

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS  
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

<b>Nombre del Proyecto</b>	Marca Turística del Departamento de Colonia
<b>Breve descripción del Proyecto</b>	Investigar, diseñar y posicionar la Marca turística del departamento de Colonia, como herramienta estratégica para unificar la comunicación de todos los actores del turismo departamental respecto a sus públicos externos (mercados emisores: Uruguay, Argentina, Brasil, Extra Región) e internos (otros actores públicos, privados y sociedad civil); optimizando el impacto de la comunicación que realiza el Departamento de Colonia en términos turísticos.
<b>Conglomerado</b>	Turismo Colonia
<b>Tipo de Proyecto</b>	Estructurante
<b>Proponente/s</b>	Empresas del Grupo Gestor
<b>Responsable</b>	Martín Cuadrado
<b>Teléfono/Celular</b>	052-26886 / 099079321
<b>email</b>	<a href="mailto:cuadrame@gmail.com">cuadrame@gmail.com</a>
<b>Cargo</b>	Secretario Ejecutivo - Asociación Turística del Departamento de Colonia
<b>Alineación con PRC</b>	Totalmente alineado

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha Finalización</b>	<b>Duración (meses)</b>
01/07/2008	01/07/2009	12

<b>Porcentaje de cofinanciamiento solicitado al PACC</b>	80%		
<b>Costo total previsto</b>	<b>Aporte PACC</b>	<b>Aporte Beneficiarios</b>	<b>Otros aportes</b>
110.568	88.456	22.112	
100%	80%	20%	

<b>Cédula de Identidad</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>En representación de</b>

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

**Resumen Ejecutivo**

*Explicar en forma clara y sintética: Oportunidad o Problema a solucionarse, Objetivos, Fundamentación de acciones previstas y costos asociados, Organización para la ejecución, Beneficiarios, Financiamiento, Situación esperada a la terminación del proyecto, Sostenibilidad, Riesgos y mitigación*

**Objetivo:**

Que la comunicación turística de todos los actores del turismo departamental y nacional de Colonia dispongan de un sistema de comunicación unificado y efectivo respecto a sus públicos meta.

**Prioridad estratégica:**

El desarrollo de la actividad turística del Departamento de Colonia se ha caracterizado por su diversidad. Del lado de la oferta su principal producto es el "turismo cultural", estructurado en su rico legado cultural con monumentos históricos y tradiciones culturales distribuidas por el Departamento, destacándose internacionalmente el casco histórico de su capital (reconocido como Patrimonio Mundial por la UNESCO en 1995). Pero además integran la oferta otros productos como el de "sol y playa", con 200km de playas sobre el Río de la Plata, el "turismo rural" basado en establecimientos de larga tradición agropecuaria, el "enoturismo" con más de cuatro bodegas reconocidas a nivel nacional e internacional, el "turismo náutico" con siete puertos deportivos y el "turismo de congresos" a partir de infraestructura y accesibilidad de primer nivel.

Del lado de la demanda los clientes de Colonia están diversificados en argentinos (40% aprox.), uruguayos (30% aprox.), brasileños (10% aprox.) y extra regionales (20% aprox.).

Esta diversidad de oferta y de actores involucrados necesita unificar su comunicación para optimizar su posicionamiento en los distintos mercados que componen su actividad turística.

En el Plan de Refuerzo de la Competitividad (PRC) del Conglomerado Turismo en Colonia se detallan nueve programas de actuación, que podrán ser cofinanciados por los recursos disponibles en el Programa de Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas (PACC). En particular, en el Programa de actuación 7 se establece la "Promoción y comercialización turística" que incluye la creación de una marca turística paraguas del destino, un plan de comunicación del destino y la elaboración de material promocional.

La investigación, el diseño y la implantación de una Identidad Visual unificada (MARCA) es la estrategia correcta para solucionar la dispersión que tienen la actual comunicación turística que realiza el Departamento de Colonia.

**Fundamentación de acciones previstas:**

1) Investigar las características que componen la identidad corporativa visual del Departamento de Colonia desde tres perspectivas: las percepciones de los actores públicos y privados del turismo departamental, las percepciones de los visitantes reales y potenciales del Departamento de Colonia y el sistema de signos e imágenes que ha compuesto la comunicación de Colonia en los últimos seis años.

