/gcba

buenosaires.gob.ar

PyME + 100

Programa de incorporación
de diseño en empresas

Buenos Aires Ciudad

Vamos Buenos Aires

GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

JEFE DE GOBIERNO
Horacio Rodríguez Larreta

VICEJEFE DE GOBIERNO
Diego Santilli

MINISTRO DE MODERNIZACIÓN, INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA
Andy Freire

SUBSECRETARIA DE ECONOMÍA CREATIVA Y COMERCIO EXTERIOR
Silvia Torres Carbonell

DIRECTOR GENERAL DE INDUSTRIAS CREATIVAS
Diego Radivoy

GERENTE OPERATIVA DEL CENTRO METROPOLITANO DE DISEÑO
Analía Cervini

Gestión de Diseño
Julieta Vegas
Bibiana Ruiz
Sebastian Botero

Instituto Metropolitano de Diseño e Innovación (IMDI)
Omar Grandoso

Comunicación
Virginia Kaczorkiewicz
Nadia Horta
Josefina Ichaso

Staff desde 2010 a 2015
Gerente operativa del CMD: Anabella Rondina.
Equipo de Gestión de Diseño: Bárbara Klurfan, Daniela Quintana, Gloria Ayerza, Guadalupe Bracuto Verona, Hugo Lardone, Ignacio Dias, Javier Bernardo, Javier Gonzalez King, Laura Patrón, Mariana Ferreira, Mariana Massigoge, Martín Fernandez, Mauricio Diaz, Patricia Jablonka, Victoria Allegrone.

SUMARIO

Prólogos 04

Introducción 07

Historia 10

Resultados 11

Casos 19

Anexo 33

PRÓLOGO

La inserción del diseño como desafío permanente

La identidad creativa de la Ciudad de Buenos Aires se caracteriza por su diversidad y su notable expansión; el diseño opera cada vez con más fuerza como promotor de cambio, y su increíble impacto genera una renovación en los hábitos del ciudadano, mejorando su calidad de vida. El haber fomentado e instalado el diseño como estrategia, forma parte la misión de la Dirección General de Industrias Creativas, orientada hacia la innovación.

Cada edición del PID nos permite reflexionar sobre el valor del Diseño y el impacto socio-económico que tiene. Desde el CMD, facilitamos las herramientas de vinculación y gestión para impulsar el mercado de diseño y ayudar a las PyME a potenciar su actividad, aportando el valor que solo puede brindar el diseño estratégico.

Esta publicación busca destacar los resultados de esta convergencia a lo largo de los años y el lugar central que el diseño tiene como actividad transformadora. El programa ya benefició a más de 100 PyME en el desarrollo de sus ventajas competitivas en las industrias nacional e internacional, impulsando el valor económico y cultural del diseño. Un 88% de las PyME que participaron reconocieron el cambio positivo ocasionado por la incorporación de diseño en la optimización de procesos y agregado de valor e identidad en el mercado.

Gracias al trabajo colaborativo junto a otras áreas de Gobierno, esta nueva edición busca promover la incorporación del diseño, de ciencia y tecnología, como también la internacionalización en los procesos de negocios del sector privado.

Desde la Dirección General de Industrias Creativas, seguimos apoyando este programa como el inicio de un trabajo en conjunto, impulsando desde las políticas de gestión pública la reestructuración de la cadena de valor en las PyME, que incentiva a la Ciudad de Buenos Aires a seguir creando e incentivando núcleos de encuentro interdisciplinarios cruciales para el desarrollo y crecimiento de una economía creativa.

Diego Radivoy
Director de Industrias Creativas

PRÓLOGO

PID: Programa de Incorporación de Diseño en la Ciudad

Hoy nos encontramos festejando el tercer cierre de la edición del Programa de Incorporación de Diseño en la Empresa. Y esto, para nosotros, es una celebración. Dado que, no siempre una acción de política pública, disruptiva y novedosa como ha sabido ser desde sus inicios el original PIDE, continúa. Y, al igual que en un proceso de instalación de marca, la propia repetición resulta clave para la consolidación sostenida de una forma de hacer política de calidad.

¿Por qué hablo de innovación y disrupción en política pública? Porque desde su formulación inicial el PIDE, llamado posteriormente PID PyME, hoy devenido en PIC, se propuso de manera original para el sector del diseño y la empresa, abordar el trabajo profesional desde la incipiente figura del consultor en diseño. De esta manera, el programa especificó que aquello que se estaría entregando y recibiendo al finalizar el proceso, no sería un diseño ejecutivo de marca o producto, sino un calificado diagnóstico del estado actual del diseño en la empresa, acompañado de una sólida propuesta, exhaustiva y cuantificada, como Plan Estratégico de Diseño.

Esta definición exigió por parte de los diseñadores la formalización de una tarea tradicionalmente desarrollada de manera previa al proyecto de diseño ejecutivo, pero pocas veces verbalizada, dimensionada o incluso monetizada. Poner en palabras y en valor la tarea calificada de observación, análisis, diagnóstico y definición estratégica es un gran avance para la disciplina. Comprender, tanto por parte de los profesionales como por la empresa que ésta etapa del trabajo no solo se cobra y se paga, sino que a su vez, es fundamental para el éxito

posterior del proceso ejecutivo de diseño, es un gran paso. Los resultados de la medición del programa nos cuentan que a lo largo de la experiencia, el vínculo profesional diseñador-empresa participantes del programa, no solo registró altísimos grados de satisfacción y fidelización, sino que incluso fue descrito como una experiencia de altísimo respeto profesional, difícilmente alcanzado en proyectos regulares de diseño ejecutivo.

Tanto desde mi rol previo como consultora estratégica de diseño en ediciones anteriores del programa, como desde mi actual rol a cargo de la gerencia del Centro Metropolitano de Diseño, no puedo más que felicitar a todos los equipos participantes y garantizar que continuaremos apoyando con el mismo entusiasmo a la profesionalización de la consultoría en diseño. Porque creemos fervientemente que mucho del rol futuro del diseñador será como consultor estratégico y la experiencia nos ha demostrado repetidamente que las empresas necesitan cada vez más de la disciplina del diseño como herramienta clave para la creación estratégica de valor. Por ello, brindamos por muchas más ediciones de este programa. A todos, imuchas gracias!

Analía Cervini
Gerente Operativa CMD

Hugo Kogan
Premio Konex al Diseño 1992-2002-2012
Socio y Director de la Consultora FocusBrand Branding Solutions.
Profesor Honorario por la Universidad de Buenos Aires

Programa de Incorporación de Diseño en las Empresas / PID

Varias décadas se sucedieron con ondulantes y pendulares períodos de gobierno, sin políticas públicas que generaran un marco de cierta proyección para la industria, que con erróneas decisiones fue incrementando su cortoplacismo y debilitando inversiones en tecnología y estructura. **Historia conocida**. En este entorno la actividad del diseño industrial vinculada a la actividad industrial vio como oscilaba su cartera de clientes, y en simultáneo y por desconocimiento se perdían los valores que podría haber aportado el Diseño al importante parque de PyME industriales de la Ciudad. **Desajustes de alto impacto**.

Vinculado con esta situación es que a partir de 2010 el principal objetivo del CMD fue desarrollar un Programa que tuviese como eje incorporar diseño en las empresas y llevar adelante acciones de acercamiento con la industria PyME de la Ciudad. Tarea exitosa que cierra el segundo año con 60 empresas incluidas en el programa.

En 2012 a dos años del exitoso comienzo, se consolida con el mismo objetivo el **Programa de Incorporación de Diseño en la Empresa**, innovando en el cómo acercar el diseño a las empresas y las empresas al diseño. Promoviendo y apoyándose en la innovación para incrementar su competitividad instrumenta al diseño como herramienta de valor agregado en el modelo de negocios.

Aplicando acciones que se instrumentan en las iniciales fases conceptuales y estratégicas previas a diversas acciones ejecutivas, vinculación imprescindible si se habla de calidad, de entornos regionales, de nuevos mercados, de innovación, de imagen o de posicionamiento estratégico.

Esta exitosa tercera edición del PID habilita describir en apretada síntesis las razones, conceptos y caminos que nos llevaron a la creación de PIDE y el estado actual del programa PID.

Durante años y desde la práctica de la profesión transmitimos conceptos y casos vinculados al conocimiento de los procesos y metodologías del diseño que habilitaran a la empresa para comprender el modelo en su necesaria extensión y profundidad, tarea hasta entonces transmitida en formato personalizado y de profesional a empresario. Este era su límite y su fracaso. Asumimos como responsabilidad personal la transmisión de conocimiento y preparábamos **una empresa** para integrarla a la categoría de las "capacitadas" que entendiesen las imprescindibles fases conceptuales y estratégicas previas a diversas acciones ejecutivas necesarias para avanzar sin tropiezos en un vínculo fluido con la planificación del programa estratégico.

La creación de un programa de capacitación a Pymes que se pudiese replicar y medir fue la solución elegida, programa que pasó naturalmente a integrar parte de la propuesta profesional. En diversas etapas se sensibilizó y capacitó a empresas y a profesionales en su nuevo rol consultivo dentro de esta innovadora propuesta que devino en un éxito, como menos, esperado.

La planificación estratégica de los recursos humanos en base al desarrollo empresarial futuro, la medición de las buenas prácticas y los resultados comparativos por sus aportes positivos a la rentabilidad y al posicionamiento, la evaluación sistemática de los avances en calidad percibida de marca y posicionamiento se han constituido en factores de crecimiento en calidad y productividad. Como describe Analía Cervini " la comprensión, tanto por parte de la empresa como del Consultor, fue fundamental para el éxito posterior del proceso ejecutivo de diseño, los resultados de la medición del programa nos cuentan que a lo largo de la experiencia, el vínculo profesional diseñador-empresa participantes del programa, no solo registró altísimos grados de satisfacción y fidelización, sino que incluso fue descrito como una experiencia de altísimo respeto profesional, difícilmente alcanzado en proyectos regulares de diseño ejecutivo".

Este soporte consultivo tiene como objetivo hacer visibles las necesidades no detectadas y la de configurar dentro de la empresa una nueva calificación profesional necesaria en su convivencia y vínculo con el programa de incorporación del PID. Los resultados a los que se apunta, salto cultural, visión de futuro, apertura mental, calidad institucional, nuevo perfil empresario.

El trabajo de capacitación elaborado dentro del modelo se viabiliza por la acción de Consultores que en equipo con las empresas transfieren conocimiento, visiones y acciones, tarea que se cierra con los entregables, un completo estudio diagnóstico del estado actual del diseño en la empresa, acompañado de una propuesta específica y dedicada, como Plan Estratégico de Diseño.

Un Programa de estas características dispara dentro de la empresa la búsqueda de herramientas que den respuesta empresarial a los cambios internos, de dirección y de los requerimientos de los nuevos procesos y actores, el desarrollo de nuevos mercados, la inclusión de la innovación como filosofía

empresarial, la necesidad de permanente capacitación y el acceso a las nuevas tecnologías, de programación, producción, comunicación y comercialización.

