



BRIEFING

Viajes/Slow Travel

Integrantes:

Abrego, Matias Guillermo - DNI 30.993.550
Assini, Paula Valentina - 43722603
Guarnieri, Matias - DNI 40.306.286
Manrique, Mariela Noemi - DNI 29.363.691
Pereira, Vilches Ailen - DNI 38.855.748
Sandoval, Patricia Lorena - DNI 23.891.669

La empresa

Rubro-Categoría

Rubro : Slow Traveling es demorarse en cada lugar todo el tiempo que deseemos, conocer la cultura, sus costumbres y vivir los lugares. Foco en la sustentabilidad, salir del molde del "turista" y poder relajarse en un lugar nuevo junto a sus locales.

Categoría : Talleres de cocina (Servicio)

Marca

- **Nombre :** Mi Tierra
- **Elementos Gráficos :**

Logotipo

Mi Tierra

Isotipo



Isologotipo



- **Colores :**

BOSTON BLUE

CMYK: 74, 15, 0, 32

RGB: 45, 147, 173

BUTTERCUP

CMYK: 0, 29, 90, 3

RGB: 247, 176, 24

#2D93AD



#F7B018



- **Tipografía :** Cherry Swash

Adjunto a este Briefing se encuentra detallado el surgimiento de la marca, los diferentes tipos de variaciones con respecto a cambios de color y textura de fondo, así como también en su variación blanco y negro, negativa y su estructura de grilla.

Producto o servicio

Descripción Física

- ***Descripción del Producto o Servicio :***

El servicio ofrece la posibilidad de acercarse a la cultura del destino desde la gastronomía, no solo observando y degustando, sino también siendo partícipe, a través del formato de taller presencial de la cultura de tres provincias argentinas: Corrientes, La Rioja y Tierra del Fuego.

El taller de cocina se adquiere de forma online, contactando a través del sitio web, por email o número de celular. Las clases son grupales (con un límite de 10 personas) o individuales, y están pre-agendadas en un calendario de hasta 3 meses, dando al cliente la posibilidad de reservar a futuro y con festividades o celebraciones regionales en mente.

La duración del taller depende del taller seleccionado, brindadas en hoteles/estancias con espacios al aire libre en su respectiva provincia.

- ***Hábitos de consumo :***

El consumo suele ser individual, pero el viajero puede acompañarse de gente de confianza. El taller satisface la necesidad de **autorrealización**, al dar la posibilidad de ser espontáneo y disfrutar del viaje de forma diferente. La presencia del turismo en estos parajes menos visitados impulsa los negocios locales, y satisface el afán por la apreciación cultural.

- ***Hábitos de compra :***

El servicio se adquiere de forma online, generalmente de forma espontánea y/o esporádica durante fechas estivales o contemplando festividades locales. Es por esto que el lapso entre compra y compra es ocasional.

Descripción Conceptual

- ***Beneficio básico :***

Aprendizaje de la cultura de las provincias a través de la gastronomía.

- ***Evidencia de apoyo :***

Se realizan platos típicos en el lugar de origen, con clases brindadas por cocineros autóctonos, que utilizan materia prima regional y transmiten el enmarque cultural en el que se encuentran los platillos.

- ***Reasonwhy :***

Un equipo de cocineros locales diseña el menú conformado por platos típicos, para enmarcar culturalmente la región.

La materia prima la proveen productores locales, crecida en huertos familiares orgánicos, y preservando así los sabores típicos de la región. La preparación de las comidas se realiza en un marco de historias y leyendas de la zona, tanto orales como escritas, poniendo la variable social como un determinante en la cultura alimentaria de la zona, y manteniendo vivas estas narrativas al compartirlas y conmemorarlas.

Se emplean utensilios típicos del ajuar doméstico de la cocina regional, como cocinillas de carbón, trébedes, perolas, y cazos; permitiendo así a los cocineros presentar una auténtica experiencia tradicional mientras se respetan sus costumbres, y poniendo la cultura alimenticia como un hecho diferenciador entre las provincias.

Mercado

Público Objetivo

Jóvenes adultos argentinos, de ambos sexos, los cuales trabajan de forma remota y están interesados en conocer otras culturas. Poseen un interés en la gastronomía y están dispuestos a viajar para vivir nuevas experiencias.

Se trata de un mercado en expansión, oligopólico y permeable.

- **Perfil demográfico :**

Personas entre 25 y 40 años; profesionales tecnológicos; NS ABC1, C2, C3; universitario completo y con frecuencia más de un título; Lugar de origen: Argentina.

- **Perfil psicográfico :**

Jóvenes adultos que por su profesión pueden trabajar en cualquier lugar del mundo. Su ubicación geográfica es indistinta ya que solo dependen de una conexión de internet. Les gusta viajar y conocer. Son de mente abierta y están dispuestos a experimentar nuevas experiencias. Son ávidos lectores y usan ebook readers aunque tienen un amor nostálgico por los libros de papel. Realizan deportes de manera frecuente, salvo cuando viajan que solo se limitan a caminar sin parar por la ciudad o la montaña. Prefieren viajar solos, aunque no tienen problema en socializar con las personas que se encuentran en el camino y que puedan convertirse en ocasionales acompañantes. Suelen relacionarse con personas con profesiones afines porque les cuesta encontrar parejas que sigan su modo de vida. Son ecologistas y creen que el planeta es una aldea global en la que la solidaridad y la hospitalidad es innata en el ser humano.