En esta etapa todas las manifestaciones visuales de la entidad son relevadas y analizadas. A su vez son comparadas con referentes tanto a nivel regional como mundial. Producto de esta etapa es un diagnóstico general y una serie de conclusiones conceptuales que servirán de base para el desarrollo del proyecto.

**1.1 Análisis estratégico de la situación actual**

De los materiales de comunicación.

Estudio de la comunicación de Colonia a nivel público y privado (foletería).

Estudio de las campañas promocionales de Colonia .

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

---

Estudio de presencia en ferias

Estudio de convivencia con otras comunicaciones institucionales.

Estudio de convivencia con marca país.

De las relaciones

Relación entre lo público y lo privado.

Relación entre lo interno y lo externo.

Estudio del marco de referencia

Estudio de referentes a nivel regional y mundial.

Estudio comparativo de la comunicación de otros destinos.

Materiales y datos proporcionados por el Ministerio de Turismo y Deporte

Objetivos, Misión, Visión del Cluster.

Atributos diferenciales de Colonia.

Definición de públicos.

Definición de Referentes en el Rubro a nivel internacional.

Recopilación de material promocional de agentes públicos y privados

(folletería, piezas publicitarias, material promocional, etc.)

Materiales de investigación existentes.

#### 1.2 Procesamiento de datos / Diagnóstico

Análisis de los datos obtenidos.

Orden y clasificación.

Conclusiones.

#### 1.3 Conceptualización

Del estudio de la realidad actual, la imagen resultante de Colonia y su proyección de futuro, se desprenden una serie de conclusiones, atributos y características, que se sintetizan en conceptos, los cuales configuran la filosofía de marca a partir de la cual se elaborarán las pautas a seguir en la definición de los lineamientos para las próximas acciones.

2)Elementos básicos de identificación. Diseñar la Identidad Visual del Departamento de Colonia (MARCA) y su manual con las distintas aplicaciones para su comunicación (web, papelería institucional, folleterías, cd multimedia, bolsas, señalética urbana, banners, banners para Internet, merchandising, stand para ferias, nombre fantasía de la Asociación Turística Departamental de Colonia, piezas vía pública, avisos de prensa, pieza audiovisual, banderas institucionales y uniformes).

**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

---

Se analizarán los Elementos Básicos de Identificación, el sistema de marcas, y el resto de los elementos de identificación utilizado por la marca. Se definirán elementos complementarios como tipografías, paletas de colores, estilos compositivos.

2.1 Definición de Estructura Marcaria (“Sistema”)

Organigrama jerárquico.

Definición de relacionamiento con las marcas existentes.

Naming / Definición de los criterios de nomenclatura para los diferentes tipos de destino, productos y servicios.

2.2 Marca turística Colonia

Naming

Isotipo

Logotipo

Colores corporativos.

2.3 Marca Asociación Turística Departamental de Colonia

Naming

Isotipo

Logotipo

Colores corporativos.

2.4 Normativa básica de aplicación

Análisis del conjunto imago-logotipo.

Estructuras Compositivas.

Convivencia con las marcas existentes (Uruguay Natural, Intendencias, etc.).

Definición de paleta de colores Corporativos (estandarización).

Mínimos de legibilidad.

Área de protección de la marca.

Versiones alternativas de marca.

Definición de Tipografías secundarias.

Paleta de colores secundaria.

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

---

2.5 Versión digital de la normativa de marca

Versión digital interactiva On Line.

Descarga de archivos automática para Mac y PC.

3) Implementación de la MARCA:

a. Sistema comunicación. Se desarrollarán una serie de criterios para la totalidad de las aplicaciones visuales de la entidad: papelería, folletería, comunicación gráfica y vía pública, Web, etc.

1. Papelería Institucional

Hoja membretada.

Tarjetas personales ( 5 tipos).

Sobres membretadas (3 tipos).

Carpeta contenedora.

Cabezal de mail.

2. Comunicación Publicitaria

Estilos gráficos para soportes publicitarios (estilo compositivo, marco, colores, tipografías):

Piezas Vía Pública (MUPIS, refugios, carteles, etc.).

Avisos de Prensa.