A nivel directivo el compromiso es comprender y compartir en el interno el modelo, los elementos que lo componen, la alineación necesaria entre ellos y los nuevos niveles de participación, control e inversión. Entender los cambios de paradigma y de aprendizaje, los nuevos niveles de desarrollo táctico y estratégico y su diseminación dentro de la estructura, dar valor a la bajada a la línea gerencial desde la Dirección, que apoye y estimule la incorporación de nuevas prácticas y de innovación habitualmente resistidas.

Este programa fue elaborado por la DI Anabella Rondina y la DI Mariana Massigoge con la colaboración de Frank Memeldorff y Hugo Kogan.

En este link se accede a experiencias y testimonios de los primeros casos: http://www.buenosaires.gob.ar/cmd/pid/experiencias-y-testimonios

En este link se accede a info de la totalidad del programa: http://www.buenosaires.gob.ar/cmd/pid

Del PIDE al PIC

Los primeros pasos del programa se dieron en el año 2010 cuando desde el CMD queríamos impulsar acciones de vinculación que ofrecieran servicios técnicos y a su vez financiamiento que facilitara el acceso de las PyME al programa.

Cuando empezamos a armar el programa sabíamos que nuestro objetivo era vincular de manera práctica el proceso proyectual de Diseño con las PyME, propiciando un espacio de encuentro en el cual articular todos los factores, creando un mapa donde entrelazar relaciones entre las partes y realizar una primera lectura de la situación que permitiera entender todas las posibilidades que existen a futuro.

Nos focalizamos en transparentar un proceso que es sumamente importante: el momento del diagnóstico y planificación estratégica, porque es donde se apoya todo proyecto/solución de diseño. Nos propusimos entonces cambiar el interrogante ¿Cómo nacen los productos? a ¿Cómo se gestan los proyectos?

Con una vasta experiencia en la realización de acciones destinadas a enriquecer la trama de nuevos desarrollos, el CMD crea el programa de incorporación de diseño en empresas, PID PyME, a través del cual impulsa un diálogo y construcción conjunta entre diseñadores, estudios consultores y empresarios.

A lo largo del programa contamos con el asesoramiento de importantes referentes de la consultoría de diseño como Frank Memelsdorff y Hugo Kogan. También, pudimos contar con varios intercambios entre diferentes actores de los sectores involucrados que permitieron formular un programa ajustado a oportunidades reales pero que también apuesta a fomentar el diseño como estrategia de innovación.

2012-13 ▶	2014-15 ▶	2016
PIDE Programa de incorporación de diseño en empresas	**PID** Programa de incorporación de diseño	**PIC** Programa de incorporación de capacidades
43 PyMEs	59 PyMEs e Instituciones	73 PyMEs e Instituciones

Mariana Massigoge
Diseñadora Industrial

Fortaleciendo el sector

La incorporación de Diseño ocupa un espacio cada vez más amplio en la estructura económica Argentina. La publicación PyME+100 viene a dar cuenta de este crecimiento, del compromiso de las políticas públicas en la promoción y fortalecimiento del sector. Estos números dimensionan el gran impacto económico y demuestran cómo el diseño se ha convertido en un motor de expansión y desarrollo.

La nueva edición del Programa de incorporación de Capacidades es la puesta en movimiento de este circuito donde la Gestión de la innovación, la internacionalización y el diseño estratégico cobran un rol protagónico para enfrentar los cambios y el dinamismo que propone el mercado actual.

El PIC llegó con el objetivo de ampliar y potenciar la experiencia adquirida en todas las instancias anteriores, reafirmando el valor del diseño en la construcción de una economía dinámica y activa. Además de ser un invaluable recurso económico es también una herramienta indispensable para la identidad y la diversidad cultural, creando y reconfigurando su realidad constantemente.

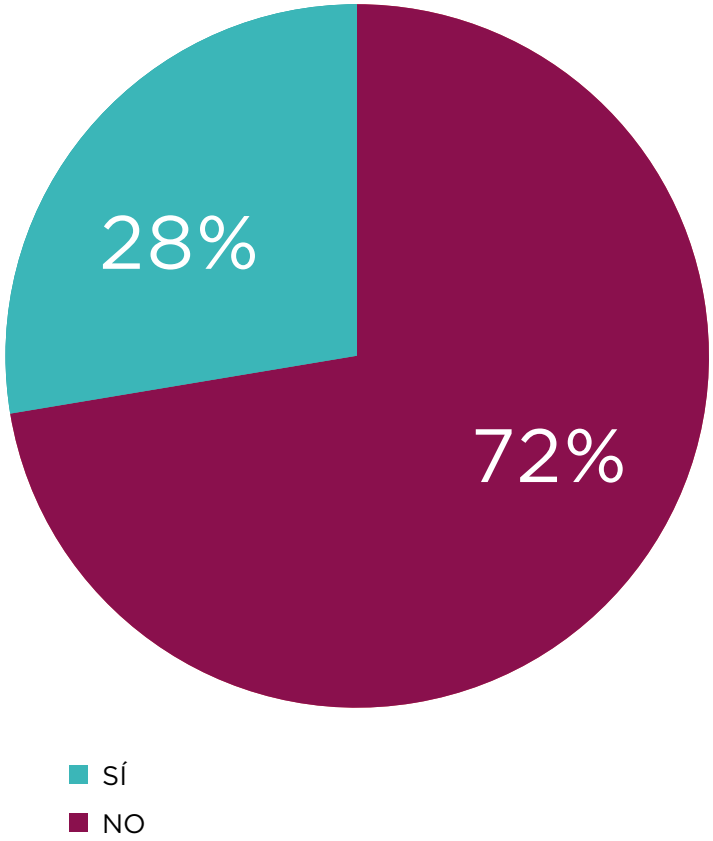
Seguir acompañando este recorrido junto con un equipo de expertos diseñadores y referentes de los sectores más relevantes de la industria, nos permite ir transformando y ampliando los alcances desde diferentes áreas de la Gestión y Promoción del Diseño Nacional. Esto implica un desafío constante de integración de todos los actores y sus múltiples variantes.

Julieta Vegas
Subgerente Promoción de Diseño CMD

SITUACIÓN INICIAL – EL VALOR DE LA CONSULTORÍA

72%

DE LAS EMPRESAS
QUE PASARON POR EL
PROGRAMA NO HABÍAN
CONTRATADO CONSULTORÍA
EN DISEÑO ESTRATEGICO.

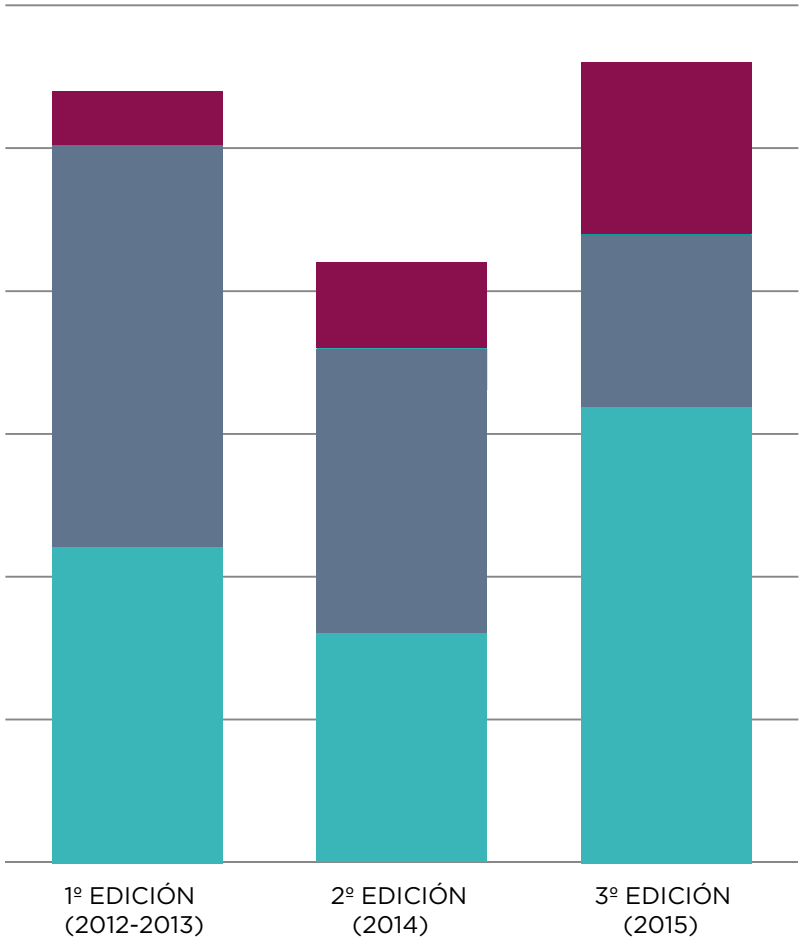


El programa logra valorizar la consuloria en diseño estrátegico. Etapa clave para la incorporación de diseño, que promueve procesos de innovación en organizaciones productivas y de servicios.

