



## PLAN DE IMPLEMENTACIÓN INTEGRAL DE MARCA CIUDAD DE PARANÁ 2022

La marca ciudad es un elemento necesario para las ciudades que buscan generar ventajas competitivas en los ámbitos comerciales, turísticos, productivos, culturales, sociales y políticos que la distingan del resto de las ciudades frente a un mundo globalizado.

En Paraná el proyecto Marca Ciudad se define como un operativo de promoción de los valores, capacidades y posibilidades que ofrece la localidad. Fue puesto en marcha en el año 2020, ha sido atravesado por la pandemia del COVID 19, no obstante su impulso ha permitido sostener su proceso colaborativo y participativo convocando a sectores representativos para aportar en la construcción de la marca, sus atributos y su implementación.

### **Lineamientos del plan de implementación**

Plan estratégico para lograr el posicionamiento de la marca, entendiendo al *posicionamiento* como el lugar que ocupa en la mente del público una marca, nuestra marca Paraná.

### **Meta, objetivos, líneas estratégicas y líneas de actuación.**

El plan integral aborda la multidimensionalidad en que se desarrolla un proceso de marca ciudad.

### **Meta de consenso**

Trabajar en el posicionamiento, apropiación y expansión de la marca ciudad como aquel elemento de promoción de los valores, capacidades y posibilidades que ofrece nuestra ciudad de Paraná



### **Objetivos**

- Promocionar y posicionar la ciudad de Paraná
- Recuperar la alegría, orgullo, identidad paranaense
- Fomentar el consumo de la oferta local en la región y en el país
- Incrementar el flujo turístico hacia Paraná
- Difundir la cultura y la historia de la ciudad
- Traccionar la radicación de inversiones productivas
- Potenciar las competencias deportivas
- Fortalecer a Paraná como destino académico
- Revalorizar la idiosincrasia de lo que nos define como paranaenses

### **Organismo coordinador**

Consejo Asesor Marca ciudad

### **Responsable ejecutivo**

Lic. Anabel Waigandt | Secretaría de Coordinación Estratégica, Municipalidad de Paraná

### **Líneas de actuación**

Todas las acciones previstas deberán contemplar la multidimensionalidad de la marca ciudad.

## **DIMENSIÓN POLÍTICA**

Desde el Consejo Asesor Marca Ciudad y en colaboración con integrantes de las distintas fuerzas políticas del Concejo Deliberante y con funcionarios del Departamento Ejecutivo del Municipio, luego de un trabajo de análisis reflexivo y bajo una metodología participativa y colaborativa, se definieron por consenso los **acuerdos básicos para el desarrollo de Paraná**.

Estos acuerdos representan visiones (horizonte hacia donde ir) de mediano y largo plazo que organizan líneas de acción para la implementación de políticas públicas e iniciativas privadas.

Parten de la convicción de que sólo es posible el desarrollo a partir de un consenso sobre la orientación del mismo de todos los sectores que estructuran el tejido social de la ciudad de Paraná y suponen un compromiso que trasciende las gestiones político partidarias al frente del gobierno local.

En este sentido, se define como visión de futuro local:

### **1. Paraná Ciudad Turística**

El objetivo es modificar la matriz productiva de la ciudad. Desarrollar la industria del turismo, sobre la base de los recursos paisajísticos y el patrimonio histórico – cultural, como dinamizador de la economía y la producción local.

*Cultura ribereña / Infraestructura urbana y turística / Parque industrial / Centros comerciales a cielo abierto*

### **2. Paraná Ciudad Sostenible**

Fortalecer las políticas ambientales y las políticas de inclusión social.

*Gestión integral de RSU / Arbolado y espacios verdes / Áreas protegidas y humedales / Saneamiento / Inserción laboral / Inclusión Alimentaria / Accesibilidad tecnológica.*

### **3. Paraná Ciudad Inteligente**

Modernizar la ciudad a través de la tecnología, para mejorar la experiencia y calidad de vida cotidiana, sobre la base de la escala y la ubicación estratégica de Paraná.

*Distrito del conocimiento / Gobierno abierto/ Descentralización / Conectividad*

*Fecha de formalización de los acuerdos y presentación del plan de implementación: 1 de Octubre de 2021, mediodía en Sala Mayo, ciudad de Paraná.*

### **DIMENSIÓN NORMATIVA**

Desarrollar la normativa de respaldo: Ordenanza Marca Paraná (HCD):

Marco normativo a través de la participación y el consenso de todas las fuerzas políticas que componen el HCD.



**Normativa actual.** Recopilación de normas en relación a los tres acuerdos básicos. Esto nos va a permitir conocer en qué contexto legislativo nos encontramos parados para accionar en base a las ordenanzas que faltan crear, modificar aquellas que estén obsoletas y eliminar las que figuren en duplicado. Básicamente rastrear el campo normativo para colaborar con el desarrollo de los ejes de la Marca Ciudad.

