

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA y PESCA
PROGRAMA DE SERVICIOS AGRÍCOLAS PROVINCIALES (PROSAP)
PROGRAMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y DIFERENCIACIÓN DE LOS ALIMENTOS

PROYECTO:

**"ASESORAMIENTO PERSONALIZADO EN EL DISEÑO DE COMUNICACIÓN INTEGRAL
A PRODUCTORES DE ALIMENTOS GOURMET DE SAN LUIS"**

SEPTIEMBRE 2013

ÍNDICE

A.	DENOMINACIÓN DEL PROYECTO.....	3
B.	PERSONAL QUE INTERVIENE EN LA FORMULACIÓN.....	3
C.	LOCALIZACIÓN Y ÁREA GEOGRÁFICA DE INFLUENCIA.....	3
D.	JUSTIFICACIÓN	4
E.	OBJETIVOS Y ACCIONES ESPECÍFICAS.....	4
F.	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y SUS COMPONENTES.....	5
G.	COMPONENTES	6
H.	IMPACTOS ESPERADOS	6
I.	BENEFICIARIOS	7
J.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	7
K.	ORGANISMO EJECUTOR Y COORDINADOR.....	7
L.	RIESGOS	7

A. DENOMINACIÓN DEL PROYECTO

Asesoramiento personalizado en el Diseño de Comunicación Integral a productores de alimentos gourmet de San Luis.

(Mejora de marca y de presentación de productos; comunicación institucional).

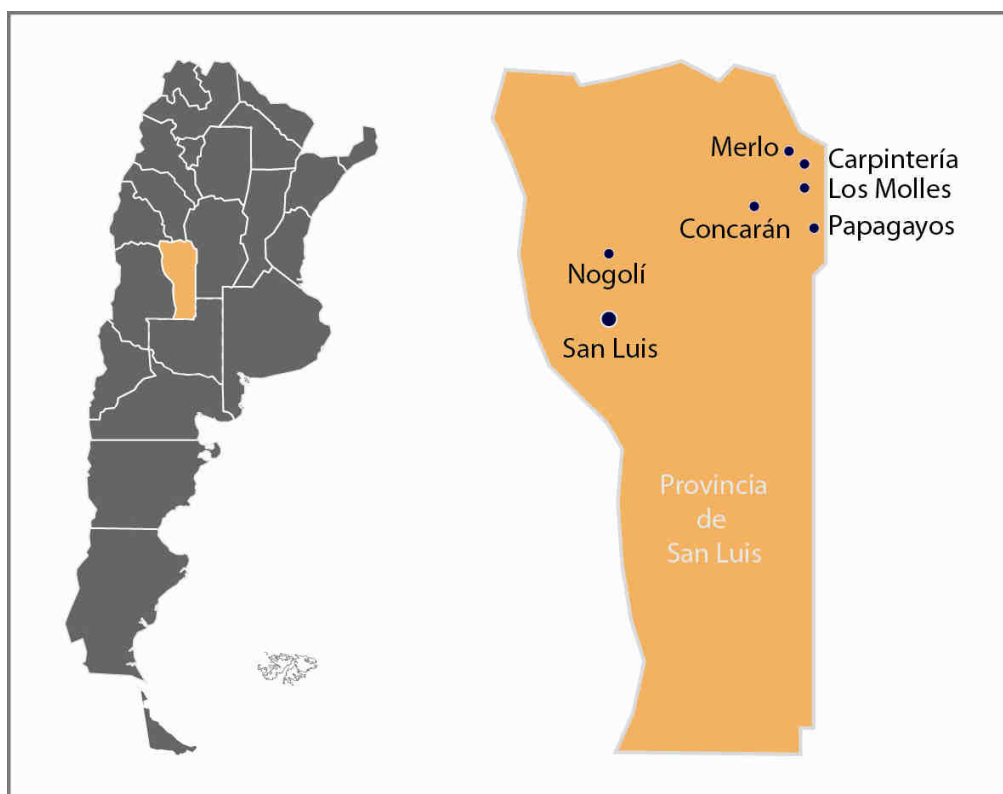
B. PERSONAL QUE INTERVIENE EN LA FORMULACIÓN

Consultores del Programa de Gestión de Calidad y Diferenciación de Alimentos PROCAL II:

- D.I. María Agustina López
- D.G. Sebastián Álvarez Valdés
- Lic. Federico Rossato

C. LOCALIZACIÓN Y ÁREA GEOGRÁFICA DE INFLUENCIA

La zona de influencia del proyecto será la Provincia de San Luis, específicamente las ciudades de San Luis Capital, Merlo y las localidades de, Carpintería, Los Molles, Concarán y Nogolí.