Afiches.

Folletería (3 formatos).

Criterios de gráficos aplicados al audiovisual.

Criterios Banners Internet.

Guión de pieza audiovisual lanzamiento lanzamiento Marca Colonia.

Campaña gráfica lanzamiento Marca Colonia.

3. Soporte Web

Aplicación de marca y nueva estética a página Web.

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

---

4. Merchandising

Pins.

Lapiceras / Mouse pad / Tazas / Calcomonías.

Remeras.

Protector de Pantalla.

5. Infografía

Mapa turístico del departamento.

6. Pictogramas

Desarrollo de un Sistema de Pictogramas acorde a los servicios, productos, patrimonio cultural, geográfico y arquitectónico del departamento.

7. Materiales feria

Diseño y armado de folleto para feria.

Banners y banderas para Stand.

Aplicación de la marca Colonia en el estand.

CD Multimedia.

b. Sistema entorno. Se aplicarán los criterios de diseño en la totalidad de las aplicaciones vinculadas con el entorno: programa de señalización, arquigrafía, identificación en vehículos, uniformes, etc.

1. Arquigrafía

Aplicación de marca al edificio

2. Elementos Paragráficos

Banderas Institucionales.

Estandartes.

Tipología de stands para ferias y eventos

Quioscos de información.

Back conferencia de prensa

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

---

3. Identificación en Vehículos

Automóviles

Camionetas

Buses

4. Uniformes

Gorros.

Remeras.

Camperas.

Uniformes.

Promotoras.

c. Sistema de actuaciones. En esta etapa se desarrollarán los documentos, gestiones y acciones que se crean necesarias para asegurar la implementación exitosa de los elementos desarrollados en las etapas anteriores.

1. Desarrollo del Manual de Identidad Visual Corporativa

Elaboración de un documento con las indicaciones para la confección de todas las aplicaciones gráficas de la marca. Se entregará un ejemplar impreso.

2. Manual de Identidad Visual ONLINE

Desarrollo de la herramienta digital de gestión de la identidad visual.

Se evaluará la posibilidad de su inclusión en el sitio web oficial de acuerdo a las posibilidades técnicas y la demanda funcional que surja de la investigación previa.

A su vez se da la posibilidad a definir un sistema más abierto en la evolución del programa gráfico, ya que los cambios que se vayan procesando en el desarrollo del programa se pueden incorporar de forma inmediata al manual de identidad.

3. Capacitación / Motivación

Presentación de la nueva marca a las autoridades.

Presentación de la nueva marca al personal.

Entrenamiento en el manejo de las herramientas al personal asignado.

4. Lanzamiento y Presentación Oficial

Asesoramiento en el lanzamiento de la nueva marca.

Elaboración de un "newsletter" de presentación para distribución general.

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

---

5. Implementación

Asesoramiento en preproducción.

Selección de proveedores.

Coordinación de Producción.

Controles de Calidad.

6. Evaluación y Auditorías

Evaluaciones posteriores a la culminación del proyecto en tres instancias:

a) a los 3 meses.

b) a los 6 meses.

c) a los 12 meses.

4) Producción de 5.000 folletería del Destino (brochure), 5.000 guías de servicio, 50.000 folleto-mapa para el visitante en el destino; 1000 cd multimedia; 1000 sobres para cd; 5000 bolsas; Audiovisual, web de la Asociación Turística Departamental.

Situación esperada a la finalización del Proyecto:

1) Mejor posicionamiento del Departamento de Colonia en sus principales mercados emisores (Argentina, Sur de Brasil, Uruguay y Extra Región).

2) Mejor posicionamiento del producto principal (Casco histórico Colonia del Sacramento) y de los complementarios, distribuyéndose el flujo de turistas que llegan por Colonia del Sacramento a los otros productos turísticos del Departamento.

3) Incremento en el número de visitantes al Departamento de Colonia.

4) Incremento del gasto de visitantes en el Departamento.

5) Extensión de la estada.

6) Incremento del empleo en el sector turístico.

7) Incremento de empresas en el sector turístico.