*El trabajo puede llevarse a cabo junto con el Colegio de Abogados de Paraná.*

## DIMENSIÓN FINANCIERA

Presupuesto para garantizar la sostenibilidad de la implementación

Líneas de crédito en las que puedan basarse las actuaciones

## DIMENSIÓN COMUNICACIÓN

- **Manuales de uso y aplicación (Branding Book):** Trabajo desarrollado por los tres diseñadores que presentaron propuestas de marca (Bona, Girard, Pseresutti)
- Repositorio para la descarga online de la marca en sus diversos formatos de imágenes, tipografías y un manual reducido con las normas básicas de uso de marca. (Espacio en la página web del Municipio)
  
- **Ejes narrativos y discursivos: la narrativa de la marca**

A partir del relevamiento diagnóstico, podemos decir que la ciudad es percibida por los paranaenses como una ciudad turística, capital de provincia. El paisaje ribereño y los recursos naturales constituyen los aspectos que más enorgullecen a los residentes, junto con la cordialidad de los habitantes y el patrimonio histórico y cultural.

Actualmente se observa un desaprovechamiento de estas fortalezas o ventajas comparativas, se ve la ciudad deteriorada, desaprovechando su potencial. El proceso de marca ciudad en tanto revalorización de la identidad local, se presenta como una oportunidad de poner en valor los atributos identitarios y marcar un camino de transformación, sobre la base de un consenso básico en relación a la ciudad que queremos.



El Consejo Asesor de Marca Ciudad, integrado por organizaciones de los sectores productivos, académicos, tecnológicos, ambientales, profesionales y referentes del gobierno local; identificó tres visiones:

- *Paraná ciudad turística*, para modificar la matriz productiva de la ciudad
- *Paraná ciudad sostenible* para fortalecer las políticas ambientales y la inclusión
- *Paraná ciudad inteligente*, para modernizar la ciudad a través de la tecnología

#### **Los atributos de identidad**

##### **1. Belleza paisajística**

Paraná es la ciudad del paisaje ribereño, el gran balcón de cara al río, la mejor orilla para ver la puesta del sol. El diseño humano, del Parque Urquiza, resalta y enfatiza el paisaje.

En sus calles, la naturaleza convive con el desarrollo urbano. Tiene colores, barrancas, vegetación y una gran cantidad de espacios verdes públicos que reivindican este activo y buscan potenciarlo para el disfrute de quienes residen o visitan la ciudad.

El río es parte de la identidad local y atraviesa desde lo recreativo hasta la gastronomía y el turismo. Nuestra ciudad tiene nombre de río, somos río y abrazamos la cultura ribereña y la preservación de esta capital para el desarrollo de la ciudad turística.

##### **2. Historia política y cultural (Patrimonio)**

Paraná fue epicentro geográfico y político del proceso de organización nacional que siguió a la Revolución de Mayo. Está repleta de hitos y anécdotas que involucran a los principales protagonistas de nuestra historia y eso le da un valor que la distingue del resto de las ciudades.

Este interesante devenir quedó plasmado en la arquitectura, el arte y la cultura. Cada rincón es una oportunidad para conocer de dónde venimos y valorar lo mucho que recorrimos hasta la actualidad.

El ideario de nuestros héroes impregna nuestra identidad y eso nos convierte en guardianes de la memoria colectiva, responsabilidad que explica la gran cantidad de monumentos y museos con los que contamos y el impulso que se les busca dar desde la actividad turística y cultural.



### **3. La ciudad ideal**

Paraná tiene una escala ideal. Es capital de provincia y, por lo tanto, sede administrativa y de gobierno, nuclea diferentes universidades nacionales y provinciales, constituye un polo tecnológico productivo dinámico y heterogéneo y alberga arte, arquitectura y cultura. Es el destino preferido de congresos y eventos deportivos. Posee los más variados y modernos servicios y cuenta con centros comerciales de primera calidad.

Sin embargo, aún conserva la identidad barrial, la relación de cercanía con el vecino y las costumbres tradicionales. La cordialidad de los habitantes es destacada por los visitantes. Dispone de múltiples espacios públicos destinados al ocio, el deporte y la recreación y es reconocida por la calidad de su sistema educativo en el nivel primario y secundario.

La distancia entre sus extremos es corta y generalmente fácil y rápida de cubrir. Esto mantiene un vínculo fluido entre lo productivo, lo académico, lo recreativo y lo residencial. Es la combinación perfecta entre modernidad, calidad de vida y oportunidades de desarrollo profesional. Paraná no es sólo una ciudad para visitar. Es la mejor opción para vivir, estudiar, trabajar, invertir o emprender sin resignar los aspectos de una vida plena y tranquila.

### **4. Ubicación estratégica**

Paraná está dentro de la Región Centro y cuenta con una red infraestructural de conexión que potencia su privilegiada situación. Es el punto de intersección entre las rutas nacionales 11, 12 y 18. Cuenta con un aeropuerto, una estación de ferrocarril y está unida a Santa Fe por el Túnel Subfluvial.

Está cerca de grandes centros urbanos como Rosario, Córdoba y Capital Federal, y es el núcleo de un área metropolitana dinámica y en pleno crecimiento.

La rodean una serie de aldeas y colonias que conservan un estilo de vida más tranquilo y tradicional y que, con sus atractivos, amplían la oferta turística local.

Esta ubicación estratégica, la hace receptora de migrantes que por diversos motivos (estudio, trabajo) se radican en la ciudad aportando a la conformación cultural ecléctica y diversa; y enriqueciendo con sus aportes nuestra identidad.



**Elaboración de campaña de instalación, generación de acciones y experiencias para la vivencia de la marca.**

Materiales multimedia de presentación de la marca y atributos.