D. JUSTIFICACIÓN

La importancia que tiene la elaboración de los Productos Gourmet en la provincia de San Luis, productos elaborados con materia prima de primera calidad, cuya autenticidad y originalidad les otorga alto valor agregado, ha impulsado al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca a través del Programa de Gestión de Calidad y Diferenciación de los Alimentos (PROCAL II), a promover el mejoramiento y el posicionamiento de estos productos a través de la implementación de un Proyecto Piloto que los beneficie como grupo e individualmente.

San Luis Gourmet es una cooperativa de elaboradores de alimentos gourmet de la Provincia de San Luis, que entienden como “alimento gourmet” a aquellos productos elaborados con materias primas de alta calidad, tratándose de productos cuya autenticidad y originalidad les otorga un alto valor agregado, además los mismos son de oferta limitada y se manejan con formas especiales de comercialización.

En el año 2012, unos diez productores de San Luis se agruparon para conformar la Cooperativa de Agro alimentos Gourmet de San Luis, con el objetivo de mejorar la comercialización de sus productos, ampliar mercados y capacitarse para producir mejor y con mayor calidad.

En la cooperativa además de evaluar y debatir sobre el estado y la solución de los distintos problemas que los aqueja como grupo, trabajan en forma permanente para lograr la participación en las distintas Ferias y Exposiciones Provinciales y Nacionales, ya que entienden que la unión les permite tener una mejor y más fluida relación con organismos públicos y otras organizaciones, además de desarrollar habilidades comerciales y generar espacios de intercambio.

Este proyecto plantea el desarrollo de una nueva imagen comercial, con el propósito de lograr que los productos gourmet de San Luis sean claramente identificados por el consumidor. Para esto se trabajará en el diseño de un nuevo Logo para la cooperativa, que los identifique como segmento específico, diferenciando sus productos de similares, originados en otras regiones del país.

Se propone trabajar en forma mancomunada para mejorar la presentación de los productos a través del diseño, poniendo énfasis en los requerimientos específicos tanto de los envases primarios, como secundarios, y haciendo un análisis de la gestión de identidad corporativa, lo que permitirá dar respuesta a las crecientes exigencias de calidad de los consumidores, y posicionar sus productos gourmet en nuevos y más amplios mercados.

E. OBJETIVOS Y ACCIONES ESPECÍFICAS

Objetivo General:

Asistencia personalizada para la reformulación del logo que los agrupa como Cooperativa.

Asesoramiento y Capacitación en forma personalizada, en lo que respecta al diseño de envases tanto primarios como secundarios, diseño de etiquetas, catálogos, folletería, etc. a todos los integrantes activos al día de la fecha, de la Cooperativa de Agro alimentos Gourmet de San Luis.

Objetivos específicos:

- Capacitar a los productores/empresarios sobre la importancia de dedicar atención y recursos a la comunicación integral de la empresa, como herramienta de agregado de valor.
- Asistir en la búsqueda de una identidad corporativa a través de un sistema integrado de diseño y comunicación, que ayude a mejorar el desempeño, incorporando valor y marcando una diferenciación de los bienes que se producen y comercializan en la cooperativa.
- Elaborar diagnósticos individuales sobre las situaciones actuales de cada productor, plantear alternativas, evaluando situaciones competitivas dentro del mercado en el cual se va a actuar.
- Trabajar la reformulación y síntesis de la Marca de las distintas empresas y su aplicación en los soportes, debiendo la misma identificar a la empresa.
- De ser necesario, asesorar a la empresa sobre la adecuación de envases y embalajes, para la correcta presentación de sus productos (ya que el packaging y la presentación de los productos no solo lo contienen y almacenan, sino que también lo venden, facilitan su transporte, lo conservan, le proporcionan garantía e información, y facilitan su consumo).

F. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y SUS COMPONENTES

La propuesta metodológica para iniciar el asesoramiento es, en primer lugar concretar un encuentro con todos los integrantes de la Cooperativa de Agro alimentos Gourmet de San Luis.

El objetivo de dicha reunión es tomar conocimiento de la realidad actual de la cooperativa, su conformación, su funcionamiento, su producción y sus objetivos. A partir de ello, trabajar en conjunto consultores y productores para lograr un acercamiento a la marca colectiva.

Se recolectará información, ideas propuestas por los distintos productores, para que los consultores puedan trabajar luego sobre las distintas alternativas a dicho logo / sello.

Luego, se irán presentando las distintas propuestas de mejora de la marca y su aplicación en los distintos soportes de comunicación, trabajando mancomunadamente con los productores miembros de la Cooperativa. Ésta concreción se va a ir planteando y concretando vía e-mail hasta llegar al resultado final.

Una vez que se haya llegado a definir la nueva marca e identidad, que satisfaga los intereses y objetivos planteados –en forma consensuada entre ambas partes-, se hará entrega de las mismas a la Cooperativa, con las correspondientes aplicaciones en los distintos soportes gráficos, listos para imprimir.