CRECIMIENTO EXPONENCIAL DE EMPRESAS INSCRIPTAS

100%

DE INCREMENTO EN LAS EMPRESAS DE LA CATEGORÍA MEDIANA-GRANDE, ENTRE LA SEGUNDA Y TERCERA EDICIÓN



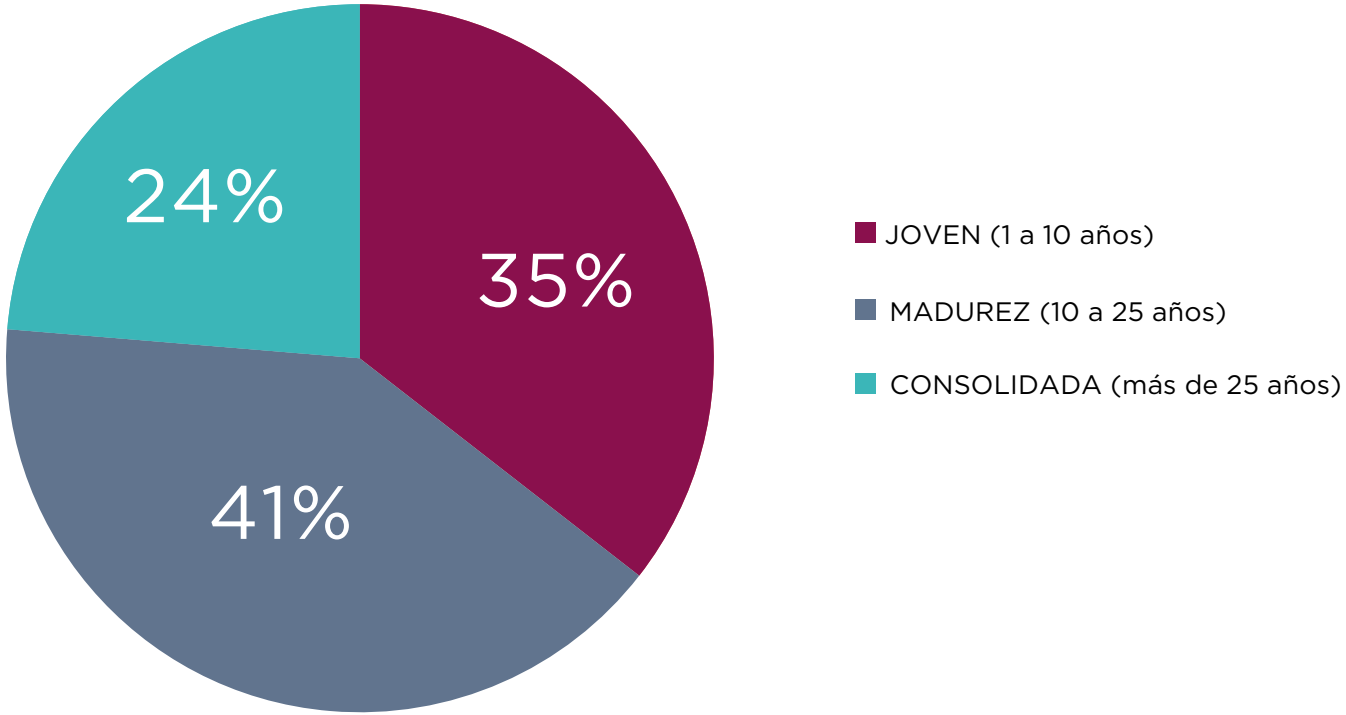
En cada edición aumentó el porcentaje de medianas-grandes empresas que recibieron asesoría, garantizando un mayor impacto en los diversos sectores de la industria.

- MEDIANA-GRANDE
- MEDIANA
- PEQUEÑA

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS QUE PARTICIPARON

65%

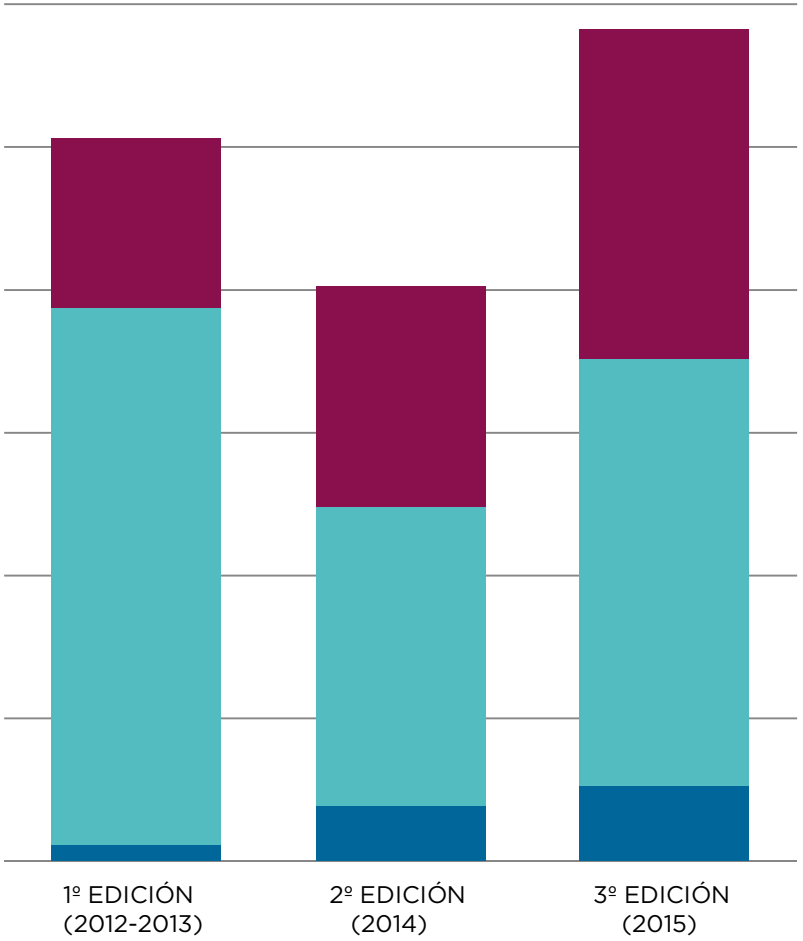
DE LA EMPRESAS QUE PASARON TIENEN MÁS DE 10 AÑOS DE EJERCICIO.



ACTORES INVOLUCRADOS

30%

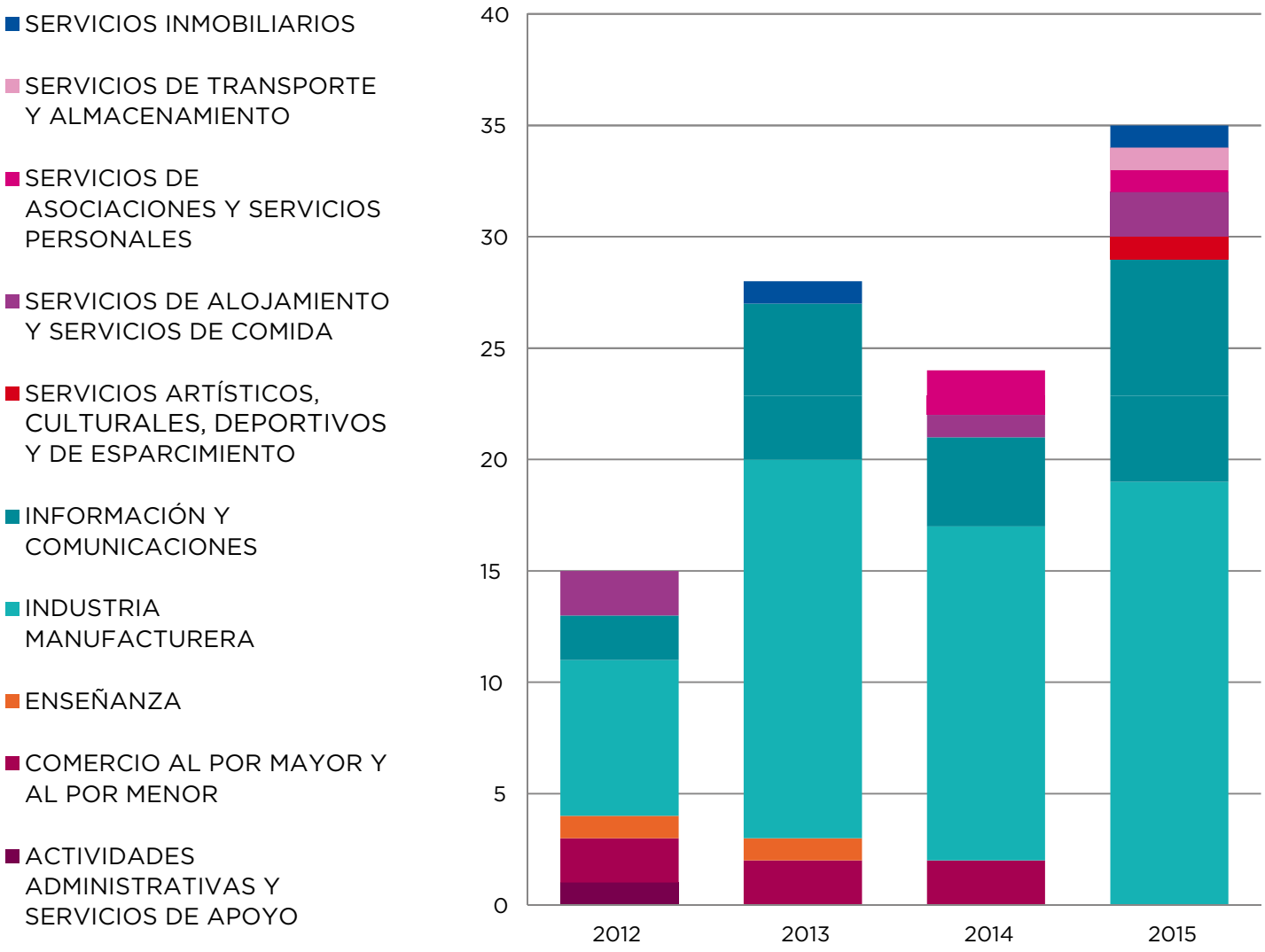
DE CRECIMIENTO ANUAL APROXIMADO EN LA PARTICIPACIÓN DE ESTUDIOS CONSULTORES



La incorporación de Cámaras y Asociaciones de apoyo sectorial fortaleció las vinculaciones entre empresas y diseñadores.

- ESTUDIOS CONSULTORES
- EMPRESAS ASESORADAS
- ENTIDADES PROMOTORAS

SECTORES DE LA INDUSTRIA BENEFICIADOS

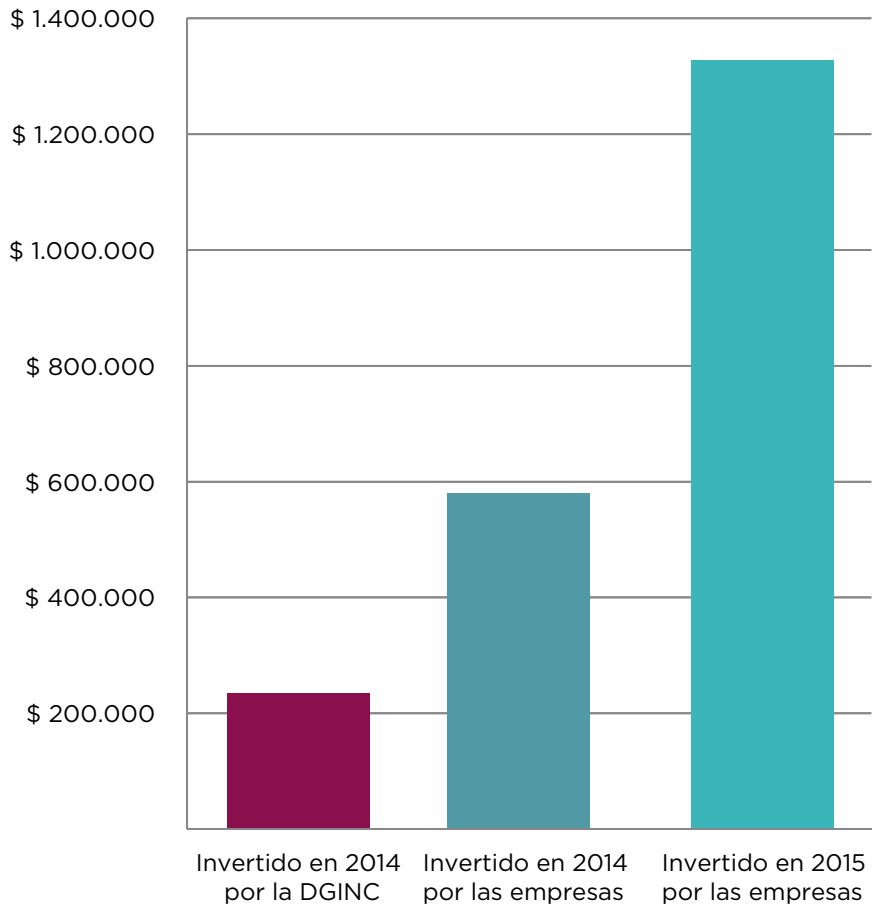


Los sectores que evidencian mayor crecimiento de la industria manufacturera son: Indumentaria; Muebles; Equipamiento médico; Farmacéutico; Electrónica e Iluminación.