Materiales de convivencia con otras marcas y eventos: Piezas de adhesión de socios estratégicos – ejemplo. Sos un emprendedor, la marca te potencia. Súmale a tu packaging / Loop de convivencia con otras marcas

Merchandising / Souvenires para los integrantes del Consejo Asesor

Diseñar un espacio permanente en el CPC / Sala Mayo

- **Plan de medios**

Pauta en televisión, medios de comunicación, pantallas led y redes municipales

Prensa:

Coberturas de los distintos momentos de presentación / activación / sostenimiento

Notas con los jurados – pensar para youtube y escritas. Para difundir durante o después de la presentación.

- **Plan de comunicación digital**

Acuerdo interinstitucional / consejo asesor para difundir la marca. Acción de salida simultánea de la marca en las redes de todos los socios estratégicos. Armar el plan y enviar las piezas.

Micrositio de la marca (en la nueva web del Municipio) que defina: sobre la marca y su proceso histórico. Cómo y dónde usarla. Normativa. Materiales para descargar. Noticias.

Redes sociales: Instagram / Linkedin

Acuerdo para presencia permanente en web de universidades, organizaciones, etc.

**Radio Costa Paraná**

La radio realizará diversas acciones a través de su programación, aportando contenido de identificación con la ciudad. Así mismo se realizarán acciones a través de sus redes teniendo en cuenta la franja etaria con las que éstas se informan y por último sumaremos acciones en la página web.



1. Spot radiales, acompañados con soporte audiovisual para redes, de diferentes referentes (personas) que desarrollan oficios o profesiones de diversa índole en la ciudad de Paraná. (Enfermeros, bomberos, maestros, jardineros, profesionales, etc.)
2. Se propone enlazar la Marca Ciudad con las salidas que realizan diferentes programas de la radio "Costa Paraná" a distintos barrios y actividades de Paraná con el fin de identificar al ciudadano con la pertenencia, integración y cohesión social. Micro emprendedores
3. La realización de spot radiales, gráficos y audiovisuales para incentivar el sentir de los habitantes de la ciudad de Paraná, en relación al Río que nos da su nombre como ciudad y por consiguiente ese sentir transmitirlo al mundo.
4. Que los conductores de cada uno de los programas que integran la programación de Radio Costa Paraná, puedan tomarse una foto en algún lugar de la ciudad. Aquel que consideremos que nos identifica y nos permite contarles a los demás quiénes somos. Esa foto será utilizada como campaña de difusión en las redes sociales de la radio.

#### **DIMENSIÓN TERRITORIO | Planificación 2022**

En el presente se incluyen líneas de acción que presenta cada una su planificación específica.

##### **Producción**

*Agregar valor a la oferta de productos y servicios locales. Fortalecer el trabajo*

##### **Responsables:**

Municipio: Secretaría de Hacienda

Consejo Asesor: Organizaciones vinculadas a la producción

##### **Líneas de acción**

1. Hecho en Paraná: Elegí los productos hechos en Paraná /Compre local (Ordenanza 9940) Campaña de concientización – Usar la marca (agregar al reglamento)
2. Feria de industria agro comercial (vinculado al proyecto de góndola local)
3. Feria de diseño local y proyecto de fortalecimiento del diseño paranaense (Sala Mayo). En conjunto con Ciencia y tecnología y Club de emprendedores. Mayo 2022
4. Sello/ certificación de calidad (*A desarrollar en una segunda etapa*)



## Tecnología e Innovación

*Desarrollar el distrito del conocimiento*

### **Responsables:**

Municipio: Subsecretaría de Ciencia y Tecnología

Consejo Asesor: Organizaciones vinculadas a la tecnología (Polo Tecnológico)

### **Líneas de acción**

#### 1. DESARROLLO DEL DISTRITO DEL CONOCIMIENTO

Ordenanza N° 9921 "Promoción de las Empresas Basadas en el Conocimiento"

El Distrito del Conocimiento de Paraná es un entorno diseñado para el desarrollo de iniciativas inteligentes basadas en el conocimiento, con capacidad de liderar procesos económicos y sociales. La construcción del Distrito del Conocimiento impuso los desafíos de la articulación, de la colaboración, de la sostenibilidad, de la sustentabilidad, de la eficiencia y eficacia, de la flexibilidad, por lo que pusimos en marcha algunas actividades que intentan materializar esas ideas.

2. CIENCIA EN LOS BARRIOS: Actividad de divulgación y popularización de las ciencias, dirigido a despertar el interés en el desarrollo de la ciencia y tecnología, en el ámbito educativo y productivo. La actividad cuenta con dispositivos lúdicos que invita a los vecinos a "descubrir" a través de la curiosidad y la emoción.

Destinatarios: Actividad dirigida a toda la familia en especial a adolescentes, niñas y niños.

3. CONCURSO DE IDEAS DE NEGOCIOS: Plataforma de generación de proyectos innovadores para incrementar la masa crítica de empresas del Distrito. La Plataforma capta emprendedores con ideas basadas en la economía del conocimiento, valida técnicamente, orienta el modelo de negocios, pre-incuba a la nueva empresa, fondea parte de su desarrollo y le ofrece radicarse en el Distrito.

Destinatarios: Actividad dirigida a empresas jóvenes o a emprendedores sin formalizar, orientada a la economía del conocimiento.