En una segunda instancia se realizará un análisis de la gestión de identidad corporativa a cada una de las empresas de la cooperativa, a partir del cual se elaborará un diagnóstico que determine la situación actual de las mismas y cuáles serán los puntos que se focalizarán.

Para ello se planteará un cronograma de visitas a las distintas localidades y ciudades a las cuales pertenecen los distintos productores de la Cooperativa, para la concreción de reuniones personalizadas con cada una de las 10 empresas a asesorar. Se conocerán las plantas de producción, se estará en contacto con los encargados de la elaboración de los productos, y de ser posible, se realizaran entrevistas a los consumidores de la zona.

G. COMPONENTES

Éste asesoramiento está compuesto por seis etapas:

ETAPAS GRUPALES

ETAPA 1: ENCUENTROS CON LA TOTALIDAD DE LOS INTEGRANTES DE LA COOPERATIVA

Se hará un taller introductorio, donde se conocerá la cooperativa, los objetivos que tienen sus productores, se recolectarán posibles disparadores para la luego trabajar en la conformación de marca/logo colectivo.

ETAPA 2: PROPUESTAS Y LOGO FINAL

Se trabajará sobre los primeros bocetos y propuestas, se presentará una selección a los productores vía e-mail. A partir de ahí, se trabajarán las distintas alternativas teniendo en cuentas las sugerencias y los puntos a considerar marcados por los productores, hasta llegar a la resultado final. Presentación del logo final.

ETAPAS INDIVIDUALES CON CADA PRODUCTOR

ETAPA 3: ENCUENTROS PERSONALIZADOS

Se harán los primeros contactos con la empresa o productor que solicita el asesoramiento y se pautarán las visitas a los establecimientos productores (es importante conocer bien a quien se lo va a asesorar en algo tan particular como es la identidad visual de una empresa).

ETAPA 4: PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

En base a los datos recabados en la *etapa 3*, y del constante diálogo con la empresa o productor, se elaborarán y presentarán las primeras propuestas preliminares, para ir aproximando el diseño de la propuesta que satisfaga sus necesidades y objetivos.

ETAPA 5: DEFINICIÓN

Esta etapa consiste en terminar de definir la nueva marca e identidad. Propuesta final.

ETAPA 6: APLICACIÓN

Una vez consensuada la marca, se trabajará en el diseño y aplicación de la misma a los distintos soportes gráficos.

En este punto también se trabajará en conjunto con los productores para definir la reformulación de etiquetas, folletos y distintos soportes. (Entendiendo que una nueva marca tiene que ir acompañada por un nuevo diseño que contribuya a unificar la identidad de la empresa).

Finalmente se hará entrega del trabajo completo en el formato correspondiente, listo para mandar a imprenta.

H. IMPACTOS ESPERADOS

- Trabajo en forma conjunta para mejorar la imagen y presentación de los productos en cuestión a través del diseño, poniendo énfasis en los requerimientos específicos tanto de los envases primarios, como secundarios, y poder responder a las crecientes exigencias de calidad de los consumidores, y posicionar a los productos de la Cooperativa de Agro alimentos Gourmet de San Luis en los distintos mercados.

- Capacitación de los productores en temáticas relacionadas con la importancia de la imagen de los productos en todos sus sentidos, focalizando en las ventajas de la creación del valor de la marca y de acuerdo a la realidad productiva de cada grupo.

I. BENEFICIARIOS

Los beneficiarios directos de este Proyecto Piloto son los diez productores que conforman la Cooperativa de Agro alimentos Gourmet de San Luis.

J. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Septiembre	<p>Etapa 1: Reunión con integrantes de la Cooperativa de Agro alimentos Gourmet de San Luis para conocer situación actual y sus objetivos, y planificar el trabajo mancomunado.</p> <p>Etapa 2: Elaboración de las primeras propuestas preliminares, para ir definiendo la identidad de la empresa, que satisfaga sus necesidades y objetivos.</p> <p>Presentación de propuesta final (grupal).</p>
Octubre / Noviembre / Diciembre / Enero	<p>Etapa 3: Encuentros personalizados, recolección de información.</p> <p>Etapa 4: Formulación de las primeras propuestas preliminares para cada uno de los 10 productores.</p> <p>Etapa 5: Presentación de propuestas de marca final (individual).</p>
Febrero/Marzo	<p>Etapa 6: Aplicación de la NUEVA MARCA en los distintos soportes gráficos requeridos por cada productor. (Requiere un rediseño de cada soporte para una correcta aplicación de la misma).</p>

K. ORGANISMO EJECUTOR Y COORDINADOR

El PROCAL II ejecutará y coordinará las acciones del Proyecto.

L. RIESGOS

Posibles retrasos en el cronograma previsto por cuestiones administrativas u organizativas. Falta de compromiso por parte de los productores.