Sostenibilidad, Riesgos y Mitigación:

1) La sostenibilidad del proyecto está relacionada con la incorporación en el uso de la mayor cantidad de empresas turísticas del departamento, como de los organismos del sector público involucrados (Intendencia Municipal de Colonia y Ministerio de Turismo y Deporte). La Asociación Turística de Colonia promoverá el uso de la MARCA Colonia de todas las empresas del Departamento como así también del sector público.

2) Asimismo otro elemento importante para la sostenibilidad, es que los actores locales se identifiquen con el diseño de Identidad Visual realizado. Para lograrlo está planificado realizar espacios de participación con los actores relevantes del Departamento de Colonia a nivel empresarial, político, social y cultural, que serán insumos para las fases de investigación y diseño.

3) Dentro de los servicios que brinda la empresa de diseño y comunicación contratada se encuentran auditorías que servirán para corregir problemas en la sostenibilidad del proyecto.

**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

4) Como parte de la estrategia financiera de la Asociación Turística Departamental de Colonia una vez que se tenga la aplicación de la Marca en la Guía de Servicio y antes de imprimirla, se buscará vender espacios a sponsors. Lo recaudado se volcará a la caja de la Asociación para financiar futuros proyectos.

Beneficiarios:

Todos los empresas del sector turístico del Departamento de Colonia y las empresas que son proveedoras de éstas.

Financiamiento:

El costo total del proyecto es U\$S 110.569 (80% cofinanciamiento PACC (de lo efectivamente gastado, siendo el tope el monto presupuestado) y 20% a cargo de las empresas del Conglomerado).

**Objetivos, Indicadores y forma de verificación**

*Indicadores para evaluar una vez ejecutado el proyecto, si se alcanzaron el propósito y los productos esperados*

	<b>Síntesis Objetivos</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Verificadores</b>
<b>Propósito</b>			
1	Diseñar y posicionar un programa de identidad visual corporativa para el turismo del Departamento de Colonia.		
<b>Productos</b>			
1	Creación de una marca turística paraguas, un plan de comunicación y la elaboración de material promocional del destino.	Marca turística, plan de comunicación y material promocional elaborados. Informes realizados (investigación y manual de uso de marca).	Marca turística posicionada, plan de comunicación y material primocional elaborados y entregados. Informes entregados (investigación y manual de uso de marca). Acciones de lanzamiento de marca.

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

Productos, actividades y apertura de costos

Productos a alcanzar		Actividades que se realizan para alcanzarlo		Rubros que componen el costo de la actividad			Presupuesto (U\$S)	
1	Creación de una marca turística paraguas, un plan de comunicación y la elaboración de material promocional del destino.		Investigar la situación actual y desde 6 años para atrás la comunicación turística de Colonia, procesar su diagnóstico y presentar la propuesta.	1	Consultorías Nacionales		<a href="#">9.709,00</a>	
			Elementos básicos de Identificación.	1	Consultorías Nacionales		<a href="#">6.241,00</a>	
			Implementación (posicionamiento) de la nueva identidad corporativa creada.	1	Consultorías Nacionales	Sistema de comunicación		<a href="#">6.241,00</a>
				2	Consultorías Nacionales	Sistema entorno		<a href="#">6.241,00</a>
				3	Consultorías Nacionales	Sistema de actuaciones		<a href="#">6.241,00</a>
			Material promocional	1	Otros	Producción de 5.000 folletería del Destino (brochure), 5.000 guías de servicio, 50.000 folleto-mapa para el visitante en el destino; 1000 cd multimedia; 5000 bolsas; Audiovisual, web de la Asociación Turística Departamental.		<a href="#">68.001,00</a>
			Imprevistos	1	Otros			<a href="#">7.895,00</a>
							<b>110.569,00</b>	

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS  
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

**Flujo de fondos**

Periodo utilizado	Mes
-------------------	-----

*Realice una proyección de los egresos e ingresos imputables al proyecto.  
Para los ingresos no deben considerarse los aportes del PACC.*