4. HACKATHON DEL DISTRITO DEL CONOCIMIENTO DE PARANÁ: En coordinación con la Dirección de Innovación de la Subsecretaría de Economía del Conocimiento. (Fecha a confirmar)  
Destinatarios: Actividad dirigida a estudiantes nivel medio, terciario y universitario.
5. CAPACITACIONES DE LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO: la Subsecretaría de Ciencia y Tecnología pone en marcha dos líneas de capacitaciones dirigidas a fortalecer las capacidades en el campo de la Economía del Conocimiento: "Oficios de la Economía del Conocimiento" y "Actualizar 4.0"
6. FabLab (Containers): nodos de innovación
7. Congreso de Altec (Asociación Latino-Iberoamericana de Gestión Tecnológica y de la Innovación) 2023
8. Mesa de Ciencia y tecnología
9. Relanzamiento marca Polo Tecnológico del Paraná
10. Lanzamiento Entre Ríos Tech (Concepción del Uruguay y Paraná) Sector TIC de UIER referentes en lo tecnológico.
11. Museo del conocimiento (ideas, proyecto que estén en un lugar)

#### Industrias Culturales

*Fomentar las industrias culturales. Difundir la historia y el patrimonio de Paraná como capital de la confederación.*

#### **Responsables:**

Municipio: Secretaría de Coordinación Estratégica / Subsecretaría de Cultura y Turismo

Consejo Asesor: EMPATUR y organizaciones vinculadas a los procesos culturales .

#### **Líneas de acción**

1. Agenda cultural
  - Feria del libro: Paraná Lee
  - Fiesta del Mate: 5 y 6 de marzo de 2022 (desarrollar proyecto de mate como bien cultural)
  - Activá: 22 de enero Anfiteatro (5 noches, sábados)



- FEICAC (con CyT)
  - 2. Abordaje del Museo de la ciudad sobre el territorio: recorridos por el cementerio, por el Barrio del Tambor, etc
  - 3. Teatro 3 de febrero: Cartelera específica
  - 4. El anfiteatro Hector Santángelo, el anfiteatro Linares Cardozo, el Parque Gazzano, Puerto Sanchez, otros puntos del territorio.
  - 5. Cultura Comunitaria y su trabajo en los barrios
  - 6. Agenda deportiva
    - Puerto Recreativo: actividades físicas programadas (yoga, ritmos, caminatas guiadas).
    - Carrera Nocturna de Paraná: primera edición de la maratón de la ciudad que tendrá como escenario más allá de los espacios públicos bellamente iluminados, la noche paranaense. Buscará imponerse en el calendario y convertirse en el evento deportivo del año. 19 de febrero
    - Playa Activa: Yoga, Ritmos, Zumba y otras clases y deportes de arena en las renovadas instalaciones del balneario municipal durante los meses de octubre, noviembre, diciembre, enero y febrero.
    - Paraná como sede de grandes eventos deportivos 2022:
- Deportes beach arena en el Thompson (beach volley, basquet arena, futbol arena, beach handbol) Escuelas nacionales federadas
- Escuela de Soap. El objetivo es un equipo que compita para la ciudad
- Campeonato Panamericano de Softbol del 18 al 28 de febrero.
- Panamericano de Maxibasquet desde el 18 al 27 de marzo.
- 7. Concurso de Fotografía: Mi ciudad (desde la Sec. Coord)
  - 8. Producción de la editorial municipal: Revistas y publicaciones específicas

### Turismo

*Que el turismo sea el vector de cambio de la matriz productiva*

#### **Responsables:**

**CONSEJO ASESOR  
MARCA CIUDAD**





Municipio: Secretaría de Coordinación Estratégica / Subsecretaría de Turismo

Consejo Asesor: EMPATUR / UADER / CODEPA-GUITPA

### Líneas de acción

- Promoción de congresos y reuniones, eventos culturales, artísticos y deportivos y atracción de los visitantes por las características de la gastronomía paranaense (Gastronomía con identidad).
- Posicionar la Marca Ciudad, a través de la inclusión en todas las acciones promocionales de la ciudad que se realicen desde el Municipio y en articulación con el sector privado.
- Sello de calidad, alojamiento seguro
- Generar nuevos atractivos o productos específicamente turísticos que aparezcan de la mano de la nueva Marca Ciudad:
- Senderos y miradores naturales en Parque Varisco, en zonas de Bajada Grande, de Puerto Sanchez, de la Toma Vieja, el Jardín Botánico, entre otros espacios; con la señalización pertinente del recorrido del sendero, su demarcación en el camino, etc.
- Generación de un circuito costero natural de ecoturismo. En su planificación e implementación se puede contactar y solicitar apoyo del PN Pre-Delta y sus guardaparques, así como también de las organizaciones de la sociedad civil identificadas con estas temáticas.
- Juegos de actividad física de una mayor calidad en el Parque Urquiza; estructuras y barras para calistenia y deportes similares, zona de Parkour en cercanías al espacio de skateboard (atrás de Bahilo);
- Espacios de recreación deportiva en la Costanera de la ciudad como una cancha de básquet, canchas fijas de ping pong, zona de trailers gastronómicos, etc, cuestiones que pueden tener lugar en ex zona de carribares.
- Paisajismo e identidad particular a los accesos a la ciudad a partir de la nueva Marca Ciudad.
- Circuitos revalorizando la identidad, basados en la Historia de Paraná, el arte, la arquitectura, lo cultural.



