitalización de las estrategias de marketing y comercialización de los productos de las cooperativas.

Las investigaciones, la capacitación y los talleres para indagar acerca de conceptos que den sustento al diseño de la marca y los packagings, dotará al equipo de FECOFE de conocimientos y herramientas, para ulteriores diseños, otorgando soporte y enriqueciendo a través de casos, experiencias y conceptos de diseño y comunicación, la actual mirada del equipo, de cara a futuras decisiones en el campo comercial y comunicacional.





- b. Mediano Plazo: Dado que el diseño de la marca, así como el de 4-5 packaging tipo para diferentes familias de producto, es parte de un programa sistemático de diseño de packaging y comunicación para los productos de FECOFE, se espera que dicha institución pueda proseguir ampliando la implementación de los diseños, a nuevas familias de productos y soportes de comunicación, con independencia de los consultores y diseñadores que intervienen en el actual proyecto.
  
- c. Largo Plazo: Los procesos de diseño de identidad y packaging tienen un sentido estratégico que se expresa en que tanto las marcas como los diferentes soportes que la vehiculizan se constituyen en activos para sus promotores, que proveen identidad y reconocimiento en el imaginario de los usuarios y clientes. De esta manera se espera que FECOFE, pueda construir a largo plazo, una presencia permanente en las góndolas de diferentes canales comerciales, identificable, portadora de valores diferenciadores de la producción cooperativa, y con una factura técnica y estética en su packaging competitiva y a la altura de cualquier marca comercial exitosa.

## **J. Organismo ejecutor y coordinador**

El organismo ejecutor será el Proyecto de Asistencia Integral para el Agregado de Valor en Agroalimentos (PROCAL), perteneciente a la Dirección de Agroalimentos del Ministerio de Agroindustria de la Nación.

## **K. Riesgos y sostenibilidad**

El proyecto cuenta con el respaldo de FECOFE y su unidad de negocios comercial. Dado que se trata de un programa que se desarrolla de manera paralela a la propia implementación del proyecto de comercialización de productos, lo cual es toda una novedad para dicha entidad, el riesgo es que los tiempos de puesta en marcha del proyecto comercial condicionen el desarrollo en paralela del programa de diseño.



Por otra parte, dado que además de un trabajo de investigación y conceptualización, se trata de un trabajo de diseño que interviene en un campo muy vasto de productos y familia de productos que de forma anticipada no se encuentran definidas, se ha puntualizado la necesidad de contar con un diseñador junior contratado que acompañe el proyecto, para poder abarcar, un número satisfactorio de diseños que permitan cubrir las necesidades iniciales del proyecto.