	01/07/2008	01/08/08	01/09/08	01/10/08	01/11/08	01/12/08	01/01/09	01/02/09	01/03/09	01/04/09	01/05/09	01/06/09	01/07/09
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Egresos</b>													
Investigar la situación actual y desde 6 años para atrás la comunicación turística de Colonia, procesar su diagnóstico y presentar la propuesta.		3467	6241										
Elementos básicos de Identificación.				6241									
Implementación (posicionamiento) de la nueva identidad corporativa creada.					6241				6241		6241		
Material promocional					68001								
Imprevistos											7895		
<b>Total Egresos</b>		<b>3.467</b>	<b>6.241</b>	<b>6.241</b>	<b>74.242</b>				<b>6.241</b>		<b>14.136</b>		
Acumulado Egresos		3.467	9.709	15.950	90.192	90.192	90.192	90.192	96.433	96.433	110.569	110.569	110.569

<b>Ingresos</b>													
Aporte PACC			7.767			64.387						16.302	
Aporte Beneficiarios		693	1.248	1.248	14.848				1.248		2.827		
Adelanto + honorarios act. 1		693	1248										
Honorarios act. 2 y 3.a (sist.de comunic.)				1248	1248								
Material promocional (act. 4)					13600								
Honorarios act. 3.b (sist.de entorno)									1248				
Honorarios act. 3.c (sist.de actuaciones)											1248		
Imprevistos											1579		
<b>Total ingresos</b>		<b>693</b>	<b>9.015</b>	<b>1.248</b>	<b>14.848</b>	<b>64.387</b>			<b>1.248</b>		<b>2.827</b>	<b>16.302</b>	
Acumulado Ingresos		693	9.708	10.956	25.804	90.191	90.191	90.191	91.439	91.439	94.266	110.568	110.568

<b>Saldo Mes</b>		<b>-2.774</b>	<b>2.774</b>	<b>-4.993</b>	<b>-59.394</b>	<b>64.387</b>			<b>-4.993</b>		<b>-11.309</b>	<b>16.302</b>	
<b>Saldo en CAJA</b>		<b>-2.774</b>	<b>-1</b>	<b>-4.994</b>	<b>-64.388</b>	<b>-1</b>	<b>-1</b>	<b>-1</b>	<b>-4.994</b>	<b>-4.994</b>	<b>-16.303</b>	<b>-1</b>	<b>-1</b>

Acumulado Aporte <b>PACC</b>			7.767	7.767	7.767	72.154	72.154	72.154	72.154	72.154	72.154	88.456	88.456
Acumulado Aporte <b>Beneficiarios</b>		693	1.941	3.189	18.037	18.037	18.037	18.037	19.285	19.285	22.112	22.112	22.112

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS  
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

% aporte PACC		80%	71%	30%	80%	80%	80%	79%	79%	77%	80%	80%
% aporte Beneficiarios	100%	20%	29%	70%	20%	20%	20%	21%	21%	23%	20%	20%

*Debe definirse en que momento se reciben los fondos del Programa, que metas deben estar alcanzadas a ese momento y cómo se verifican.*

Desembolso U\$S		% del total PACC	Metas por Desembolso	Verificadores	Fecha Estimada
1	7.767	9%	Contrato firmado con la empresa de diseño.	Contrato firmado.	15-8-08
2	9.986	11%	Informe de Investigación de las características que componen la identidad de Colonia. Creación de la marca (Elementos básicos de identificación). Sistema de comunicación elaborado.	Comprobante de pago correspondiente a: a) adelanto realizado a la empresa y b) honorarios correspondientes a la actividad 1 (Investigación de las características que componen la identidad de Colonia). Informe de Investigación. Comprobante de pago por concepto de honorarios correspondientes a las actividades 2 (Elementos básicos de identificación) y 3.a (Sistema de comunicación). Marca diseñada. Sistema de comunicación entregado.	15-11-08
3	54.401	62%	Elaboración del material promocional.	Material promocional (folletería impresa, cd editados, pág. web de la asociación funcionando, bolsas, audiovisual). Comprobante de pago correspondiente al material promocional.	15-11-08
4	16.302	18%	Sistema entorno y de actuaciones elaborado e implementado. Manual de uso y aplicación de la marca (impreso y on line).	Comprobante de pago correspondiente a la actividad 3.b y 3.c (Sistema entorno y de actuaciones). Manual de uso y aplicación de marca entregado. Número de presentaciones realizadas, actividades de lanzamiento y de personal entrenado. Comprobante de pago de imprevistos.	15-5-09
<b>88.456</b>		<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>		