El destinatario al proyectar cada Circuito es el ciudadano Paranaense y el objetivo es que se conozca el pasado y presente de distintas áreas, la riqueza de cada una de ellas y su aporte a la identidad de la ciudad.

**Ejemplos:**

**CIRCUITO BAJADA GRANDE:** recorrido pedestre para conocer a la Paraná en su primer puerto de ultramar, así como también su pasado ferroviario y productivo (aceitera, Gas del Estado, fábrica de fideos, Iglesia Inmaculado Corazón de María, etc...)

**CIRCUITO MONUMENTOS HISTÓRICOS NACIONALES:** caminata interpretativa por la mayoría de los edificios con Declaratoria Patrimonial Nacional que engalanan la Ciudad y cuentan parte de su historia.

**EL BARRIO DEL TAMBOR o del Candombe:** recorrida pedestre en la que se conocerá el lugar de asentamiento de los afrodescendientes y su forma de vida, la Capilla Norte y el Pasaje Baucis, sitio del actual festejo cultural de la Diversidad de etnias

**BARRIO HISTÓRICO SAN MIGUEL** 200 años de historia.

**CIRCUITO CASCO HISTÓRICO DE LA CIUDAD**

Una caminata interpretativa que va mostrando el esplendor de Paraná en los años que fue Capital de la Confederación Argentina, epicentro nacional de la administración política federal y su posterior desfederalización.

**CIRCUITO PARQUE URQUIZA:**

Recorrido pedestre por el balcón natural a nuestro Río desplazándose por los 3 niveles del Parque, para apreciar la riqueza paisajística natural y cultural de estos lugares.

**CIRCUITO PUERTO DE LA MEMORIA ( PUERTO VIEJO )**

**CENTRO CIVICO** Nuestra historia desde 1886, identidad, Federalismo

**CATEDRAL DE PARANÁ**, su historia, arquitectura. Recorrido por su interior.

**PASEO ALAMEDA** su historia y arquitectura.

**PUERTO NUEVO.** Historia desde 1905, Paisaje cultural.

**PUERTO SANCHEZ**

Circuito de los árboles

**CIRCUITO DE LA PRODUCCIÓN:**

**CIRCUITO PARQUE INDUSTRIAL.**



### Ambiente

*Conservar y potenciar los atributos naturales de la ciudad. Fortalecer las áreas naturales protegidas, intensificar el plan de arbolado y rescatar los humedales.*

#### **Responsables:**

Municipio: Subsecretaría de Ambiente

Consejo Asesor: Organizaciones vinculadas a lo ambiental: Cauce/ Ecourbano

#### **Líneas de acción**

1. "Recuperemos Valores". EJES: ciudad limpia, cuidado del ambiente, reciclaje inclusivo y evaluación comunitaria. Etapas y modalidades de la gestión. Intervención y promoción de parques lineales, y procesos de comunicación y participación ciudadana.  
Concursos para la promoción del reciclaje y el cuidado del ambiente. Paraná "R". Etapas 1 y 2 (concurso de obras de arte/ escultura con material de reciclaje; y confección de indumentaria a partir de materiales reciclables)
2. Humedales del Oeste. Delimitación cartográfica y consolidación de la línea de ribera. Construcción de Salón de Usos Múltiples con método de bioconstrucción
3. Desarrollo de Cultura del Agua local. Promoción de la Educación Ambiental con lógica de cuenca. Nombrar y nomenclar cuenca del Suroeste. Programar y realizar nuevas jornadas de limpieza de borde costero y arroyos urbanos.

### Urbano

*Recuperar la vocación ribereña. Generar referencias físicas sobre la identidad local (miradores, accesos)*

#### **Responsables:**

Municipio: Secretaría de Planificación

Consejo Asesor: Colegio de Arquitectos, Colegios de Ingenieros



### Líneas de acción

1. Ciudad abierta al río. Saneamiento de los arroyos y tratamiento de los corredores fluviales.

#### 2. TÓTEMS DE ACCESO

Readecuación de Tótems de acceso en ingresos a la ciudad.

Mirador del Patito Sirirí

Sala Mayo

Letras corpóreas para distintos puntos (plazas, móviles para las instituciones

Accesos a la Ciudad (intervenciones artísticas: Murales)

Escenario en playa municipal, iluminación nocturna

Cartelería

#### 3. PUERTO NUEVO

Plan Maestro Integral para todo el sector del Puerto Nuevo

#### 4. PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO

Proyectos para la puesta en valor del Palacio Municipal y el Teatro 3 de Febrero (a la espera de financiamiento) y un proyecto de señalización de edificios patrimoniales y recorridos turísticos.

#### 5. MEJORAMIENTO DEL ESPACIO PÚBLICO

Proyectos de Mejoramientos y Ordenamiento del Espacio Público:

- Parque Lineal Urbano Sur
- Plaza Saenz Peña
- Plaza Carbó
- Plaza Eva Perón
- Plaza Petit Pisant
- Intervenciones en Costanera Baja (solados, Circuito Bicívía)
- Balneario Municipal
- Parque Gazzano



- Otros...