APALANCAMIENTO ECONÓMICO EN EL SECTOR DE DISEÑO

228%

SE INCREMENTÓ LO INVERTIDO EN EL SECTOR

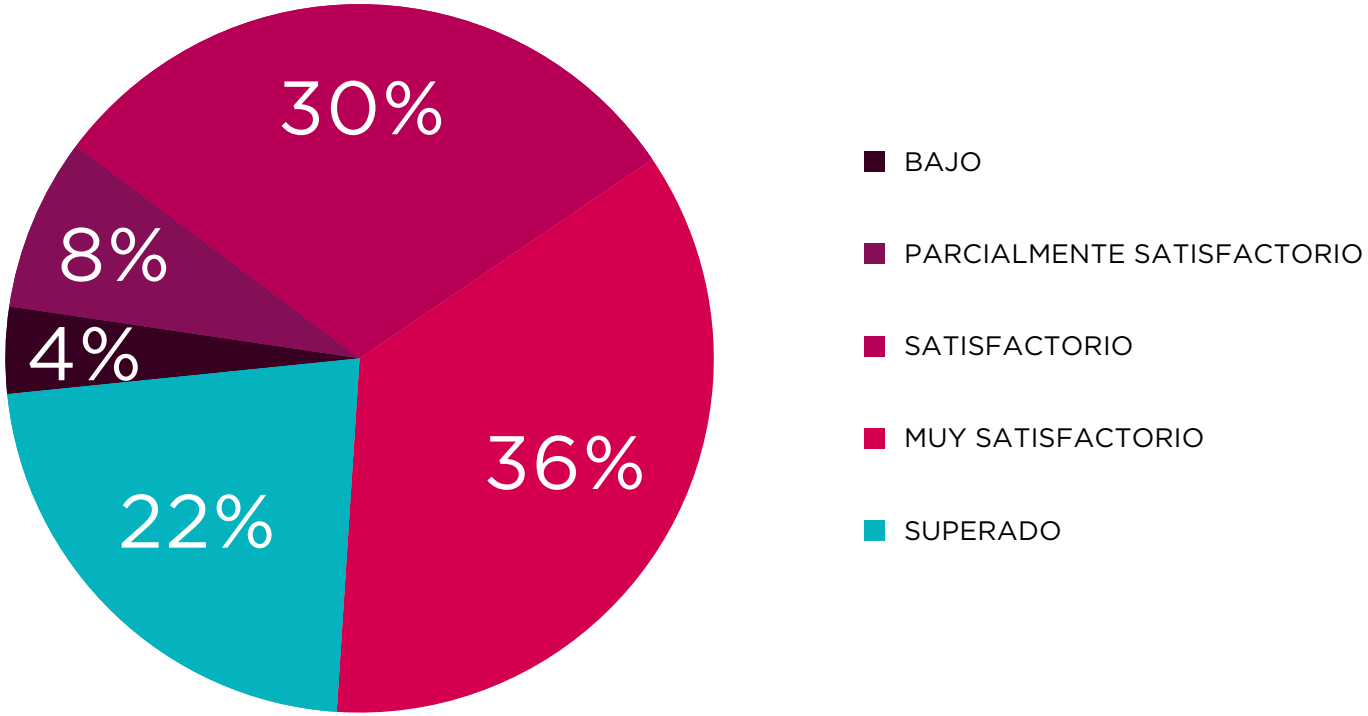


A partir de la inversión de la DGINC se ha logrado duplicar la inversión en el sector de diseño por parte de las empresas involucradas en el programa.

NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES

88%

DE LAS EMPRESAS DEL PROGRAMA PUDIERON GENERAR CAMBIOS POSITIVOS LUEGO DE RECIBIR UNA CONSULTORÍA



CASOS

Vuenoz + Menos es Más 20

Dicrom + DMO 23

Corcisa + Total Tool 27

Leader Music + KPR 30

Relanzamiento Vuenoz

EMPRESA
VUENOZ

Rubro:
Páginas web

Inicio de actividades:
2002

Tamaño de empresa:
Pequeña (5 empleados)

Vuenoz es una plataforma digital especializada en listar propuestas culturales, dirigido a un público joven y urbano, interesado en las nuevas tendencias. Su red innovadora brinda un servicio para los usuarios que los mantiene informados de las novedades de los artistas y lugares que siguen. Cuenta con un servicio propio de *e-commerce* desde el cual los productores pueden promocionar sus eventos.

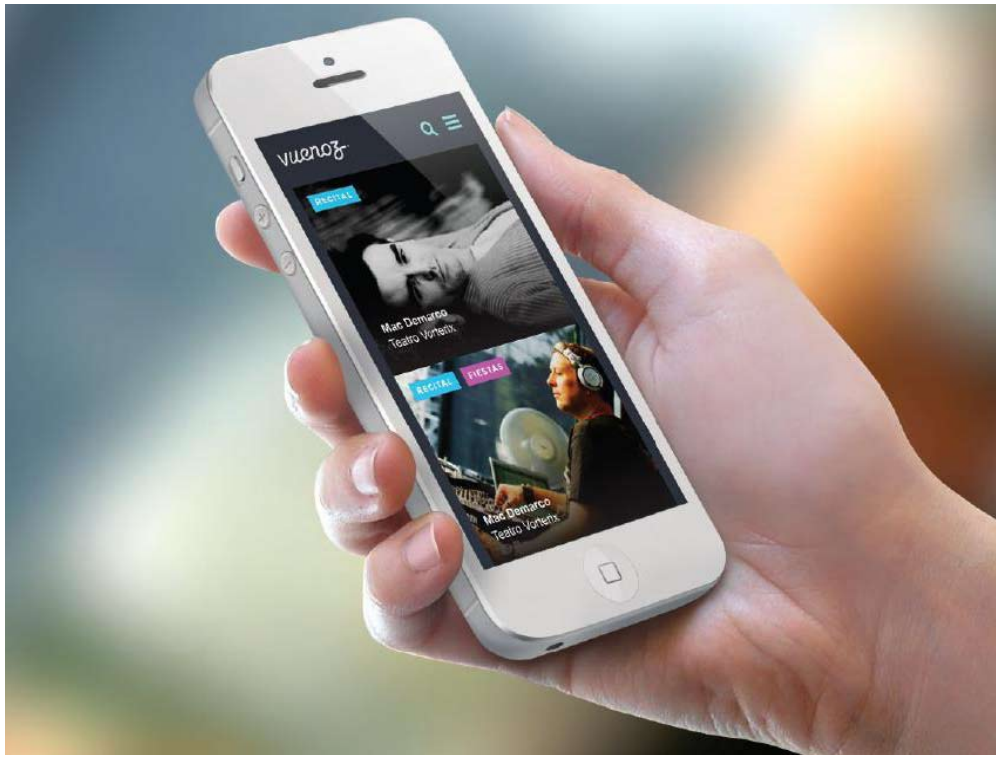
ESTUDIO
MENOS ES MÁS

Especialidad:
Branding

Inicio de actividades:
1997

Tamaño del estudio:
Pequeño (5 empleados)

Menos es Más es un estudio de Branding dedicado a construir identidad de un modo colaborativo en el mundo corporativo e institucional. Se especializa en marcas destino con proyectos como Bicentenario, IDBrooklyn y IDBerlin; desarrollando arquitectura marcaria y sistemas de comunicación basados en identidades verbales y visuales. Con la misma metodología diseñaron el ícono de la mujer emprendedora LATAM y C3 -Museo de ciencias-, entre otros.



Tipo de consultoría

Estrategia organizacional.

Diagnóstico

Necesidad de un salto a nivel imagen e identidad de marca, para poder posicionarse como un medio líder y sólido. Se descubrieron carencias en la identidad e imagen de marca y el modo en que esto impactaba negativamente en sus relaciones y resultados económicos.

Estrategia

Basados en el plan estratégico de diseño (PED) sugerido como conclusión de la consultoría, se propuso un plan de *re-branding* general: la creación de una nueva marca y el re diseño de todas las plataformas digitales (web, *mobile*, redes sociales, prensa).

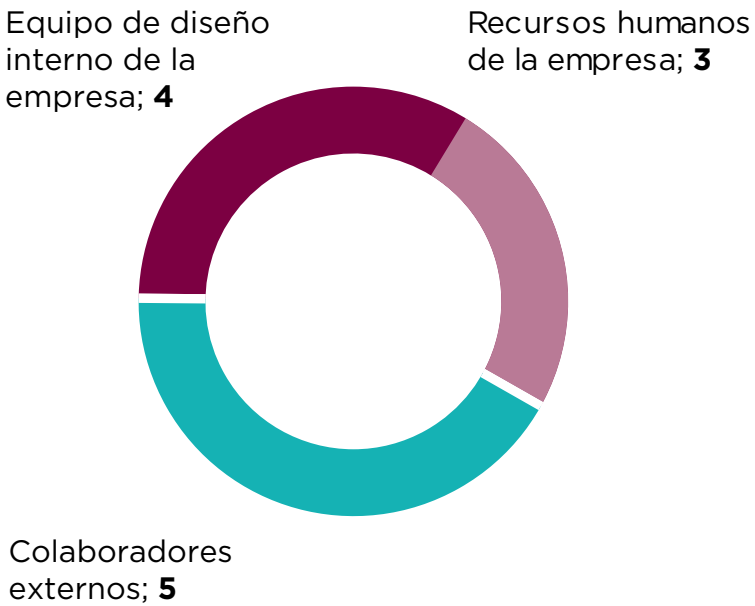
Una vez resuelto lo conceptual, se pasó a la fase de diseño de marca, guías de estilo y las pantallas web madre que usaron como punto de partida para luego ampliar a toda la plataforma. Esta etapa duró seis meses.

Se desarrolló una arquitectura marcaria para iniciar nuevas unidades de negocio, como son la venta online de Tickets, aprovechando la mejora en su imagen a nivel confiabilidad y seriedad y la contratación de notificaciones *on-demand* para productores de eventos que publican en su plataforma.

La interacción de los usuarios con las herramientas (suscripciones a alertas, carga de contenidos, registraciones) mostró una mejora de más del 30%.