- **Consumidor – Decisor – Comprador :**

Los jóvenes adultos hacen simultáneamente el papel de consumidor, decisor y comprador.

Competencia

- **Primaria :**

Entre las muchas competencias encontradas y analizadas podemos destacar estas dos empresas como nuestras competencias primarias

Nombre: Cocina Sole Nardelli

Beneficio Básico : Conocer el país a través de la cocina.

Público objetivo : Jóvenes adultos, de ambos sexos que están interesados en conocer otras culturas a través de la gastronomía.

Página Web : <https://cocinaonlinesolenardelli.com/home>

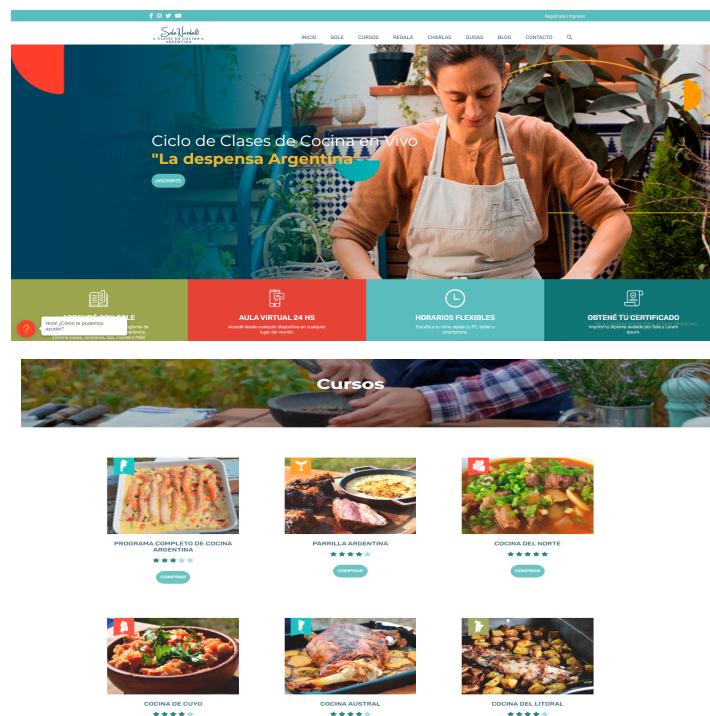
Foda

Fortalezas : Abarca gran cantidad de regiones y variedad de contenido gastronómico nacional.

Oportunidades : Consta de una plataforma on-line, contando con un mercado tanto nacional como internacional.

Debilidades : Necesidad de contar con cierta tecnología disponible y conocimientos técnicos para poder adquirir y visualizar los cursos.

Amenazas : Saturación de la plataforma educativa.



BRIEF - VIAJES SLOW TRAVEL

Nombre : Argentine Cooking Classes

Beneficio Básico : Experiencia gastronómica y cultural

Público objetivo : Extranjeros de ambos sexos y grupos familiares que están interesados en conocer otras culturas a través de la gastronomía.

Página Web : <https://argentinecookingclasses.com/>

Foda

Fortalezas : Amplio conocimiento de lenguas extranjeras.

Oportunidades : Amplia visibilidad on-line.

Debilidades : Gastronomía popular.

Amenazas : Falta de turismo extranjero a raíz de la situación pandémica.

The website features a header with the logo 'Argentine Cooking Classes' and the tagline 'COME AND LEARN HOW TO COOK THE ARGENTINE WAY!'. It includes links for 'The Class', 'Mini-chef Class', 'About Me', 'Reviews', and 'Contact'. A 'tripadvisor' badge with a 'CERTIFICATE OF EXCELLENCE' seal is present. Below the header are several images: two women cooking, a group of people in a kitchen, a bowl of soup, a sandwich, and two women eating. A 'Sign up today!' button is at the bottom. The main content area shows a group of people cooking and a list of included items: 'Fee includes: ✓ The cooking class. ✓ All the ingredients. ✓ A booklet with many recipes. ✓ Lunch with wine pairing, Torrontes and Malbec. ✓ Mate tasting. ✓ A surprise gift.'

Group classes: Thursdays and Saturdays: 11am - 2.30pm
Private classes available

Menu:

✓ Empanadas: Dough and filling from scratch	✓ Stew of lentils
✓ Chimichurri and Salsa Criolla (Typical sauces)	✓ Alfajores de dulce de leche

Fee of the group class: US\$60 per person

Empanadas with chimichurri dressing Guiso criollo de lentejas Alfajores de dulce de leche Pasta Fría Chifa

- **Secundaria**

Nombre: NEREA COCINA

Beneficio Básico: Cursos de cocina regionales a distancia.

Público objetivo: Profesionales gastronómicos del turismo.

<https://www.nereacocina.com/site/about>

Nombre: Quinoa Gastronomía

Beneficio Básico: Cursos de cocina regionales.

Público objetivo: Personas interesadas en iniciar una carrera en la gastronomía.

<https://quinoagastronomia.com.ar/cursos-cortos/cocina-regional/>

- **Genérica**

Nombre: Gato Dumas

Beneficio Básico: Cursos de cocina.

Público objetivo: Personas interesadas en iniciar una carrera en la gastronomía.

<https://www.gatodumas.com.ar/>

Nombre: IGA

Beneficio Básico: Cursos de cocina.

Público objetivo: Personas interesadas en iniciar una carrera en la gastronomía.

<https://www.iga-la.com/arg/cursos-de-gastronomia-en-argentina>