### Comunicación y Marketing

*Sensibilizar sobre la identidad y visión de la ciudad*

#### **Responsables:**

Municipio: Secretaría de Coordinación Estratégica / Secretaría de Políticas Sociales, Inclusivas y Comunitarias

Consejo Asesor: Organizaciones académicas y profesionales

#### **Líneas de acción**

1. Ciudad & Marcas: Seminario sobre diseño de marcas territorio para todos los diseñadores que participaron en el proceso a cargo del jurado técnico del Concurso de Marca Paraná: Norberto Chaves, Raúl Belluccia, Soledad Fontana, Candela Caudana.
2. Ciclo de paneles académicos "Pensar la ciudad", para reflexionar y problematizar la temática del branding de ciudades y su relación con la identidad y el desarrollo urbano. (UNER – Municipalidad de Paraná)
3. *Colegio de Profesionales de Ciencias Económicas*
  - a. Capacitaciones a profesionales de las Ciencias Económicas con Disertantes Locales. En función de la revalorización de los exponentes locales, la Delegación Paraná del CPCEER viene hace un par de años trabajando en ese sentido y todos los años abrimos la convocatoria a disertantes de la ciudad para brindar capacitaciones a los matriculados. A partir de la confianza en el talento local y en la preparación de nuestros referentes, planificamos brindar disertaciones de calidad y que puede ser una dinámica a imitar por otras instituciones del Consejo.
  - b. Colaboración en Sello de calidad

#### **Honorable Concejo Deliberante**

*Trabajar la marca desde la pluralidad política*

**Responsables:**

Concejo Deliberante / Áreas del Departamento Ejecutivo

Consejo Asesor:

**Líneas de acción**Mesas para el abordaje local (*Puede elaborarse de manera colaborativa con universidades*)

Desarrollo un Ciclo de debate llevado a cabo en tres jornadas distribuidas en el año, centradas en el desarrollo de los tres ejes básicos de la Marca Ciudad a actores de la ciudad (Consejo Asesor, Colegios, instituciones) sobre los tres ejes.

Producciones audiovisuales.

Producciones en redes sociales que pongan de relieve los tres ejes o visiones en materiales de difusión hacia la ciudadanía. En este sentido se propone la elaboración de tres Podcast en materia de Paraná Sostenible, Paraná Turística y Paraná Inteligente.

Acciones de participación directa.

Generar el vínculo del desarrollo de la Marca Ciudad con el vecino y vecina a través de acciones puntuales como concursos de fotografía, dibujo, cómics y similares.

Elaboración de material gráfico (*Trabajo que se puede elaborar con la Editorial de Paraná.*)

Elaboración de un material en formato libro que permita plasmar la identidad de Paraná mediante fotos que reflejen los diferentes rincones de la ciudad dando cuenta del paisaje, el trabajo artesanal y su gente. El libro puede servir como regalo institucional del HCD a diversos actores ciudadanos que nos visiten.

Otro material gráfico en formato libro puede hacer una recopilación sobre Paraná como Capital de la Confederación Argentina.

**Concejo Deliberante Estudiantil:** trabajar con las y los estudiantes paranaenses, a través de talleres, los ejes de marca ciudad para que elaboren normativas innovadoras para Paraná. Además, de acompañar los mismos con diferentes charlas que les brinden información y guíen en la elaboración de proyectos.

Participación ciudadana

*Reconocer Identidades*

**CONSEJO ASESOR  
MARCA CIUDAD**





**Responsables:**

Subsecretaría de participación

Consejo Asesor:

**Líneas de acción**

1. Encuentros de Sensibilización del proceso Marca Ciudad en las ocho Redes Territoriales de la ciudad.
2. Concurso de propuestas: Se instará a los actores de cada una de las Redes Territoriales y Comunitarias, a proponer proyectos vinculados a los ejes Ciudad Turística, Ciudad Sustentable y Ciudad Inteligente desde una perspectiva identitaria de los barrios de la ciudad. Buscamos a través de esta acción, que sean los mismos actores de cada territorio quienes identifiquen y potencien las características de cada lugar, las diferentes costumbres y formas de ocupar sus espacios. El Consejo Asesor seleccionará un proyecto por Red, el cual se financiará y ejecutará durante el año 2022 con el acompañamiento de la Subsecretaría de Participación Ciudadana.

**DIMENSIÓN EMERGENTE**

Trabajar planes y proyectos vinculados a nuevas tendencias, de mercados, consumos y comunicación

Facultad de Ciencias Económicas:

- Proyecto de implementación orientado a los jóvenes

Líderes e influencer y embajadores de marca

- Embajador común. Personajes despolitizados, con buena imagen, variedad de perfiles artistas, cocineros.
- Paranaenses en el mundo. Articular una agenda con embajadas o consulados . Entrega de distinción en una fecha de importancia.
- Paranaenses que están haciendo algo de impacto: médicos, investigadores



- Amigos de Paraná. Personalidades extranjeras que traccionan positivamente para la ciudad. Pueden ser personas en pareja o casadas con un paranaense
- Presencia en eventos de reconocimiento nacional e internacional.

#### DIMENSIÓN POSICIONAMIENTO

Definición en web y redes

Acciones con y de universidades, empresas, pymes, ong, instituciones, organizaciones

Capacitaciones, formación, docencia.

Firma de acuerdos, convenios (Ejemplo: Tucumán)

Promover la formación continua en materia de branding a los distintos actores identificados como expansores o multiplicadores

Generar materiales de carácter educativos y de difusión con las dimensiones históricas y de futuro.

Formación permanente de los equipos de trabajo.

Publicación del registro del proceso.