Duración y estado del Proyecto

El proyecto se encuentra actualmente	**FINALIZADO**
Año de inicio	**2013**
Año de fin	**2014**
Duración total desde inicio hasta su finalización (en meses)	**12**



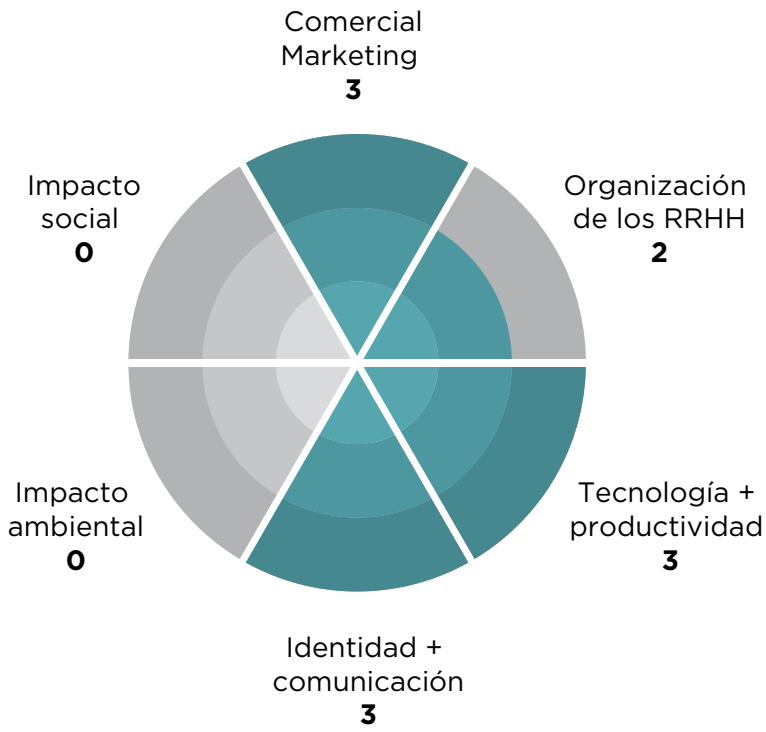
Implementación

La fase de implementación tecnológica culminó con la puesta online del nuevo diseño e imagen al público. Se realizó una campaña de publicidad y prensa para difundir el cambio donde se involucraron también profesionales de marketing y publicidad para la campaña de medios.

A menos de seis meses con el nuevo diseño, en las encuestas los usuarios se mostraron marcadamente satisfechos. En el plano comercial: duplicaron el porcentaje de nuevos clientes como resultado del cambio positivo que tuvo la nueva imagen; consolidaron acuerdos comerciales con empresas dedicadas a la comercialización de tickets para eventos y se realizaron alianzas de contenido y publicitarias.

El lanzamiento y aceptación de la nueva identidad permitió la aparición en numerosas publicaciones de prensa sumando recursos de contenidos, como el personal de programación, que interactuaron para llegar a dar forma a la mejor orientación en el nuevo diseño.

Gracias al aporte en confiabilidad que expresa, el nuevo diseño permitió comenzar una nueva unidad de negocio: la venta de tickets para eventos. Otro aporte importante fue la posibilidad de incorporar nuevos formatos publicitarios premium que los sitúan como uno de los *players* del mercado con mayor innovación.



Incremento en los ingresos post-implementación del proyecto

Reducción de costos variables con la implementación del diseño

Rediseño de Fotómetro de llama Zeltec ZF250i

EMPRESA
DICROM INGENIERIA

Rubro:
Química analítica

Inicio de actividades:
1990

Tamaño de empresa:
Pequeña (9 empleados)

Dicrom se especializa en el desarrollo de soluciones rápidas y de bajo costo para industrias farmacéuticas, cementeras, alimenticias y agropecuarias principalmente. Han exportado a mercados como Yemen, Egipto, Angola y América Latina. Sus desarrollos permiten que las pymes locales mejoren sus controles de calidad. Posee hace 7 años certificaciones ISO 90012008 para todos los procesos de desarrollo y fabricación de equipos.

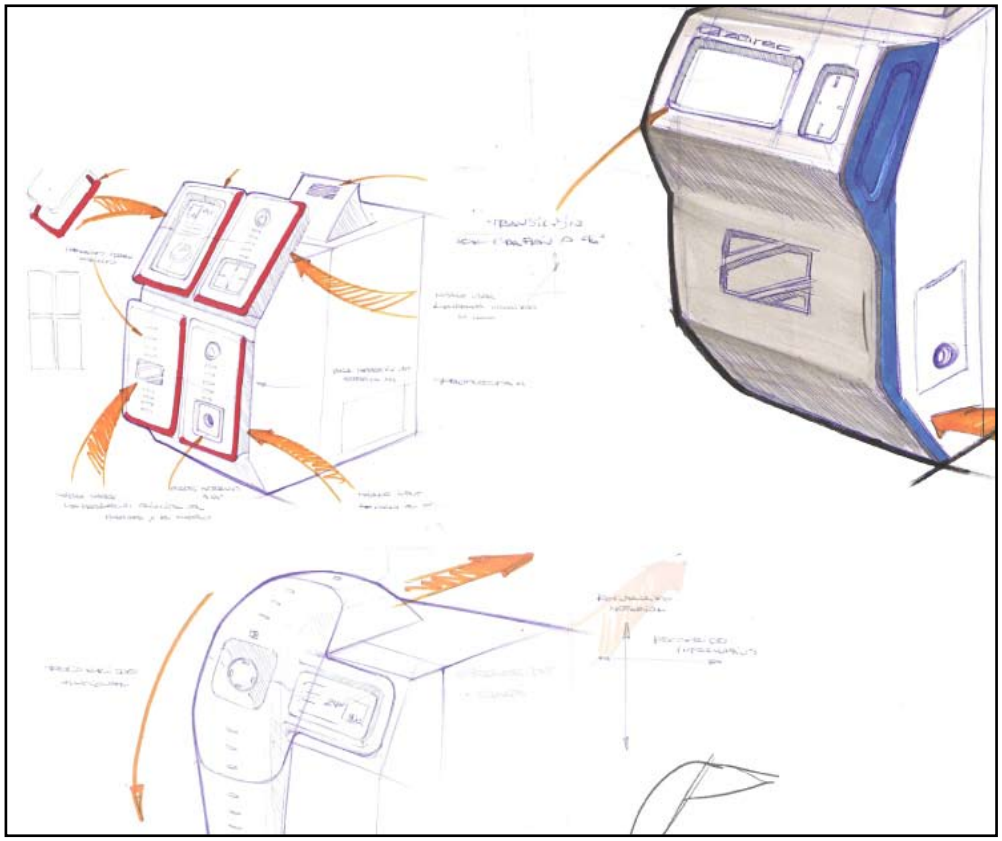
ESTUDIO
DMO DESIGN COMPANY

Especialidad:
Diseño industrial

Inicio de actividades:
2006

Tamaño del estudio:
Pequeño (9 empleados)

DMO es una compañía global de diseño e innovación que conecta diseño con negocios y *start-ups*, integrando estrategias y experiencias para el desarrollo de productos, servicios y marcas. Realizaron más de 400 proyectos en industrias como salud, laboratorio, agro y bienes de consumo. Cuentan con oficinas en Argentina, Chile, México y USA, y socios estratégicos en Brasil, Alemania y China.



Tipo de consultoría

Diseño estratégico: desarrollo de producto.

Diagnóstico

La firma Dicrom Ingeniería necesitaba realizar un rediseño de su producto principal por nuevos requerimientos técnicos, incorporando nuevas tecnologías con la necesidad de mejorar el nivel de percepción de calidad de sus productos.

Los objetivos del proyecto se definieron en:

1. Rediseñar el producto, incorporando nuevas tecnologías para la interfase operativa.
2. Optimizar el escenario de transformación con procesos que permitan mejorar la calidad y bajar costos industriales.
3. Lograr una renovación en la identidad de los productos de la marca y ampliar ese imaginario sobre la oferta de la misma.
4. Concretar el diseño en un prototipo funcional que permita a la empresa exhibirlo en una feria internacional y medir el impacto en los consumidores.
5. Lograr mejorar la experiencia del usuario y su percepción de calidad.

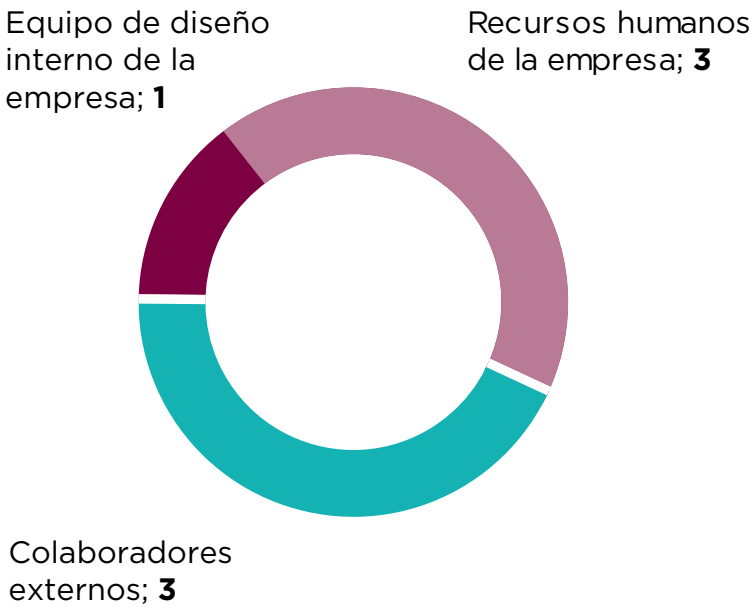
Estrategia

Diseñar una nueva experiencia para el usuario que se centre en simplificar la usabilidad del equipo incorporando nuevas tecnologías y transmitir calidad.

A nivel tecnológico (mediciones) el producto es reconocido en el mercado como líder. Pero se lo percibía como desactualizado y su identidad no

Duración y estado del Proyecto

El proyecto se encuentra actualmente	**EN CURSO**
Año de inicio	**2013**
Año de fin	**2016 - 2017**
Duración total desde inicio hasta su finalización (en meses)	**12**



aportaba al posicionamiento deseado.

Se puso el foco en mejorar su identidad y simplificar su comunicación funcional para lograr un mejor posicionamiento y abrir puertas a nuevos mercados internacionales.

