



## IMAGEN CORPORATIVA

# Solidez institucional

**E**l logo de ACA fue creado por el estudio Zorrilla Ponce de León en el año 2010. Sin duda, es un gran activo que tiene la institución y en el marco de los 70 años quisimos dar testimonio de la construcción de este símbolo.

Zorrilla y Ponce De León afirman que el punto de partida para la imagen “se construye en base a ideales conceptuales referidos al métier de cada empresa (y/o institución) y se apoya en cuestiones esenciales como su visión, su misión, su filosofía, sus valores, etc. Luego con las acciones se van aportando ingredientes importantes que la van construyendo y consolidando.” En el desarrollo, para los diseñadores prima la idea de que la acumulación de elementos va creando lo que definen en llamar la “imagen percibida”, algo a tener en cuenta al realizar trabajos de marca (o de rediseño de marca) ya que puede suceder que esa “imagen percibida” no represente la “imagen deseada” de la empresa o la institución en este caso.

La imagen corporativa se construye entonces a partir del conocimiento sobre “dónde estamos parados” y la imagen deseada para fijar el objetivo. “Es a través de programas de identidad corporativa profesional que las marcas del mundo han logrado su éxito en el mundo empresarial, el que llega a tener valor real” explican Zorrilla/Ponce de

León. Pero esto no es suficiente, “al construir una marca podemos lograr resultados muy buenos y aceptados en términos gráficos y conceptuales, pero también puede suceder qué frente a esa imagen, la empresa deba reestructurar varias partes de la misma para poder alcanzar las expectativas generadas por dicha imagen planteada”. La importancia de tener en cuenta la imagen de la institución está basada en mantener vivos los valores que la misma considera primordiales, ya sea para sus propios socios, como para el entorno institucional, empresarial e internacional, afirman.

## ¿Qué significa para ACA su imagen corporativa?

Para el caso de la Asociación Cultivadores de Arroz, la imagen corporativa será la cara visible de aquella que exterioriza la institución y por lo tanto será el vehículo de comunicación de sus valores y elementos esenciales. Por otra parte, será una guía hacia adentro, es decir hacia sus asociados, sus empleados y deberá generar orden y conductas propias.

## ¿Cuál fue la motivación para el desarrollo de la imagen?

La motivación o la necesidad de realizar un rediseño de la imagen de ACA nace de la propia Directiva que al crecer institucionalmente comienza a tener la obligación de presentarse a través de su imagen en diarios, revistas, ministerios, en delegaciones a otros países, etc. Estas situaciones desnudan la necesidad de tener un logotipo (marca) que los represente. La misma necesidad genera la observación del entorno “marcarío” de sus colegas y así la institución empieza a ver cómo está realizando su comunicación que en definitiva es la imagen que está proyectando hacia los demás, o sea “como es visto”, y eso dispara la necesidad de crear y elaborar a conciencia dicha imagen y de eso es que nosotros nos ocupamos.

### ¿Cómo se realizó el proceso de creación? ¿Qué etapas tuvo? ¿Cuáles fueron las dificultades?

El proceso de creación de la imagen o la marca de la ACA se desarrolló de forma profesional, cumpliendo etapas iniciales de análisis de la institución, pasando por el cuestionamiento interno hacia los propios directivos de que piensan, que valoran y que cosas dan o justifican la existencia de dicha institución. De estas reuniones se fueron desglosando valores que luego fueron planteados en un resumen conceptual o "brief" que recién a partir de allí y sobre dichos conceptos, se comenzará a crear el símbolo o logotipo que represente a la empresa o institución.

### ¿Qué características tiene el nuevo logotipo?

El nuevo logotipo de la ACA reúne una serie de conceptos, algunos evidentes, otros implícitos dentro de la forma, color, etc. En su primera impresión destacamos lo esencial, el arroz que aparece sostenido por la espiga en su estado original de donde está el corazón de la ACA: desde la chacra. A su vez los granos de arroz denotan calidad, salud, y abundancia, que es uno de los grandes valores y diferenciales a nivel internacional. La forma de espiga dibuja una "A" mayúscula ya sea de arroz, o de la propia ACA, pero a su vez forma un techo o lugar de protección por debajo en donde se resguardan las siglas de ACA, en una letra moderna, limpia y clara. Están presentes la calidad, la salubridad, le eficiencia, la contención o protección a sus socios y un carácter moderno y actual son la base de los conceptos contenidos en una forma elegante y colorida (alegre) además de muy fácil de ver y distinguir. Por la parte técnica es de fácil aplicación, tanto en color, como en blanco y negro, o

con ciertos fondos. A esta propuesta gráfica se le agregó una frase o slogan acorde con el mundo de hoy y del comportamiento que la agremiación promueve dentro de sus productores asociados. "Cuidamos la tierra para producir buen arroz", que resume también un comportamiento ambientalista que los productores tienen muy en cuenta.

### ¿Cuáles fueron los resultados?

Los resultados han sido muy positivos, pero más aún con el correr del tiempo ya que esta imagen realizada en 2010 ha sido un modelo a seguir en el mejor sentido del valor, los productores se la han apropiado por representativa, a nivel institucional la han ido imponiendo dando señales de fortaleza a las empresas que cooperan e imponen su presencia frente a entes estatales.

Todo esto está apoyado por la propia ACA, que se mejora de forma continua en la gestión y pone de manifiesto su carácter profesional junto con una llegada muy considerada en la ayuda y colaboración con los productores.

### ¿Se da por terminado un trabajo de imagen institucional?

Los trabajos de identidad e imagen corporativa comienzan con la creación del logotipo y sus reglas corporativas. Luego comienzan a realizarse las aplicaciones en la papelería, la web, la cartelería, la recepción, la vestimenta...etc. Y cada elemento debe ser diseñado y controlado de tal forma que mantenga una coherencia y un lenguaje propio de su identidad el que debe ser único y propio. Los cambios o ajustes de la imagen suelen surgir por ciertos cambios importantes en la institución, o por algún tema de actualización.

Para el Uruguay empresarial estos conceptos son relativamente nuevos y los consideran intangibles. Aunque en el primer mundo está demostrado que no lo son... En definitiva, los trabajos profesionales corporativos son inversiones y no gastos. En Uruguay estas cosas se demoran o se truncan por temas de costos ya que al ser la imagen un bien "intangible" no se puede justificar el gasto, pero en realidad tiene mucho poder y genera muchos beneficios que son altamente superiores como son el posicionamiento, el respeto, la credibilidad o la valoración internacional.

### ¿La imagen corporativa es perfecta?

La vida de una imagen corporativa está íntimamente ligada a la empresa o institución que representa. En un mundo tan dinámico la actualización de su marca debe acompañar dichos cambios. La imagen esta siempre en acción, para bien o para mal. Alimentarla positivamente la hará sentirse fortalecida, así como dejarla de lado y descuidado traerá sus consecuencias también. Y para alimentar la imagen hay muchas cosas que se pueden hacer para que los valores esenciales e importantes se mantengan bien a la vista. La mejor imagen corporativa es aquella que uniformiza lo que "yo digo que soy" (como empresa) con lo que "los demás dicen que soy", parece simple, pero no lo es. ○



Desde 1970 al servicio del productor

*\*Consulte por nuestra amplia gama de productos*

**Apoyando y atendiendo al sector arrocero**

**Río Negro 1672 | Montevideo | Tel: 2900 4149\***