10 de diciembre de 2021

Identificador Visual      versiones / Colores / Tamaños

VERSIÓN PRINCIPAL  
MARCA COLOR

Color del logotipo  
c0 m:0 y:0 k:100

Color del símbolo  
c80 m:15 y:0 k:0

ATENCIÓN

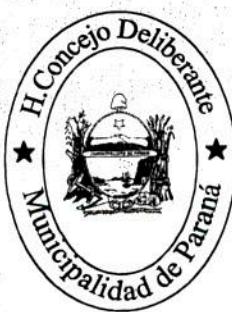
Las versiones correctas  
de la Marca Paraná son  
las detalladas en este  
Manual.  
Estas son las únicas  
versiones aceptadas  
de uso.

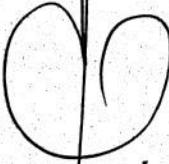


ORDENANZA N° 10057

PARANÁ, SALA DE SESIONES, 13 de Octubre de 2022.

  
Dra. MARIA IRENE ESQUIVEL  
SECRETARIA  
H. Concejo Deliberante  
MUNICIPALIDAD DE PARANA



  
Cra. ANDREA S. ZOFF  
PRESIDENTE  
H. Concejo Deliberante  
MUNICIPALIDAD DE PARANA

Fundamentos:

1- La marca ciudad es un elemento necesario para las ciudades que buscan generar ventajas competitivas en los ámbitos comerciales, turísticos, productivos, culturales, sociales y políticos que la distingan del resto de las ciudades frente a un mundo globalizado.

Las ciudades que quieren definirse como ciudades globales deben incorporar el marketing y la comunicación a la gestión urbana; y en este sentido, el marketing es el medio competente para atraer el turismo, la inversión y realización de eventos que den prestigio a la ciudad en cuestión, pues la marca ya no es exclusivamente de los productos comerciales, sino también de lugares, influyendo en el modo de percibir las ciudades, por ende, en las decisiones que se tomen respecto a ésta, en cuanto a visitas o inversiones, además, porque las ciudades marca buscan posicionarse en relación con aquel valor que las diferencie del resto de ciudades.

2-En cuanto al posicionamiento de marca, la misma puede basarse en distintos elementos como el clima, la situación geográfica, su historia, su arquitectura, hechos que forman parte de la personalidad histórica de la ciudad, pero en otros casos han desarrollado estrategias basándose en valores que conformen una nueva personalidad de la ciudad como la multiculturalidad, la gastronomía, la creatividad y el diseño.

Entonces, una marca ciudad debe sintetizar un modelo urbano que para funcionar debe establecer vínculos emocionales con su público y adaptarse a sus necesidades, ya que la imagen de la marca ciudad debe despertar en los ciudadanos identificación con sus valores y su estilo de vida porque estos buscan en la marca sentirse parte de un grupo y construir su propia identidad.

La marca ciudad ayuda a defender los intereses y se desarrolla a partir de la premisa que la ciudad toma significado, forma y contenido en la mente de las personas. La gente conoce y entiende la ciudad a través de sus propias percepciones y de cómo las procesa. Tanto de la ciudad como de sus diferentes públicos objetivos en lo que respecta a las relaciones políticas, sociales y económicas que puedan desencadenarse.

En este sentido, en Paraná el proyecto Marca Ciudad se define como un operativo de promoción de los valores, capacidades y posibilidades que ofrece la localidad.

Para ello se propone generar un marco normativo adecuado a los objetivos de la marca, resultando necesario su posicionamiento, y entendiendo a esto último como el lugar que ocupa en la mente del público.

3- Concretamente, el desarrollo de Marca Ciudad en Paraná tiene como característica central que se encaró como un proceso participativo y colaborativo, en el que formaron parte múltiples sectores y organizaciones de Paraná.

Marca Ciudad es un compromiso desde el inicio de la gestión del intendente de Paraná Adán Bahl. Nació con la idea de tener un camino independiente de la gestión y que trascienda los ciclos políticos de la misma. Entonces, se abordó como un proceso autónomo generado con una participación amplia, fuerte y plural de las distintas organizaciones de la sociedad y con una visión de trascendencia, integrada a un proceso de marca y branding de ciudades. De este modo, no quedó subsumida a una gestión política.

Con estas definiciones preliminares, en febrero de 2020 comienza el trabajo hacia la construcción de nuestra Marca Ciudad, con la conformación del Consejo Asesor de Marca Ciudad, integrado por

organizaciones de los distintos sectores de la comunidad local: productivos, académicos, industriales, ambientales, turísticos, culturales, entre otras. Esta figura y los acuerdos alcanzados posibilitaron obtener una mirada compartida sobre nuestra ciudad para fortalecer sus atractivos y potenciar su desarrollo mediante un plan de implementación a largo plazo.

Las organizaciones no gubernamentales que conforman el Consejo Asesor son: Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos, Facultad de Trabajo Social de la Universidad Nacional de Entre Ríos, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Entre Ríos, Universidad Tecnológica Nacional Regional Paraná, Universidad Católica Argentina UCA Sede Paraná, Universidad Autónoma de Entre Ríos, Asociación Empresarios del Parque Industrial (ASEMPI), Consejo Empresario de Entre Ríos, Unión Industrial de Entre Ríos, Bolsa de Cereales de Entre Ríos, Polo Tecnológico de la Ciudad de Paraná, Corporación para el Desarrollo de Paraná, Colegio de Arquitectos de Entre Ríos Regional Oeste Noroeste, Centro Comercial e Industrial de Paraná, Ente Mixto de Turismo de la Ciudad de Paraná EMPATUR, Fundación ECOURBANO, Ecoclubes, Fundación CAUCE, Colegio de Profesionales de la Ingeniería Civil de Entre Ríos, Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Entre Ríos, Colegio de Abogados de Entre Ríos Sección Paraná, Colegio de Psicólogos de Entre Ríos, Asociación de Entidades Profesionales Universitarias de Entre Ríos (AEPUER).

