



SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN

INFORME TÉCNICO DEL PROYECTO “ORDENANZA METROPOLITANA QUE IMPLEMENTA LA MARCA CIUDAD Y MARCA INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN QUITO”

ANTECEDENTES:

Con fecha 16 de mayo el Abg. Pablo Antonio Santillán Paredes, SECRETARIO GENERAL DE LA SECRETARÍA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO, envía a la Secretaría de Comunicación el Oficio Nro. GADDMQ-SGCM-2022-2726-O donde se informa que de conformidad con Resolución No. 014-CTF-2022 de la Comisión de Turismo y Fiestas emitida en la sesión ordinaria desarrollada el día jueves 12 de mayo de 2022, y por disposición de la Presidencia de la Comisión; se solicita un “**INFORME TÉCNICO DEL PROYECTO e “ORDENANZA METROPOLITANA QUE IMPLEMENTA LA MARCA CIUDAD Y MARCA INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN QUITO”**”.

En este oficio se remite a la Secretaría de Comunicación el documento: *marca_ciudad_con_modificaciones 8.docx* el mismo que fue remitido para análisis por la Dirección de Publicidad e Imagen Institucional, se arrojó los siguientes criterios:

ANÁLISIS

- En: “**Artículo. (...) 2.- Definiciones.-**”

Se recomienda que las definiciones sean simples, para no causar confusión. Las definiciones principales son:

Marca Institucional: es la marca que representa a la institución Municipio de Quito. Suele ser utilizada en documentos oficiales. En este caso, la marca institucional sería el escudo de la ciudad, junto a las palabras “Municipio de Quito”.

Marca Ciudad: es la marca que representa a la ciudad y a su gente. Suele ser inspiracional, motivante. En el caso de la actual administración, la marca ciudad es “Por Un Quito Digno”.

Marca Turística: el objetivo de esta marca es promocionar a la ciudad turísticamente, para la atracción de recursos. En el caso de la actual administración, la marca turística es la que está utilizando actualmente Quito Turismo: “Quito, Tu Historia Comienza en Quito”.

Es necesario diferenciar entre Marca Ciudad y Marca Turística, pues tienen objetivos y públicos distintos. Así, el objetivo de la Marca Ciudad es apropiar a la población de su ciudad, es inspiracional; en cambio, el objetivo de la Marca Turística es traer a la ciudad turistas y recursos económicos. El público objetivo de la Marca Ciudad es local, mientras que el público objetivo de la Marca Turística es extranjero.



- **En: “Segunda. - Del concurso”**

Se recomienda agregar a la lista de jurados calificadores a especialistas en diseño gráfico y marcas. Esta inclusión de especialistas es sumamente importante o la ciudad correría el riesgo de tener una marca poco funcional en cuanto a gráfica y con la consecuente dificultad en su aplicación. Por estos motivos, se recomienda la inclusión en el jurado calificador de:

- Dos representantes de la academia especializados en la creación de marcas y logotipos.
- Dos representantes del gremio de la publicidad con reconocida trayectoria en la creación de marcas y logotipos exitosos, reconocidos a nivel nacional.

Se considera que debería haber un solo representante del gremio turístico, y no 3 como está en el proyecto actual.

Se sugiero NO involucrar a las redes sociales en la elección de un logotipo, pues es un tema que deben decidir los especialistas. A parte, en las redes sociales no se puede confiar para este tipo de estudios, pues no representa a la totalidad de la población y por la existencia de sistemas de troll center y compra de “me gusta” que podría inclinar la balanza sin sustento.

- **Sobre: “Cuarta. - Del manual de la marca institucional definitivo”**

Lo normal en este tipo de contrataciones es que la empresa o persona ganadora del concurso público sea la encargada de entregar el manual de marca definitivo, ya que ellos tienen todo el respaldo gráfico y conocen la propuesta gráfica de marca a cabalidad. La Secretaría de Comunicación deberá sí aprobar el manual de marca que entrega la empresa o persona ganadora del concurso público.

- **Sobre: “Quinta.- De la marca turística. La marca turística”... “La Comisión de Turismo y Fiestas, convocará a un llamamiento a concurso público, en el que toda la ciudadanía participe, eligiendo a la nueva Marca Ciudad para el Distrito Metropolitano de Quito”**

Se recomienda que para el diseño de una nueva marca turística se contrate a una empresa especialista y reconocida en la construcción de marcas, pues, como se dijo antes, el objetivo de una Marca Turística es cautivar a extranjeros para que vengan a la ciudad; mas no llegar a la ciudadanía local. Este proceso tiene que ser 100% técnico, por lo que se recomienda la participación únicamente de especialistas en marcas con proyección internacional.