

## PROYECTO DE DECLARACIÓN

La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires vería con agrado el desarrollo de una Marca Ciudad, a propuesta del Consejo Económico y Social de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

## FUNDAMENTOS

Señora Presidenta:

Las políticas de imagen e identidad son nuevas herramientas surgidas desde hace al menos tres décadas en el marco de procesos presentes como la interdependencia económica y la globalización de la información.

Una “Marca Ciudad” es el concepto y la forma en que una ciudad es percibida y desea ser reconocida. Una Marca Ciudad (también denominada “Marca Territorial”) pretende potenciar y desplegar las capacidades y ventajas competitivas de una ciudad y posicionarlas local, regional o internacionalmente, a partir de la promoción positiva de sus atributos y valores con la pretensión de generar efectos multiplicadores a futuro. Es clave a la hora de atraer inversiones, aumentar el nivel de conocimiento de nuestra Ciudad en el exterior y crear ciudadanía. Es un patrimonio activo de los ciudadanos.

Está compuesta por un conjunto de elementos administrados estratégicamente que sirven para diferenciarse y posicionarse de manera competitiva o complementaria dentro del universo de referencia, y que puede y debe ser desarrollada y sostenida en el tiempo de manera eficaz y eficiente y con una fuerte convicción constructiva que surge de la reflexión y la visión estratégica en torno a la ciudad, su perfil y su futuro. Una Marca Ciudad es un compromiso aspiracional.

Es también el símbolo de su personalidad, más allá del protocolo institucional, asociada a una serie de activos o a recursos urbanos existentes, a valores relacionados con el modelo de la ciudad; a todos o a cualquiera de ellos con una significativa capacidad de atracción y de diferenciación, que excede a gestiones de gobierno y sin relación directa con el conjunto de sus símbolos formales (escudos, banderas, etc.).

Una Marca Ciudad sólida debe constituirse con la participación de diversos sectores, entre ellos el Estado, los sectores productivos y la sociedad civil. Su construcción, gestión y administración involucra a distintos públicos, pues entra en juego “lo que se es” con “lo que se quiere ser” y “lo que se puede efectivamente ser”.

La construcción de la Marca Ciudad abarca tres etapas; una estratégica que incluye tareas relacionadas a la investigación de mercado y su análisis; una etapa creativa sobre la estrategia y propuesta de valor y la definición del territorio verbal para generar una "Identidad Visual", y una última etapa de transferencia, en donde se hace el lanzamiento y la aplicación de la Marca Ciudad.

Actualmente, las ciudades son la unión de diferentes factores que conforman el "sentido de lugar", tanto desde su calidad de vida hasta su grado de desarrollo y clima de inversión pasando por su historia y su autenticidad. A nivel global, regional y local, diferentes ciudades se encuentran trabajando en sus respectivas marcas. Desde Amsterdam hasta Lima, Rosario, San Pablo, Montevideo, Londres, Toronto o Melbourne, sin dejar de mencionar Barcelona o Nueva York, trabajan desde diferentes necesidades y realidades.

El Consejo Económico y Social de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CESBA), a través de las organizaciones que lo componen, busca abordar y sensibilizar acerca de las distintas temáticas vinculadas a la calidad de vida de quienes habitan la ciudad de Buenos Aires, formulando propuestas en pos de que redunden en iniciativas parlamentarias. En tal sentido, el CESBA comenzó a trabajar y reflexionar en torno a esta cuestión, partiendo de la premisa de que la Ciudad tiene hoy la oportunidad de crear una reputación que la diferencie, en la cual pueda potenciar sus áreas de negocios. En este marco, elaboró un informe en el cual determinó que la Ciudad de Buenos Aires necesita una Marca Territorial que le permita definir su perfil diferenciador y avanzar en este sentido, a fin de otorgarle un signo que la identifique y que la distinga.

Por todo lo anteriormente expuesto, se solicita la aprobación del presente Proyecto de Declaración.