Desde el sector gubernamental, la Municipalidad de Paraná acompaña el proceso con políticas públicas y el marco normativo necesario para que el proyecto trascienda. Por parte de la Municipalidad de Paraná integran el Consejo Asesor: Honorable Concejo Deliberante de Paraná, Secretaría de Gobierno, Subsecretaría de Participación Ciudadana, Subsecretaría de Turismo, Subsecretaría de Cultura, Secretaría de Hacienda, Inversión, Empleo, Ciencia y Tecnología, Subsecretaría de



Inversión y Empleo, Subsecretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva y Secretaría de Planificación.

Con el compromiso político, la sinergia de los sectores privados y públicos involucrados y la convicción de todos los actores convocados y organizados bajo la figura del Consejo Asesor, se dio inicio al proceso, manteniéndose reuniones periódicas con una frecuencia mensual que constituyó el marco para tomar las definiciones necesarias en cada etapa del proceso de construcción de nuestra Marca Ciudad: sensibilización y diagnóstico, definición de la identidad, construcción de la marca, concurso de diseñadores, elaboración de acuerdos básicos para el desarrollo de la ciudad y del plan de implementación de la Marca Ciudad de Paraná.

Cabe destacar que los encuentros periódicos del Consejo Asesor debieron suspenderse con el inicio de la pandemia por COVID19, en marzo de 2020, debido a las circunstancias extraordinarias emergentes. En ese momento, se acordó posponer la agenda de trabajo del proyecto de Marca Ciudad, que se encontraba en la etapa de diagnóstico. Los encuentros presenciales se retomaron a medida que las condiciones sanitarias fueron permitiendo retornar a las actividades, manteniendo los recaudos sanitarios y de cuidado pertinentes.

En cada encuentro mensual del Consejo Asesor se trabaja con un orden del día sugerido por la Coordinación de Marca Ciudad, además de los temas que surgen en dichos espacios de trabajo. Luego se elabora una síntesis con los principales puntos abordados y se envía mediante correo electrónico una minuta que permite llevar un registro de las definiciones y realizar el seguimiento de los compromisos asumidos. De esta manera, la metodología de encuentros periódicos posibilitó el desarrollo efectivo y sostenido del proceso de construcción de la Marca Ciudad y el trabajo en sus tres dimensiones: la construcción visual de la marca y su narrativa; otro aspecto más político donde se establecieron los ejes de desarrollo con una

mirada estratégica hacia dónde tiene que ir Paraná (Paraná Ciudad Turística, Paraná Ciudad Sostenible y Paraná Ciudad Inteligente), con los acuerdos estratégicos para el desarrollo de la ciudad; y finalmente la consolidación de un plan integral de implementación de la Marca Paraná con programas de trabajo y acciones concretas, abordando la multidimensionalidad en que se desenvuelve un proceso de marca ciudad.

Actualmente, los encuentros periódicos del Consejo Asesor de Marca Ciudad constituyen el ámbito donde se toman las decisiones necesarias en torno a las iniciativas contenidas en el Plan de Implementación de Marca Paraná, todos convocados en una meta común de consenso que es trabajar en el posicionamiento, apropiación y expansión de la marca ciudad como aquel elemento de promoción de los valores, capacidades y posibilidades que ofrece nuestra ciudad de Paraná.

Vale en este apartado mencionar que durante el proceso de trabajo se han utilizado las denominaciones "Marca Ciudad", "Marca Ciudad de Paraná" y "Marca Paraná". Al respecto, se considera necesario aclarar en qué contextos y situaciones se utiliza cada una, para evitar interpretaciones o formas de uso erróneas. Entonces, la denominación "Marca Ciudad" refiere al proceso de desarrollo, a las distintas etapas del proyecto previo a la generación de la marca que lleva el nombre de nuestra ciudad y de nuestro río: Paraná. Por su parte, "Marca Paraná" es la forma correcta de mencionar a la marca creada como resultado del proceso y a las etapas y acciones contenidas en el plan de implementación que actualmente está en marcha. En tanto "Marca Ciudad de Paraná" se utilizó en el título del Plan de Implementación mencionado.

Marca Paraná excede ampliamente el alcance de una marca visual. Marca Paraná se entiende como un operativo de promoción de los valores, capacidades y posibilidades que ofrece la localidad; desde la premisa de que la marca lugar o marca territorio es un elemento necesario para las



ORDENANZA N° 10057

ciudades que buscan generar ventajas competitivas en los ámbitos comerciales, turísticos, productivos, culturales, sociales y políticos que la distingan del resto de las ciudades frente a un mundo globalizado.

El objetivo es sostener este proceso colaborativo y participativo a través de la convocatoria permanente de los sectores representativos; lo público y lo privado, con una mirada "de y para" la ciudad, para que cada paranaense se apropie de la Marca Paraná, con orgullo, y que sea algo identificable para los visitantes y turistas; convirtiéndola en una experiencia.