

Proyecto

# Creación de la marca ciudad Rosario

 **Fundación  
Rosario**

# Introducción

## ¿Qué es una marca ciudad?

La marca es un activo fundamental, fuente de ventaja competitiva y de diferenciación frente a otras ciudades. Es como nos perciben, interna y externamente. La marca siempre está, si no inferimos sobre ella irá construyéndose sola y seguramente no nos represente.

Una marca es un conjunto de significados que si se gestionan adecuadamente hacen única a la ciudad, generan vínculos con las personas y crean valor. Esa gestión es la que estamos iniciando hoy para potenciar los valores que Rosario posee.

Es encontrar una síntesis a través de un logotipo y contenidos que reconozcan las características de Rosario y sus diferencias con otras ciudades, comunicar su esencia de forma coherente, sostenida y adecuada para cada público, de forma planificada.

## ¿Por qué crear una marca ciudad para Rosario?

Porque permite identificar los atributos que la diferencian y potenciar así su identidad, consolidándolos en una imagen que haga más atractivo a Rosario para captar inversiones, turismo, comercio, negocios y talento. Y actuar en consecuencia para potenciar sus atributos desde políticas públicas y privadas que acompañen hacia la dirección planificada.

El desarrollo de marca consolida las ventajas competitivas de Rosario para lograr un posicionamiento positivo local e internacional. Revaloriza lo bueno que la ciudad tiene, es su carta de presentación. Su desarrollo, gestión y uso ordenan la imagen de la ciudad de forma coherente y optimiza el presupuesto.

# Objetivos

- > **Crear la marca ciudad de Rosario.**
- > **Convertirla en una política de estado, garantizando así su continuidad en el uso y su constante custodia.**

# Metodología

## ¿Cómo vamos a hacerlo?

Para que una marca sea legítima debe tener consenso y solo se logra a partir de una **construcción colaborativa y profesional**, que pueda garantizar con planificación y gestión, la defensa pública de la imagen de Rosario y su reputación.

El trabajo comienza con un taller que utiliza la metodología de Design Thinking a partir de la cual **construir los valores de la marca**. Es un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios. Proviene de la forma en la que trabajan los diseñadores de producto. De ahí su nombre, que en español se traduce de forma literal como "Pensamiento de Diseño". La producción de este taller deberá entregar la **Percepción**, el **Posicionamiento** y la **Diferenciación** de la marca, ejes para su diseño y construcción.

El público del taller será multidisciplinario y heterogéneo, logrando así una mirada plural. Los resultados de ese taller serán luego validados por grupos de interés de la ciudad de forma conceptual, participativa y multidisciplinar.

Deberán formar parte de este proceso líderes de opinión, instituciones representativas, referentes del ámbito académico, científico y empresarial. La metodología será abordada a través de reuniones o entrevistas. Por último, contará con una validación general a través de herramientas digitales que pretenden llegar a más de 120.000 personas, incluyendo personalidades destacadas del deporte, la cultura y el hacer de la ciudad.

La Marca Rosario deriva del aporte colectivo y colaborativo de sus Hacedores Fundamentales, de forma que los atributos que se muestren sean reconocidos y apropiados por parte de los rosarinos y de todo aquel que tome contacto con la ciudad. El resultado de este proceso es el que dará origen al brief que será la base para el desarrollo de la marca.

# ¿Cuál es el rol de Fundación Rosario?

Fundación Rosario es una articuladora. Genera el espacio de intercambio y debate, el lugar para “ponernos a pensar y proyectar la ciudad” de forma plural, abierta y horizontal.

Impulsamos la defensa pública de la imagen y reputación de Rosario junto a todos los sectores que diariamente construyen la ciudad: las organizaciones de la sociedad civil, las empresas, los espacios políticos, los científicos, deportivos, artísticos y el Estado. Los “talentos” de esta ciudad.

El objeto de Fundación Rosario es trabajar por el posicionamiento nítido y positivo de la ciudad, y este proyecto es clave para ello.

## Proceso

### Etapa

### Acciones

#### 1. DESARROLLO DE MARCA

- > Exploración e investigación.
- > Taller de Design Thinking para la construcción de los valores de la marca.
- > Validación participativa y multidisciplinar de los conceptos alcanzados en el Taller.
- > Co-creación de ordenanza para el uso adecuado de la marca.
- > Tangibilización de la marca.
- > Concurso de oposición de antecedentes.

#### 2. IMPLEMENTACIÓN DE MARCA

- > Comunicación y lanzamiento marca.
- > Implementación marca integral.

#### 3. EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE MARCA

- > Diseño modelo de evaluación e indicadores.
- > Inicio medición de indicadores ex-ante y ex-post.