Implementación

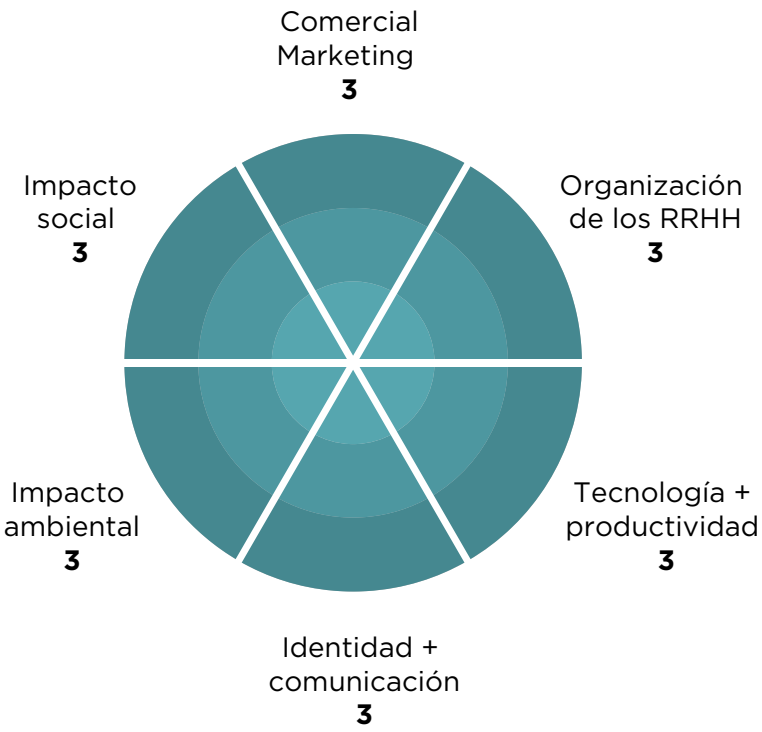
Se realizó un relevamiento completo del producto vigente y de las capacidades instaladas de la empresa. A la vez se relevó la red de proveedores de fabricación y los procesos internos.

Se definión un brief de diseño con todos los requerimientos detectados y definidos para el nuevo producto. Se realizaron múltiples propuestas conceptuales que respondieran a los requerimientos iniciales.

Se consensuó avanzar por una de esas propuestas para realizar una fase de refinamiento y desarrollo de documentación técnica preliminar para fabricación de prototipos.

Se realizó la fabricación de 1 prototipo funcional, el cual fue expuesto en ferias locales e internacionales superando las expectativas del mercado e impactando notablemente en los números de la empresa. El nuevo producto ganó en competitividad y percepción de calidad, igualando el nivel de posicionamiento de productos importados.

Actualmente la Etapa 2 se encuentra en curso para poner el producto en producción a escala industrial.



Incremento en los ingresos post-implementación del proyecto

DICROM + DMO: Hitos conseguidos y proyectos en curso gracias al PID

El Programa PID-Pyme generó una serie de cambios y resultados importantes dentro de la empresa; antes de esto, no habían dimensionado el alcance y la fuerza que posee el diseño para una Pyme. Algunos sucesos fueron:

- Fueron invitados a participar en el 2013 a la Primer Misión Técnico Comercial al Brasil organizada por el Ministerio de Ciencias y Tecnologías.

- La generación de nuevos contratos con Usuarios que permitieron un crecimiento desde el 2013 del 26% Interanual promedio, teniendo como punto máximo el periodo 2014/2015 con un crecimiento del 38.3% (aún con un mercado recesivo y estancado).

- Aumento en la participación en el interior del país, dado que el nuevo diseño de comunicación fue más prolijo, hecho que no habría sido posible sin lo relevado y modificado por el aporte del PID/CMD.

- Incorporación de Diseño en su sistema de Gestión ISO 90012008.

- Proyección en el Exterior a la espera de las nuevas unidades Diseñadas con DMO, que ya se encuentran en la etapa final.

- Participaron en Ferias en el Exterior e Integraron un consorcio exportador.

- Tienen planificado una inversión de $1.200.402 para ser ejecutada en el Periodo 2016/2017 para un proyecto de equipos de Análisis de Biocombustibles que apunta a fortalecer a la industria Local, una inversión pensada en un enfoque en el Diseño contemplado en todo el proceso y desarrollo del proyecto.

Activación identitaria para Corcisa

EMPRESA
CORCISA

Rubro:
Comercialización de productos de informática

Inicio de actividades:
1978

Tamaño de empresa:
Mediana (26 empleados)

Corcisa es una empresa familiar, fundada por los 3 hermanos Cornejo. Se dedica a la importación y comercialización de productos de informática y es distribuidor de las marcas más conocidas de hardware. Comenzó con la venta minorista de equipamiento de oficina, maquinas de escribir y calcular. Con la aparición de la PC, comenzó a comercializar estos productos y fue creciendo hasta convertirse en uno de los principales mayoristas de hardware del país.

ESTUDIO
TOTAL TOOL

Especialidad:
Diseño estratégico

Inicio de actividades:
2004

Tamaño del estudio:
Micro

Total Tool es una red de consultoras con sede en Milán, Buenos Aires y Tokio que lidera proyectos de diversos sectores del mundo de la producción creativa. Desarrolla estrategias de diseño para la creación de valor y la innovación, integrando a sus servicios actividades de investigación, consultoría en diseño, diseño de espacios, productos, comunicación y visioning.

Tipo de consultoría

Consultoría en identidad corporativa, relanzamiento de marca, plan de comunicación y creación estratégica de valor.

Diagnóstico

Según el diagnóstico realizado, Corcisa contaba con una buena cartera de clientes, altamente fidelizada: el trato era personalizado, sabían escuchar sus necesidades y tenían la capacidad de resolver problemáticas a favor de éstos siendo rápidos en la entrega de producto y eficientes. De hecho, poseían un nivel muy bajo de quejas. Sin embargo, existía una gran porción del mercado (80%) que no los conocía.

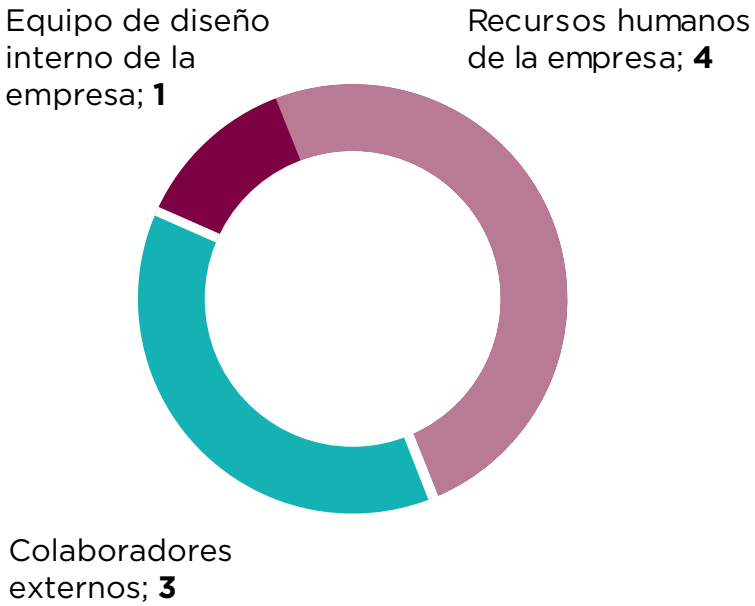
A pesar que la marca acarreaba valores intangibles como trayectoria, transparencia, seriedad, no eran conocidos por fuera de su cartera de clientes. A su vez, contaban con un equipo comercial de muchos años de antigüedad y ligeramente desmotivado. A partir del proceso de consultoría, la empresa reconoció la necesidad de involucrarse en liderar una estrategia fresca y movilizadora. El sector es un mercado de productos commodity, cuyos valores diferenciales pueden centrarse en el servicio, la capacidad de abastecimiento y financiación, los incentivos comerciales y la fidelización de clientes.

Estrategia

A partir del diagnóstico, se propuso el trabajo en base al desarrollo de una estrategia de reposicionamiento persiguiendo el objetivo que la empresa

Duración y estado del Proyecto

El proyecto se encuentra actualmente	**FINALIZADO**
Año de inicio	**2014**
Año de fin	**2015**
Duración total desde inicio hasta su finalización (en meses)	**15**



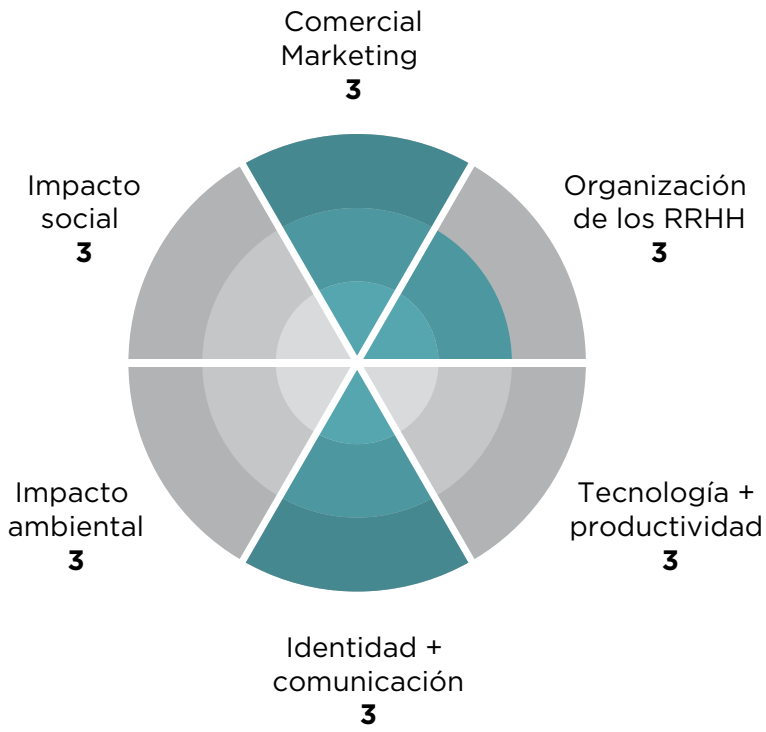
alcance a ser conocida por un público mayor. Para ello, se propuso trabajar en torno a la definición de los valores diferenciales de Corcisa, el rediseño de la identidad corporativa y sus interfaces y desarrollo de actividades de comunicación bajo la elaboración de un Plan Estratégico de Comunicación (PEC) desarrollado a lo lardo del 2015.

Objetivos generales del PEC (Plan Estratégico Comunicación):

- Captura de nuevos clientes: nuevos usuarios registrados que concretan alguna operación de compra a lo largo del año.
- Fidelización de clientes.
- Elevación de la percepción de marca.
- Reestructuración del discurso al interno de la empresa.

Implementación

1. Trabajo en torno a los valores diferenciales de Corcisa.
2. Rediseño de la identidad corporativa. Trabajo en torno a la presencia de marca en las distintas interfaces.
3. Diseño de un formato de newsletter sistematizado.
4. Rediseño de la sala de conferencias con la nueva identidad corporativa.
5. Desarrollo de un ciclo de Conferencias Corcisa destinadas a clientes, a ser realizado en su sede.
6. Desarrollo de cinco artículos en medios especializados, generados hacia el sector.
7. Un programa sistematizado de mailing anual a través de agencias de marketing a una base mayor a la existente.
8. Estructuración de las tareas de los recursos especializados en diseño que colaboren en la empresa: diseño gráfico.



