

DESARROLLO DE LA MARCA “VILLA MERCEDES PRODUCE”

Lic. Natalia Del Negro, Mg. Ing. Mirta Possetto

INTI San Luis

delnegro@inti.gob.ar

possetto@inti.gob.ar

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la marca, en principio para la localidad de Villa Mercedes, se establece por la necesidad de poder obtener una identificación de los productos elaborados por emprendedores, artesanos y afines.

Estos productores a escala local no son sostenibles en el tiempo, ya sea por falta de un seguimiento en la etapa de producción o por falta de conocimientos de herramientas para la producción.

Debido al gran desarrollo turístico que presenta nuestra provincia, se ha identificado que los turistas cuando recorren nuestros lugares en la mayoría de las localidades no llevan de recuerdo un producto con la caracterización de cada localidad.

La marca distingue a los productos realizados en la localidad, decir que son productos propios de Villa Mercedes, los convierte en doblemente atractivos a la hora de elegir un recuerdo para llevar, sobre todo si esta garantía de procedencia es otorgada por la ciudad de manera institucional y cuenta con un aval técnico.

A diferencia de las certificaciones convencionales, la marca será de aplicación municipal mediante la verificación de variables como la localización del proceso productivo, la mano de obra, la identidad.

El desarrollo de la marca focaliza las acciones en la propia comunidad para aportar al desarrollo local y fortalecer el tejido social a través de la vinculación entre sector público y privado, alineando los esfuerzos para jerarquizar este destino turístico y poner en valor la producción local.

OBJETIVO

Objetivo General

- Desarrollar la marca de productos elaborados en la localidad de Villa Mercedes por los emprendimientos asociados a ADEAA (Asociación de emprendedores, artesanos y afines) y otros.

Objetivos específicos

- Elevar los estándares de calidad
- Diferenciar la producción local
- Mejorar la competitividad.

DESCRIPCIÓN

El desarrollo de la Marca posee la siguiente metodología de trabajo:

a) Formulación del proyecto

1. Diagnóstico, árbol de problemas para definición de Objetivo general y específicos, Justificación, Beneficiarios, etc.
2. Implícitamente, durante el proceso de formulación el Municipio, dueño del sello, define políticas y alcances.

b) Desarrollo de documentación

1. Reglamento de uso
2. Convenio de adhesión
3. Requisitos/protocolo para productos
4. Procedimiento de obtención y renovación de la marca
5. Procedimiento de verificaciones
6. Procedimiento para la aplicación de sanciones
7. Formulario de inscripción

c) Diseño y registro de marca

1. Brief de diseño. (documento escrito que focaliza principalmente en el diseño, resultados del diseño, y los objetivos del proyecto de diseño).
2. Definición de nombre de la marca.
3. Identificación de clases en las que se registrará el isologo.
4. Búsqueda de antecedentes en el INPI.
5. Diseño de marca y selección.
6. Desarrollo del Manual de identidad visual.
7. Registro de marca ante el INPI

d) Convocatoria a productores

1. Charlas de presentación y explicación del Proyecto.

- Presentación de la marca.
- Explicación del procedimiento de adhesión y obtención de la marca.
- Los requisitos a cumplir para conseguir de la marca.
- Sistemas de evaluación y certificación.
- Sistema de control.

**Indicador: N° de emprendedores activos/
N° total de emprendedores**

2. Capacitaciones y Asistencias

- Introducción a la calidad
- Calidad de atención al cliente
- Marketing
- Diseño (colaboración INTI Diseño)
- Relevar los residuos generados por estos emprendedores a raíz de la fabricación de sus productos. Identificar el origen de las materias primas utilizadas en el emprendimiento. Investigar la disponibilidad en la provincia de materias primas que puedan ser usadas por los emprendedores.
- Investigar sobre la aplicación de los residuos para los emprendedores de la agrupación o poder detectar nuevos emprendedores que desarrollen esos residuos.

Indicadores: N° de capacitaciones realizadas/ N° total de capacitaciones programadas.

N° emprendedores que generan residuos/ N° emprendedores que aprovechan residuos

e) Plan de Marketing

1. Diseño de piezas de comunicación: etiquetas, bolsas, certificados, folletos, banners, pauta radial, website, facebook, etc.
2. Diseño y fabricación de exhibidor de productos y stand
3. Campaña de difusión en medios de comunicación.
4. Participación en eventos de interés (ferias, exposiciones, jornadas, etc.)
5. Visita a Municipios, comisionados, difundiendo las actividades realizadas y el cómo pueden participar

Indicador: N° total de Municipios que acceden / N° de Municipios posibles de acceder al proyecto

RESULTADOS

La Formulación del proyecto, desarrollo de documentación y diseño de la marca se encuentran finalizados.

El Municipio de la localidad se encuentra realizando los tramites para el registro de la marca y luego de este paso se continuará con el resto de la metodología.

CONCLUSIONES

- Se logro la articulación entre el Municipio, el INTI y los emprendedores participantes
- El diseño de la marca representa la identidad de Villa Mercedes en relación a su historia.

BIBLIOGRAFÍA

Documentación provista por la unidad de extensión San Martin de los Andes.