Incremento en los ingresos post-implementación del proyecto

Realidad e identidad institucional

EMPRESA
LEADER ENTERTAINMENT

Rubro:
Productora de contenidos

Inicio de actividades:
1986

Tamaño de empresa:
Mediana (19 empleados)

Leader Entertainment crea y desarrolla proyectos musicales de diversos géneros, obras musicales y shows. Se encuentra a la vanguardia en el negocio de las nuevas tecnologías ofreciendo contenidos digitales en diversas plataformas, merchandising, aplicaciones y productos editoriales.

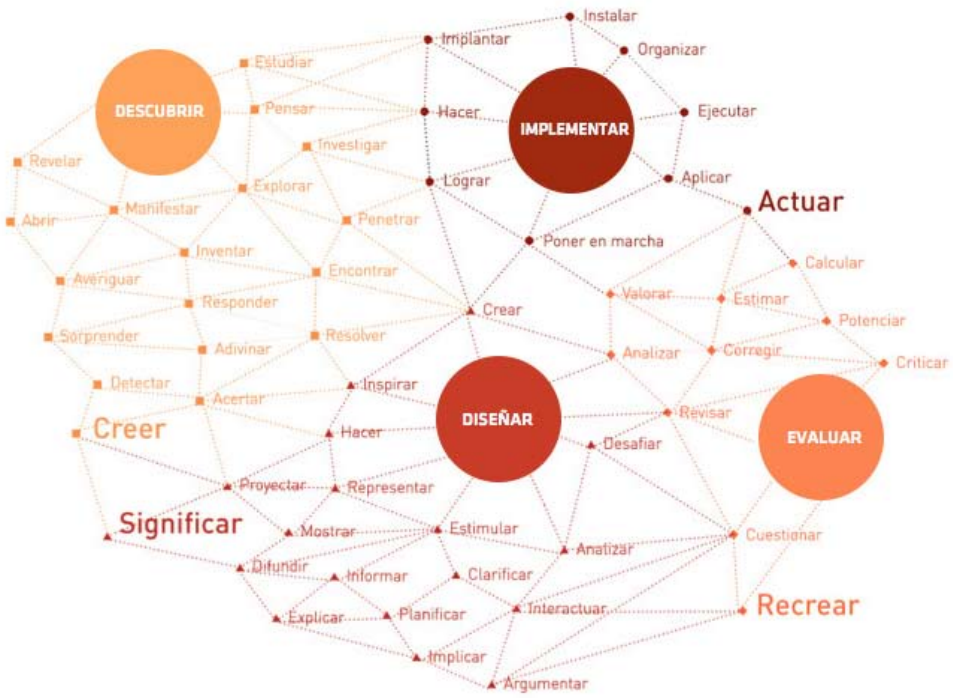
ESTUDIO
KPR

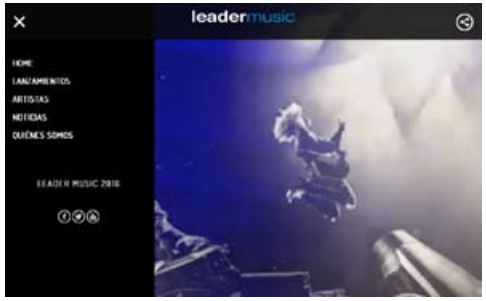
Especialidad:
Consultoría Estratégica de Diseño

Inicio de actividades:
1996

Tamaño del estudio:
Pequeño (10 empleados)

KPR desarrolla ideas creativas para comunicaciones combinando creatividad, diseño, marketing y tecnología con el know-how necesario para implementaciones exitosas basadas en la experiencia real de los negocios en la región y en el mundo. Ha trabajado a lo largo de 20 años con empresas nacionales e internacionales aportando soluciones acorde a las necesidades, características específicas y expectativas de cada organización.





Tipo de consultoría

Imagen y marca.

Diagnóstico

La industria discográfica argentina tiene lógicas de mercado sumamente dinámicas. Los cambios en la estructura del negocio y las características del mercado generan dificultades en el reconocimiento de la actividad principal de la compañía, de su identidad institucional en función de su realidad.

Estrategia

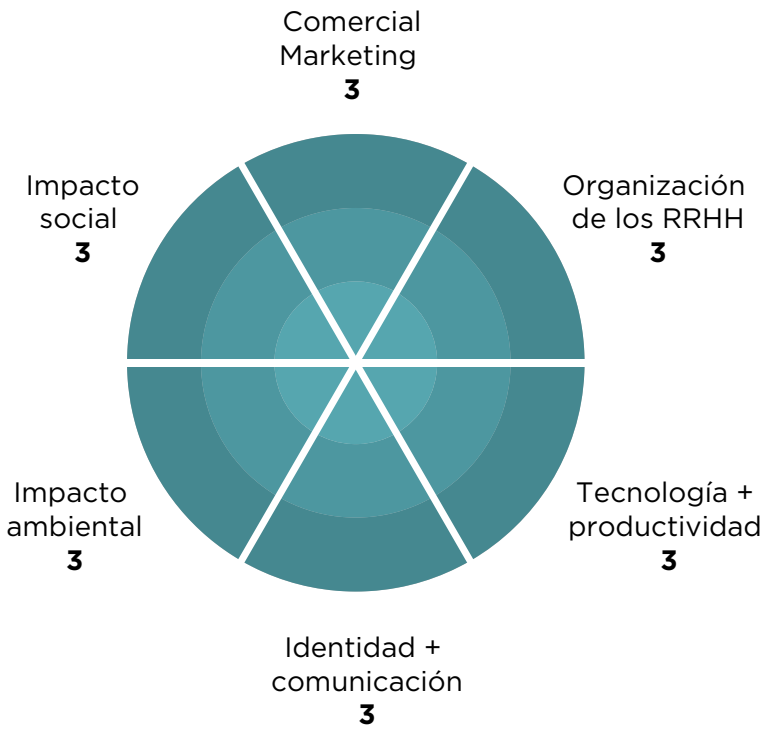
A partir de la re-definición de la realidad institucional de las actividades realizadas por la compañía, se clarifica y se establece la nueva denominación marcaria a Leader Entertainment, la cual engloba la realidad empresaria del momento y la proyección de negocios incluyendo su actividad anterior como una ventana comercial más. Se define una política de comunicación interna, se realizan cambios de logotipos en la comunicación gráfica y se publica una nota en la Revista Prensario, referente de la comunicación de la industria discográfica, adonde se explican las razones que motivaron al cambio.

Implementación

El proyecto se presentó internamente al equipo de Leader en una convención realizada en Marzo de 2013. dicha presentación fue realizada por Esteban Rico de KPR y en la misma comenzaron a realizar los cambios de la nueva denominación, Leader Entertainment. A su vez, se publicó una nota en Revista Prensario, en marzo de 2015.

Duración y estado del Proyecto

El proyecto se encuentra actualmente	**FINALIZADO**
Año de inicio	**2012**
Año de fin	**2013**
Duración total desde inicio hasta su finalización (en meses)	**6**



331% Incremento en los ingresos post-implementación del proyecto

3% Reducción de costos variables con la implementación del diseño

EMPRESAS

nombre	rubro	tipo de consultoría realizada	web
3Pi mobility	Fabricación de equipo médico, quirúrgico y de aparatos ortopédicos.	Producto	www.3pim.com.ar
Adox S.A.	Fabricación de dispositivos médicos	Imagen de marca	www.adox.com.ar
Alsym textil S.R.L. - Anchus	Indumentaria bebés y niños	Estrategia de comunicación	www.anchus.com.ar
Amalio Russo (Liguori S.R.L.)	Muebles	Estrategia organizacional	www.amaliorusso.com
Ambicion S.A.	Servicios inmobiliarios	Imagen de marca	ambicions.a@gmail.com
Armando Lio	Indumentaria bebés y niños	Producto	www.armandolio.com.ar
Artesano de Sueños	Fábrica de colchones artesanales	Estrategia organizacional	www.artesanodesuenios.com.ar
Asunto Impreso S.R.L.	Editorial	Producto	www.asuntoimpreso.com
Biblioteca Permacultura	Editorial	Estrategia de comunicación	www.bibliotecapermacultura.com
Bipo	Juguetería y rodados para niños	Producto	www.bipomovil.com
CADIEEL Cámara Argentina de Industrias Electrónicas, Electro-mecánicas y Luminotécnicas	Cámara empresarial	Estrategia de comunicación	www.cadieel.org.ar

EMPRESAS

nombre	rubro	tipo de consultoría realizada	web
Café de los Angelitos	Gastronomía, café y cena show	Estrategia de comunicación	www.cafedelosangelitos.com
CAFIRA	Cámara empresarial	Estrategia comercial	www.cafira.com
Carteras Urbana Bs.As.	Fabricación de maletas, bolsos de mano, artículos de talabartería y de cuero	Estrategia de comunicación	facebook/carterasurbanabsas
Casa Lady S.R.L.	Distribuidora mayorista de productos para kioscos	Estrategia de comunicación	casaladysrl@hotmail.com
Casa Landau	Fábrica de avios y accesorios metálicos	Estrategia de comunicación	www.landau.com.ar
Casa Sacchi S.R.L.	Muebles	Estrategia de comunicación	facebook/profile
Clase viva	Productores de materiales de capacitación e-learning	Estrategia organizacional	www.claseviva.com
CODES	Consultoria e ingeniería de sistemas	Estrategia de comunicación	www.codes.com.ar
Companeets y Compañía S.R.L. - Con Amor	Indumentaria bebés y niños	Estrategia comercial	www.conamor.com.ar
Compresores DMD S.A.I.C.	Fabricación de compresores, grifos y válvulas	Estrategia organizacional	www.dmdcompresores.com.ar
ComSi S.A.	Fabricación de instrumentos y aparatos de medición y verificación	Producto	www.comsitech.com.ar

EMPRESAS

nombre	rubro	tipo de consultoría realizada	web
Conexia	Servicios tecnológicos de la información	Estrategia de comunicación	www.conexia.com
Copelle	Desarrollos inmobiliarios	Estrategia organizacional	copelle.com.ar
Corcisa S.A.	Distribuidor mayorista de informática	Estrategia de comunicación	www.corcisa.com.ar
Cordelltrade S.A. Baby Cheito	Indumentaria bebés y niños	Estrategia de comunicación	babycheito.com.ar
Creaciones Alegre	Indumentaria bebés y niños	Producto	www.creacionesalegre.com.ar
Dagher S.A. Kol/Ram	Comercialización de productos de audio e iluminación	Producto	www.kolram.com.ar
Deglay S.R.L.	Indumentaria bebés y niños	Estrategia organizacional	www.caricatoon.com.ar
Dicrom Ingenieria S.A.	Equipamiento médico	Producto	www.dicromingenieria.com.ar
Donato Delego	Escuela de diseño de moda	Estrategia organizacional	www.donatodelego.com
DONN S.A.	Editorial	Producto	www.donnediciones.com.ar
DyR Medical Depot	Venta de productos médicos	Estrategia de comunicación	dyrrehab.com.ar

EMPRESAS

nombre	rubro	tipo de consultoría realizada	web
Eccosur	Fabricación de dispositivos médicos	Estrategia de comunicación	www.eccosur.com
Ecoderm	Cosmética	Imagen de marca	ecoderm.com.ar
Ediciones Iamiqué	Editorial	Imagen de marca	www.iamique.com.ar
Ediciones Journal S.A.	Editorial	Estrategia de comunicación	www.journal.com.ar
Editorial Albatros	Editorial	Imagen de marca	www.albatros.com.ar
Editorial Autores de Argentina	Editorial	Imagen de marca	www.autoresdeargentina.com
Editorial Biblos	Editorial	Imagen de marca	www.editorialbiblos.com.ar
Editorial Stella	Editorial	Imagen de marca	www.editorialstellamaris.com
ES MIO	Indumentaria bebés y niños	Estrategia organizacional	facebook/EsMioChicos
EUDEBA	Editorial	Estrategia de comunicación	www.eudeba.com.ar
Faiwel's Argentina S.A.	Muebles	Estrategia organizacional	www.mobel.com.ar

EMPRESAS

nombre	rubro	tipo de consultoría realizada	web
Farmacia Once	Farmacia	Imagen de marca	www.farmaciaonce.com
Fernanda Bevilacqua	Fabricación de maletas, bolsos y similares, talabartería y artículos de cuero.	Estrategia comercial	www.fernandabevilacqua.com.ar
Flexafil Sabilex	Productos odontológicos	Producto	www.sabilex.com
Flyering	Desarrollo y consultoría de software y servicios informáticos	Estrategia de comunicación	www.appkronos.com
G de B - Gabriela De Bianchetti	Indumentaria bebés y niños	Estrategia de comunicación	www.gdeb.com.ar
Gepetto	Indumentaria bebés y niños	Imagen de marca	www.gepetto.com.ar
Gestion.IT	Servicio de procesamiento de información	Estrategia de comunicación	www.gestionit.com.ar
Gicovate - Cooperativa de trabajo los artesanos	Muebles	Producto	www.gicovate.com
Guia Oleo	Guía gastronómica	Estrategia de comunicación	www.guiaoleo.com.ar
Herrajes Bis	Fabricación de herrajes	Estrategia de comunicación	www.herrajesbis.com.ar
HG	Gastronomía	Estrategia de comunicación	facebook/HernanGipponi

EMPRESAS

nombre	rubro	tipo de consultoría realizada	web
Hoteles de las Américas	Hotelería	Imagen de marca	www.grupoamericas.com.ar
IEP de Iluminación S.A.	Fabricación de lámparas eléctricas y equipos de iluminación	Estrategia de comunicación	www.iep-sa.com.ar
Industrias Wamco S.A.I.C.	Fabricación de lámparas eléctricas y equipo de iluminación	Producto	www.wamco.com.ar
INMEC S.R.L.	Fabricación de equipamiento en hierro y acero inoxidable	Producto	ezequielroses@inmec.com.ar
InterCoop Editora Cooperativa Ltda.	Editorial	Imagen de marca	www.intercoop.coop
International Fresh Forwarder S.R.L.	Servicios de gestión aduanera realizados por despachantes de aduana	Estrategia de comunicación	www.internationalfreshforwarder.com
Joria S.R.L.	Indumentaria	Estrategia organizacional	marcelacalamita@gmail.com
Kikai Labs	Fábrica de Impresoras 3D	Estrategia organizacional	www.kikailabs.com.ar
Kozak y Cía. S.A.	Indumentaria bebés y niños	Estrategia de comunicación	www.kozakmallas.com.ar
La Leopolda	Calzado	Estrategia organizacional	www.laleopolda.com
Laboratorio Inmunolab S.A.	Laboratorio y productos ópticos	Estrategia organizacional	www.inmunolab.com.ar

EMPRESAS

nombre	rubro	tipo de consultoría realizada	web
Lalineadepuntos	Textil y ropa blanca	Estrategia organizacional	www.lalineadepuntos.com.ar
Leader Music	Industria discográfica	Imagen de marca	www.leadermusic.com
Les Joujoux S.R.L.	Indumentaria bebés y niños	Estrategia organizacional	www.lesjoujoux.com.ar
Lugar Editorial	Editorial	Estrategia de comunicación	www.lugareditorial.com.ar
Mariana Arbusti	Lencería	Estrategia de comunicación	www.marianaarbusti.com.ar
Motivarte	Educación	Estrategia de comunicación	www.motivarte.com
Mutual Gas	Mutual empleados del gas	Estrategia organizacional	www.mutualgas.tur.ar
Nanabana Na	Indumentaria bebés y niños	Estrategia organizacional	facebook/nanabanana.ar
Nedi	Indumentaria bebés y niños	Producto	www.nedi.com.ar
Needtime	Indumentaria	Imagen de marca	www.needtime.com.ar
Nenuras	Indumentaria bebés y niños	Producto	www.nenuras.com.ar

EMPRESAS

nombre	rubro	tipo de consultoría realizada	web
Nina&Ben	Indumentaria bebés y niños	Estrategia organizacional	facebook/ninayben
Olmo Bikes S.A.	Fabricación de bicicletas	Producto	www.olmobikes.com
OMBOO S.R.L.	Editorial	Imagen de marca	www.myspecialbook.com
Orismos	Viajes y turismo	Estrategia organizacional	hcannizzaro@orismos.com.ar
Peces Voladores	Servicios de salones de juegos	Estrategia comercial	www.pecesvoladores.com.ar
Pitocatalan	Indumentaria bebés y niños	Estrategia de comunicación	www.pitocatalan.ombushop.com
Producción Safari	Muebles. Diseño y fabricación de equipamientos para oficina	Estrategia comercial	www.produccionsafari.com.ar
Produciendo Ropa S.R.L. - Mission Junior	Indumentaria bebés y niños	Estrategia comercial	www.missionjunior.com.ar
Reflejar	Fábrica de espejos	Estrategia de comunicación	www.reflejar.com.ar
Resolve ROER	Fabricación de dispositivos médicos	Producto	www.roer.com.ar
Reusch Argentina S.R.L.	Indumentaria	Estrategia comercial	www.reuschargentina.com.ar

EMPRESAS

nombre	rubro	tipo de consultoría realizada	web
Santarossa	Muebles - Diseño y fabricación de equipamientos para oficina	Estrategia comercial	www.santarossa-sa.com.ar
Snoop Consulting	Desarrollo y consultoría de software y servicios informáticos	Estrategia organizacional	www.snoopconsulting.com
Springwall	Fábrica de colchones	Estrategia organizacional	www.springwall.com.ar
Stampin Marek	Fabricación de tejados metálicos	Estrategia comercial	www.tejados.com.ar
Tiana	Hotelería	Imagen de marca	www.tianabuenosaires.com.ar
Tienda 326 Sinhue S.R.L.	Locales venta de indumentaria femenina	Imagen de marca	facebook/Tienda-326
TOO2	Fabricación de bicicletas	Estrategia comercial	www.too2.com.ar
Tree compañía de cocina	Gastronomía	Estrategia de comunicación	www.treecocina.com
Valena	Indumentaria	Estrategia de comunicación	ijantus@valena.com.ar
Victoria outdoor	Indumentaria	Producto	victoriaoutdoor.com
Vivatia	Servicio de procesamiento de información	Estrategia de comunicación	www.vivatia.com

EMPRESAS

nombre	rubro	tipo de consultoría realizada	web
Vuenos Airez	Agenda virtual de Eventos	Estrategia organizacional	www.vuenosairez.com
Wilcox	Desarrollo y fabricación de equipamiento electrónico para el ascensor, tableros de comando y accesorios	Estrategia organizacional	www.wilcox.com.ar
Zetech S.A.	Servicio de procesamiento de información	Estrategia de comunicación	www.zetech.com.ar

CÁMARAS

denominación	nombre	web
BAIREXPORT	Red de Exportadores de Bs As (Bairexport)	www.bairexport.com
CADIEEL	"Cámara Argentina de Industrias Electrónicas, Electromecánicas y Luminotécnicas"	www.cadieel.org.ar
CAFYDMA	Cámara de Fabricantes de Muebles, Tapicería y Afines	www.cafydma.org
CAIBYN	Cámara Argentina de Indumentaria para Bebés y Niños	www.caibyn.com.ar
CAL	Cámara Argentina del Libro	www.camaradellibro.com.ar

ESTUDIOS

nombre	contacto	web
3127 Estudio de Diseño	Belén Parra	www.3127estudio.com.ar
Abaco	Mara L. Spadetto / Martín Leguizamon	www.abacodiseno.com.ar
Angeles Estrada	María de los Ángeles Estrada Vigil	www.masekos.com
BCK	Vera Kade	www.bck-id.net
Castillo Becerra	Javier Castillo / Paulina Becerra	castilloc.javier@gmail.com
Cecilia Arzeni	Cecilia Inés Arzeni	cecilia.arzeni@gmail.com
Cohan Desing Group	Adrián Esteban Cohan	www.cohandesigngroup.com
DESIGNLINK	Maria Laura Gagliardi	www.designlink.com.ar
DMO Design Company	Martín Boschetti	www.dmo.company
Estudio DSP	Luciano Poggi	www.estudiodsp.com.ar
Estudio KPR	Esteban Rico	www.kpr.com.ar
FFW Studio	Camila Milessi	www.ffwestudio.com
Grupo Quiero	Sebastián Goldberg	www.grupoquiero.com
Icograma	Santiago Bustelo	www.icograma.com
Insitum	Martín Zabaleta	www.insitum.com
Menos Es Más	Gustavo Ariel Stecher	www.menosesmas.com.ar

ESTUDIOS

nombre	contacto	web
Munda	Juvina Ines Ten	www.munda.com.ar
MW Branding	Marina Wajs	www.mwdg.com.ar
Name Agency	Carlos Zinno	www.nameagency.co
Remolino	Mariano Bonacorsi	www.remolino.org
Sebastián Akerman	Sebastián Ackerman	www.ackompany.com
Tholon Kunst	Ana Laura Hevia	www.tholon.com
Total Tool Buenos Aires	Analía Cecilia Cervini	www.totaltool.com.ar
Tres	Rocío Jaliff	www.hechoportres.com
Tridimage	Hernán Braberman	www.tridimage.com
ZKYSKY S.R.L	Julieta Ulanovsky	www.zkysky.com.ar

Buenos Aires Ciudad

Vamos Buenos Aires

SUBSECRETARÍA DE ECONOMÍA CREATIVA
Y COMERCIO EXTERIOR

Centro Metropolitano de Diseño
Algarrobo 1041 (C1273AEB)
Barracas, Ciudad de Buenos Aires
(54 11) 4126-2950
www.buenosaires.gob.ar/economiacreativa